

Anne Toivonen

SOSIAALINEN MEDIA – MAHDOLLISUUDET JA UHAT
SATAKUNNAN SAIRAANHOITOPUIRIN SOSIAALIPALVELUILLE

Liiketalouden koulutusohjelma
2012

SOSIAALINEN MEDIA – MAHDOLLISUUDET JA UHAT SATAKUNNAN SAIRAANHOITOPUIRIN SOSIAALIPALVELUILLE

Toivonen, Anne
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2012
Ohjaaja: Varpelaide, Heidi
Sivumäärä: 78
Liitteitä: 1

Asiasanat: sosiaalinen media, sosiaalipalvelut, julkinen sektori, kehitysvammaiset, kuntayhtymät

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten ja missä tilanteissa sosiaalinen media kohtaa Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen palvelutuotannon ja henkilökunnan sekä mitkä ovat siihen sisältyvät mahdollisuudet ja uhat.

Työn teoriaosuus sisältää sosiaalisen median ja tämän päivän työelämän tarkastelua. Alkukesästä 2011 tehtiin uusille ja vähän aikaa työssä olleille työntekijöille kyselytutkimus sosiaalisen median käyttämisestä. Sama kysely toistettiin syksyllä 2011 vakinaiselle henkilökunnalle ja pitkäaikaisille sijaisille. Talvella 2012 haastateltiin sosiaalipalvelujen johtoa, työntekijöitä ja muita sosiaalipalvelujen toimintaan läheisesti liittyviä henkilöitä.

Vastaajat muodostivat kaksi ryhmää. Alkukesän ryhmä, ”Tulokkaat”, kuului pääosin Y- ja X-sukupolviin työsuhteiden ollessa valtaosin määräaikaista ja syksyn ryhmä, ”Konkarit”, kuului suurimmalta osin suuriin ikäluokkiin ja työsuhteet olivat pääosin vakinaisia. Tulokkaat käyttivät sosiaalista mediaa useammin ja pidempiä aikoja kuin Konkarit. Tulokkaista neljäsosa oli hyödyntänyt sosiaalista mediaa työnhaussa, kun vastaava luku Konkareiden kohdalla oli alle kymmenesosa. Pääsääntöisesti vastaajat ja haastatellut henkilöt suhtautuivat sosiaalisen median käyttämiseen työssä positiivisesti ja löysivät useita mahdollisuuksia sosiaalisen median hyödyntämiseen työssä.

Vastaajat ja haastatellut tunnistivat sosiaalisen median muodostamia uhkia, joista suurimmaksi koettiin salassapitovelvollisuuden rikkomisen. Harva vastaaja piti sosiaalista mediaa täysin riskittömänä.

Kyselytutkimuksen ja haastattelujen perusteella Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalveluille voitaisiin perustaa oma sosiaalisen median profiili, koska se tukisi sosiaalipalvelujen perustehtävää. Ennen profiilin perustamista on kuitenkin huolellisesti laadittava strategia ja varauduttava välineen käyttöön niin resurssien, taitojen kuin ohjeistuksienkin avulla.

Kiitän lämpimästi kaikkia kyselyihin vastanneita ja erityisesti haastattelun antaneita henkilöitä. Ilman teidän kokemuksianne ja näkemyksiänne ei tämä opinnäytetyö olisi kohdannut arjen työelämää kuin teoriassa.

SOCIAL MEDIA – OPPORTUNITIES AND THREATS TO THE SOCIAL SERVICES OF SATAKUNTA HEALTH CARE DISTRICT

Toivonen, Anne

Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Training Programme

May 2012

Supervisor: Varpelaide, Heidi

Number of pages: 78

Appendices: 1

Keywords: social media, social services, the public sector, mentally disabled, federation of municipalities

The purpose of this thesis was to find out how and in which situations social media meets the production of social services in the Satakunta Health Care District and its personnel, and what kind of opportunities and threats exist.

The theory part includes a study of social media and today's working life. In the early summer of 2011, an inquiry about using social media was made to the personnel who were new in their jobs or had worked only for a little while. The same inquiry was repeated in autumn 2011 to permanent personnel and long-term substitutes. During winter of 2012, interviews were made to managers of social services, employees and other people who are closely with social services.

The respondents formed two groups. The younger group, "Tulokkaat", belonged mainly to Y and X generations, and the majority of contracts were temporary. People in the other group, "Konkarit", were mainly baby boomers and the majority of contracts were permanent. The group Tulokkaat used social media more often and longer times than the group Konkarit. A quarter of the group Tulokkaat had taken advantage of social media in the recruitment process, while the corresponding figure within the group Konkarit was less than one tenth. A third of the group Tulokkaat felt that using social media during a working day was refreshing and a third of the group Konkarit felt that its influence was negative. Overall, the respondents and the interviewees responded positively to using social media at work and found out several opportunities to use social media in their work.

The respondents and the interviewees recognized also threats that social media creates, and according to them the biggest one is breaking professional secrecy. Few respondents regarded social media as carrying no risk at all.

On the grounds of the straw pole and the interviews an own social media profile could be set up for the social services in the Satakunta Health Care District, because it supports the basic functions of social services. Before the profile will be set up, a strategy must be carefully drawn up and be prepared to the use social media by force of resources, skills and instructions.

I warmly thank all the respondents and the interviewees. Without your experiences and views this thesis would not have met every day working life.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	SOSIAALINEN MEDIA	6
2.1	Yhteisöllinen media	7
2.2	Median hyödyntäminen	9
2.3	Sosiaalisen median mahdollisuuksia	11
2.4	Sosiaalisen median mahdollisuudet ja uhat julkiselle sektorille.....	11
2.5	Sosiaalista mediaa koskeva lainsäädäntö.....	13
3	KUNTAYHTYMÄN ESITTELY	15
3.1	Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymä.....	15
3.2	Sairaanhoitopiirin arvot ja riskit	15
3.3	Henkilöstöstrategia	16
3.4	Viestintäohje ja ohje sosiaalisen median käyttämisestä	16
3.5	Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut.....	17
3.6	Sosiaalipalvelujen henkilöstö	21
4	TYÖELÄMÄ MURROKSESSA	22
4.1	Verkon käyttäjäskupolvet	22
4.2	Nuoren identiteetti rakentuu netissä	24
4.3	Rekrytoinnin haasteet muuttuvassa työelämässä.....	25
4.4	Vuorovaikutteinen rekrytointi on tulevaisuutta	27
4.5	Työnantajamielikuva ja maineen merkitys	28
5	TYÖNTEKIJÖILLE SUUNNATTU KYSELY	30
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	30
5.2	Taustatiedot.....	31
5.3	Sosiaalisen median käyttäminen	34
6	AVAINHENKILÖJEN HAASTATTELUT	51
6.1	Sosiaalipalvelujen hallinto ja laadunhallinta	52
6.2	Antinkartanon kuntoutuskeskus.....	54
6.3	Asumispalvelujen vastuualue	55
6.4	Asiantuntijapalvelujen vastuualue	57
6.5	Omaiset ja käyttäjäasiakkaat.....	59
6.6	Sairaanhoitopiirin keskushallinto	61
6.7	Työhyvinvointi ja työterveyshuolto.....	63
7	SOSIAALISEN MEDIAN MAHDOLLISUUDET JA UHAT.....	66
8	LOPPUPÄÄTELMÄ.....	71
	LÄHTEET	75
	LIITE	

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median ympärillä käydään tänä päivänä samankaltaista keskustelua kuin käytiin silloin, kun Internet teki tuloaan. Monet yritykset ja organisaatiot pohtivat nyt pitäisikö sosiaaliseen mediaan perustaa virallinen profiili vai ei. Onko viisaampaa mennä mukaan sosiaaliseen mediaan vai pysytellä pois? Tosiasia on kuitenkin se, että yritykset ja organisaatiot ovat jo mukana sosiaalisessa mediassa henkilökuntansa ja asiakkaidensa kautta, halusivatpa ne sitä tai eivät.

Yrityksen voi ajatella olevan syytä mennä mukaan sosiaaliseen mediaan kaupallisten tarkoitusten vuoksi, mutta mitä syytä on julkisella organisaatiolla tehdä sama? Mitä hyötyä ja mitä haittaa voi olla julkiselle organisaatiolle virallisesta profiilista, erityisesti kun ottaa huomioon, että julkisten organisaatioiden toiminta on tarkkaan laeilla säädeltyä?

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen sosiaalisen median käyttämisen mahdollisuuksia ja uhkia Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen näkökulmasta katsottuna. Tarkastelun kohteina ovat sosiaalipalvelujen toimialue erilaisine toimintoineen, tämän päivän työelämä ja mitä seuraa, jos nämä kaksi tekijää kohtaavat toisensa sosiaalisessa mediassa.

Aihe opinnäytetyöhön syntyi palvelupäällikön pohtiessa rekrytoinnissa tapahtunutta muutosta. Prosessista on tullut jatkuva, ja avoimiin toimiin on vähän hakijoita. Voisiko sosiaalista mediaa hyödyntää rekrytoinnissa ja olisiko sen avulla mahdollista paremmin tavoittaa opiskelijoita ja uusia työntekijöitä kuin perinteisen ilmoittelun kautta? Opinnäytetyön tarkoituksena on valottaa sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia, niin rekrytoinnin kuin muunkin sosiaalipalvelujen toiminnan kannalta, sekä siinä piileviä uhkia ja näin antaa pohjaa päätöksenteolle miten ja milloin, jos koskaan, Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalveluilla on virallista näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Termien pituuden vuoksi käytän Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymästä nimitystä *Sairaanhoitopiiri*, Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalveluista nimeä *Sosiaalipalvelut* ja Sosiaalipalvelujen palvelujen käyttäjästä nimitystä *käyttäjäasiakas*.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään käyttäjälähtöisesti ja vuorovaikutteisesti tuotettua sisältöä sekä luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (TEPA sanastokeskus www-sivut 2012). Sosiaalisen median käsite kattaa kaikki omaehtoiset ja vuorovaikutteiset palvelut, joissa kuluttaja voi olla samanaikaisesti sisällöntuottaja (Korpiola 2011, 19).

Sosiaalinen media on pohjimmiltaan kommunikoinnin työkalu. Näin ollen sitä pitäisi käsitellä kuten mitä muuta kommunikointikanavaa tahansa. Organisaation pitää kehittää strategia, miten sosiaalista mediaa käytetään tai ei käytetä. (Scott & Jacka 2011, 84.) Sosiaalinen media on levinnyt nopeasti myös organisaatioiden käyttöön ja tästä syystä kaikkien, jotka toimivat mediakentässä on valittava oma asenteensa uuteen mediaan (Kuntien verkkoviestintäopas 2010, 35).

Sosiaalinen media on yksi viime vuosien käytetyimmistä muotisanoista ja aivan kuten useimpien muidenkin muotitermien, on sen takana pohjimmiltaan yksinkertainen asia: ihminen uskoo ihmistä. Maailman suurin sosiaalinen media on edelleen sähköposti. Sähköpostissa kaikilla on omat profiilinsa, ja he voivat sitä kautta olla toisiinsa yhteydessä sekä jakaa kiinnostavaa sisältöä. Sosiaalisessa mediassa on pohjimmiltaan kyse ihmisistä, jotka ovat jakamassa kokemuksiaan, illojaan ja surujaan. (Isokangas & Vassinen 2010, 19.)

Yhteisöllinen media on ollut olemassa yhtä kauan kuin ihminen itse, sillä ilmiön ytimessä ei ole tekniikka, vaan ihmisen halu kommunikoida lähipiirinsä kanssa. Kun tämä inhimillinen, meissä jokaisessa oleva perustarve mahdollistetaan ja vahvistetaan nykypäivän tekniikalla, seuraa väistämättä suuria muutoksia. Kuten aina mittavien muutosten myötä syntyy paljon keskustelua puolesta ja vastaan. Historiassa ei liene yhtään ilmiötä, jota ei aluksi olisi pidetty turhuutena. Myös tämä on osa ihmisluontoa kuten sosiaalisuuskin. Aluksi syntyy paljon polemiikkia, kuten kännykän tai puhelimen yleistymisen yhteydessä tapahtui, ja sitten ollaan kuin oltaisi aina oltu kyseisen välineen käyttäjiä. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 26–27.)

Sosiaalinen kanssakäyminen on ihmisluonnolle oleellista jopa siinä määrin, että ilman minkäänlaista kosketusta ihmisyhteisöön, voi kasvava lapsi olla koskaan kasvamatta ”ihmiseksi”. Kanssakäyminen on myös harvoin puhtaasti hyödykkeellistä tiedon tai palveluksien vaihtoa. Kysyessämme kuulumisia emme ehkä välttämättä edes ole oikeasti kiinnostuneita niistä, vaan haluamme vahvistaa sosiaalisia kontakteja. (Aalto & Uusisaari 2009, 68.)

Monet tekniset keksinnöt ovat muuttaneet merkittävästi yhteiskuntaa. Yksi suurimmista viimeaikaisista muutoksista, joka on lisännyt arkielämän monimuotoisuutta, on uudenlaisen sähköisen viestintätekniiikan kehittyminen. Uudet innovaatiot ovat monipuolistaneet ja halventaneet kommunikoinnin välineitä sekä kohentaneet niiden laatua, saatavuutta ja leviämistä entistä laajempien ihmisjoukkojen käyttöön. Uusien viestintäteknikoiden ansiosta ihmiset voivat helposti ylläpitää yhteyksiä tuhansien kilometrien päähän sähköpostilla, Internetin välityksellä ja matkapuhelimella tekstiviesteinen. Suhteiden ylläpitämisessä ei enää olla riippuvaisia henkilökohtaisista tapaamisista, sillä myös kasvokkaiseen keskusteluun on saatavilla nopeita sähköisiä keinoja. Vuorovaikutus toisten kanssa voi sähköisten välineiden avulla nopeutua, laajeta, tehostua sekä saada uusia sisältöjä. Lisäksi Internet tarjoaa uusia yhteisöjä, joissa voidaan toimia kansainvälisesti tai paikallisesti. (Suominen, Pirttilä-Backman, Lahikainen & Ahokas 2010, 23–24.)

Internetin käyttö on sosiaalisen median myötä kehittynyt kotisivukulttuurista yhteiskulttuuriin, ja useimpia sosiaalisen median palveluita kuvataankin yhteisöllisiksi. Niiden keskiössä ovat monin tavoin rakentuvat henkilökohtaisten suhteiden verkostot. (Noppari & Uusitalo 2011, 143.)

2.1 Yhteisöllinen media

Yhteisyyden näkökulmasta mullistavaa on ollut Internetin verkkomaailman kehitys 2000-luvulla. Sosiaalisesta mediasta ja sen uudemmissa versioista on tullut uusi ja jatkuvasti monimuotoistuva mediavälitteinen yhteisyyden toimintaympäristö. Internetin uudet mahdollisuudet muuttivat tuottamisen ja kuluttamisen rakenteita,

kuluttajasta tuli osallistuja ja tekijä. Verkkoyhteisyyden muodot ovat pääosalta hyvin yksilöllisiä, vapaita ja avoimia. (Kangaspunta 2011, 31.)

Sosiaalinen eli yhteisöllinen media avaa kaikille kanavan kertoa näkemyksistään jokaiselle niistä kiinnostuneelle. Vastaavasti kaikkien ulottuvilla on yhden totuuden sijaan mielipiteiden ja näkemysten valtava kirjo. Tämän tuloksena verkossa syntyy uudenlaisia yhteisöjä, jotka ovat nopeasti muuntuvia löyhiä verkostoja. Arvovalta siirtyy perinteisiltä instituutioilta niille, joiden mielipiteet ja näkemykset kiinnostavat useimpia ihmisiä. Yhteisölliset verkostot välittävät uutiset nopeasti ja laajalle. Entinen kohderyhmäläinen ei enää kuule, lue ja näe mitä hänelle halutaan kertoa. Hän valitsee vapaasti mitä haluaa tietää, lähteensä, aiheensa, kanavansa ja aikataulunsa. (Forsgård & Frey 2010, 10.)

Sisällön jakaminen verkossa ei ole uusi ilmiö. Perusidea on sama, mutta sähköpostissa jo vuosien ajan levinneet hassut kuvat ja vitsit jaetaan nyt sosiaalisen median yhteisöissä. Ihmisiä kiinnostaa yleensä se, mikä kiinnostaa myös muita, ja kun ihminen näkee verkossa jotain kiinnostavaa, hän jakaa sen eteenpäin. Asioiden suosion konkretisoi jakaminen. (Isokangas & Vassinen 2010, 155.)

Sosiaalisessa mediassa aloite siirtyy yrityksiltä ja julkisyhteisöiltä yksittäisen ihmisen suuntaan. Hieman karrikoiden voi sanoa yhteisöllisen median olevan tiedossa olevan historian kuluessa suurin kuluttajien etua edistävä ja käytännön tasolle ulottuva voima. Vaikutukset ovat niin suuret, että vain harvoilla yrityksillä on varaa täysin sivuuttaa tämä. Jos tälle ilmiölle pitäisi antaa yksi, kaikkein ilmeisin tunnusmerkki, se olisi epäilemättä kuluttajien voiman valtava kasvu. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 26.)

Asettuminen toisten kanssa sosiaalisiin yhteyksiin tuo tärkeitä resursseja, mutta myös riskejä. Toiset ihmiset voivat olla monin tavoin avuksi erilaisissa tilanteissa ja elämänvaiheissa. Tärkeää on, että yhteyteen toisten kanssa sisältyy riittävän paljon hyviä kokemuksia, jotta voidaan selvittää myös ongelmatilanteista, kuten kiusaamisesta ja syrjinnästä. Verkostojen merkitystä yksilön selviytymis- ja stressinsietokyvyille pidetään hyvin tärkeänä. (Suoninen, Pirttilä-Backman, Lahikainen & Ahokas 2010, 147, 310.)

Ihmisyys on lähtökohtaisesti sosiaalinen prosessi, jonka syntyyn vaikuttavat yhteiset kokemukset. Ei ole syytä kantaa huolta siitä, etteivätkö ihmiset aina löytäisi toistensa luo, mutta aikojen muuttuessa muodot muuttuvat. Se mikä ennen tapahtui seurojentaloilla ja maitolaitureilla, voi nyt tapahtua yksityisemmissä tai virtuaalisissa tiloissa. (Saastamoinen 2011, 88–89.) Yhteisöllisten suhteiden ylläpito on siirtynyt enemmän kodin yksityiseen tilaan pois julkisista tiloista kuten kahvioissa ja ravintoloissa tapahtuvasta seurustelusta. Ihmiset viettävät suuren osan vapaa-ajastaan kotona, mistä he ovat vuorovaikutuksessa tuttaviansa ja ystäviensä kanssa sähköisten kommunikointilaitteiden avulla. (Aro 2011, 55.)

Kehityksestä huolimatta kasvokkainen vuorovaikutus on edelleen tärkeää. Uusien ja vanhojen vuorovaikutuksen muotojen yhdistäminen hakee vasta muotoaan. Olennaisinta arjen kannalta on, miten pystytään sopimaan digitaalisen vuorovaikutuksen käytännöistä suhteessa perinteiseen vuorovaikutukseen. (Suoninen, Pirttilä-Backman, Lahikainen & Ahokas 2010, 78.)

2.2 Median hyödyntäminen

Internet on tuonut kanavan ja kahvipöydän yhteen. Internet ei ole pelkkä mainoskanava, vaan se on myös myynti-, jakelu-, tuotekehitys-, kommunikaatio- ja viestintäkanava. (Isokangas & Vassinen 2010, 76.) Internetissä puhuvat ihmiset eivätkä koneet, ja tällöin viestinnän merkitys kasvaa. Digitaalinen jalanjälki tarkoittaa sitä, miten yksittäinen ihminen, yritys tai organisaatio näkyy ja toimii digitaalisissa viestimissä. Ennen kaikkea kysymys on siitä, yrittääkö yritys synnyttää jalanjälkeä yksin vai tallataanko sitä yhdessä asiakkaiden kanssa. (Isokangas & Vassinen 2010, 16–17.)

Rautakaupassa asioiva ei hae poraa, vaan hän tarvitsee reikää seinässä. Ihmiset eivät ole kiinnostuneita yrityksistä ja niiden tuotteista tai palveluista, vaan niistä saamaansa hyödyistä. Siksi yritys on kiinnostava vain, kun se puhuu sen asiakkaiden elämään liittyvistä asioista, ilmiöistä ja ongelmista. Oikeista asioista puhuvat uskottavasti oikeat ihmiset, eivät yritykset. Toisin sanoen ihmiset vastustavat verkossa

markkinointiviestejä, jotka häiritsevät heidän elämäänsä, mutta kun viesti vastaa kulluttajan tarpeeseen, hän ottaa sen mielellään vastaan ja voi jopa osallistua aktiivisesti sen levittämiseen. (Isokangas & Vassinen 2010, 31, 51.)

Median tuloksellisen hyödyntämisen kannalta on otettava huomioon, että kyseessä on satojen erilaisten palvelujen ja toimintamallien monimutkainen kudos. Tämän toimintakentän tunteminen on tärkeää, sillä yritys ei enää yksin voi valita, mihin välineeseen se toimintansa rajaa. Tällaisessa tilanteessa nyrkkisääntönä toimii ”Mene sinne, missä asiakkaasi jo ovat.” Yrityksen asiakaskunta saattaa olla mukana missä tahansa nykyisistä palveluista tai vielä todennäköisemmin jakautuneena moniin niistä. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 27.)

Sosiaalisen median välineitä eli työkaluja on sadoittain, eikä kehitys näytä olevan hidastumaan päin. Välineet kuuluvat useisiin eri alaluokkiin, jotka poikkeavat paljonkin toisistaan. Sosiaalisen median työkalut voidaan karkeasti jakaa henkilökeskeisiin yhteisöpalveluihin, joita ovat esimerkiksi Facebook ja Twitter, liike-elämän verkostoihin esimerkiksi LinkedIn ja Plaxo, kuvapalveluihin, joista esimerkkinä Flickr, videopalveluihin esimerkiksi YouTube ja Vimeo, wikeihin esimerkiksi Wikipedia ja ryhmätyökaluihin esimerkiksi Google Docs. Sosiaalisen median lainalaisuuksiin kuuluu, että asiakkaat valitsevat mieleisensä työkalut, jolloin yrityksen kannattaa miettiä työkaluvalintansa sen perusteella, mitkä työkalut sen asiakkaat ovat jo ottaneet käyttöönsä. (Soininen, Wasenius, Leponiemi 2010, 50–61.)

Internetissä kaikki on syklistä – trendit tulevat ja menevät. Sosiaalisen median strategiat ovat tällä hetkellä monesti liian sovelluskeskeisiä. Vuonna 2003 perustettu takavuosien suosikkisovellus MySpace, oli suosionsa huipulla vuonna 2008. Pelkästään Yhdysvalloissa sillä oli lähes 80 miljoonaa käyttäjää. Sen käyttäjämäärät romahtivat muutamassa vuodessa alle puoleen Facebookin rynnistäessä markkinoiden kuninkaaksi. Nyt Google+ näyttäisi nousevan Facebookin haastajaksi sosiaalisen median markkinoilla. Koska emme voi tietää, mikä sovellus tai uusi media on suosittu muutaman vuoden päästä, ei riitä, että tuntee mediat ja uudet sovellukset. Tärkeää on ymmärtää myös digitaalisen julkisuuden logiikkaa. (Korpiola 2011, 34–35.)

2.3 Sosiaalisen median mahdollisuuksia

Yhteisöllinen media tarjoaa laajan mahdollisuuksien kirjon mukaan lähtevälle yritykselle ja julkisyhteisölle, mutta oikotie menestykseen ja onneen se ei ole. Selkeästi elämme vielä yhteisöllisen median varhaisvaihetta. Kuten Internetin synnyn yhteydessä tapahtui, kysyy moni, onko tässä ilmiössä järkeä ja missä ovat sen tulokset. Vastauksena voi todeta, että vuoden 2010 alussa julkistetun tutkimuksen mukaan sekä Facebookin että Twitterin avulla yritystä seuraavat asiakkaat ostavat yli 50 prosenttia suuremmalla todennäköisyydellä yrityksen tuotteita ja palveluita kuin ne, jotka seuraavat ainoastaan perinteisiä medioita. Tutkimuksen tulos pohjaa osaltaan ilmiöön, jonka kaikki tuntevat entuudestaan. Luotettavan kaverin antama suositus voittaa mainoksien väittämät mennessä tullen. (Soininen, Wasenius, Leponiemi 2010, 22.)

Yhteisöllinen media ei ole vain tapa markkinoida ja myydä. Siitä on hyötyä lähes jokaiseen yrityksen toimintoon, mikäli suunnitteluun ja tavoitteiden asetteluun paneudutaan niin kuin pitää. Lupaamatta liioja voidaan sanoa, että se on luonteva sisäisen viestinnän väline sekä toimii henkilöstöhallinnon tukena ja parantaa asiakkaiden kokemaa palvelua. Tosin ilman suunnittelua ja panostusta ei myöskään näissä osa-alueissa saada tuloksia. (Soininen, Wasenius, Leponiemi 2010, 109.)

Taloudellisen niukkuuden aikana monet yritykset ovat ryhtyneet perustamaan omia, etätyötä tai kokouksia tukevia virtuaalitiloja tai rakentaneet itselleen sopivia työtiloja olemassa oleviin virtuaalimaailmoihin. Yhteistä näille kaikille on läsnäolon tunne, persoonallisuuden esiintuominen, luovuus ja yhdessä tekemisen sekä kokemusten jakaminen. Virtuaaliympäristössä Internetin tilalliset ja sosiaaliset piirteet pääsevät hyvin oikeuksiinsa. (Aalto & Uusisaari 2009, 56–57.)

2.4 Sosiaalisen median mahdollisuudet ja uhat julkiselle sektorille

Viranomaiset voivat hyödyntää sosiaalista mediaa esimerkiksi viestinnässä, tiedonjakamisessa, palvelujen tunnetuksi tekemisessä, palautteen saamisessa, osallisuuden edistämässä sekä kansalaismielipiteiden luotaamisessa. Julkisen organisaation toiminta sosiaalisessa mediassa on perusteltua, kun se liittyy johonkin organisaation

ydintoimintaa tukevista prosesseista. Sosiaalisen median alustojen käyttäminen tarjoaa hallinnolle mahdollisuuden lisätä vuorovaikutusta. Sosiaalisen median toimintatapoja hyödyntäviä palveluita, kuten wikejä ja blogeja, voidaan käyttää myös organisaatioiden sisäisessä intranetissa tai sidosryhmille avatussa extranet-ympäristössä. (Aalto 2010, 6–7.)

Suomen Kuntaliitto julkaisi marraskuussa 2011 kaikille Suomen kunnille osoitetun kuntien sosiaalisen median käyttöä koskevan kyselytutkimuksen tulokset. Kunnat näkevät sosiaalisen median ennen kaikkea yhteisöllisyyden luomisen ja markkinoinnin välineenä. Suosituimpia välineen käyttötapoja ovat tapahtumista kertominen, viestintä tietyn kohderyhmän kanssa ja palautteen vastaanottaminen. Kunnat käyttävät sosiaalista mediaa muun muassa asukkaiden osallistamiseen ja päätöksenteon valmisteluun, yhteishengen luomiseen ja yhteisen osaamisen jakamiseen, tiedottamiseen, yhteydenpitoon ja markkinointiin. Sosiaalisen median käyttö ja kiinnostus kuitenkin vaihtelee, sillä kuntia vaivaa resurssipula, ohjeistus puuttuu ja osa kyselyyn vastanneista suhtautuu epäileväisesti siihen, onko kunnalla mitään hyötyä sosiaalisessa mediassa toimimisesta.

Sosiaalisen median läsnäoloon liittyy myös riskejä, joita ovat

- aliresursointi: riittävän työajan osoittaminen läsnäoloon sosiaalisessa mediassa
- virheiden pelko: riittämättömät ohjeistukset ja epäselvät roolit
- käyttökiellot: estetään tarkoituksenmukainen käyttö
- ajankäyttö: puutteellinen tavoitteenasettelu, seuranta ja arviointi
- työn kuormittavuus: raja työn ja vapaa-ajan välillä hämärtyy
- hyvän hallinnon vastainen menettely
- yksityisyyden suoja
- tietosuoja
- tietoturva.

Toimintaa suunniteltaessa on hyvä huomioida edellä luetellut riskit, jotta niiden toteutuminen voidaan estää. (Aalto 2010, 28–29.)

Suurimmat ja todennäköisimmät riskit liittyvät inhimilliseen toimintaan, joka ei rajoitu vain työkäyttöön. Organisaatioiden kannalta yksittäisen henkilön toiminnan kautta realisoituvat riskit ovat jopa todennäköisiä. On inhimillistä olettaa, että enemmän tai myöhemmin jollekin sattuu vahinko tai joku mokaa. Organisaatiolla ei ole mahdollisuutta suoraan vaikuttaa tähän. Jotta organisaatio voi hallita riskejä, sen on ymmärrettävä yhteisöllisen median mukanaan tuoma julkisuuden muutos. Organisaation tulee pitää huolta henkilöstön riittävästä koulutuksesta, ohjeistuksesta sekä ulkoisissa että sisäisissä yhteyksissä. Keskeisiä osa-alueita, joihin on kiinnitettävä huomiota, ovat muun muassa tekninen ja ei-tekninen tietoturva, oikeudelliset vastuut, imagon hallinta, ajanhukka, henkilöstöhallinto, kilpailu sisällöntuotannosta sekä yrityskulttuurin soveltuvuus digitaaliseen maailmaan. (Forsgård & Grey 2010, 116–117.)

Sosiaalisen median huomiotta jättäminen ei saa sitä menemään pois tai vähennä sen vaikutusta. Sosiaalinen media on täällä huolimatta siitä, mitkä yritykset ottavat siihen osaa. Kun yritys ei piittaa sosiaalisesta mediasta tai epäonnistuu sen käyttämisessä, sillä on riski joutua asiakkaiden negatiivisen huomion kohteeksi, jolloin yksittäinen tapaus voi kääntyä painajaiseksi. (Wollan, Smith & Zhou 2010, 31.)

2.5 Sosiaalista mediaa koskeva lainsäädäntö

Sosiaaliselle medialle ei ole erikseen säädettyä lainsäädäntöä, vaan siihen soveltuu sama lainsäädäntö kuin muuhunkin mediaan. Sosiaaliseen mediaan sovellettavia lakeja ovat muun muassa kuluttajansuojalaki, henkilötietolaki, sähköisen viestinnän tietosuojalaki, tekijänoikeuslaki, tavaramerkkilaki ja laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa. Lisäksi on säädetty joitakin erityissäännöksiä nimenomaan digitaaliseen markkinointiin. Korkeimman oikeuden ja Markkinaoikeuden oikeuskäytäntö ja ennakkopäätökset, viranomaisten kannanotot ja ohjeet, erityisesti tietosuojavaltuutetun kannanotot muovaavat ja tarkentavat oikeuskäytäntöä ja lakien soveltamista. Esimerkiksi vaikka perustuslaki takaa jokaiselle sananvapauden, työsuojelulain TSL 3:1 § mukaan ”työntekijän on toiminnassaan vältettävä kaikkea, mikä on ristiriidassa hänen asemassaan olevalta työntekijältä kohtuuden mukaan

vaadittavan menettelyn kanssa”. Tämä lojaliteettivelvollisuus koskee sosiaalisen median käyttöä myös vapaa-ajalla. (Leppäkorpi 2011.)

Nettiin kirjoittajalla on sananvapaus, oikeus yksityisyyden suojaan ja viestinnän luotamuksellisuuteen sekä oikeus määrätä tuottamiensa sisältöjen tekijänoikeudesta. Oikeuksia turvaavat muun muassa perustuslaki (1999/731), rikoslaki (1889/39), henkilötietolaki (1999/523), sähköisen viestinnän tietosuojalaki (2004/516), laki yksityisyyden suojasta työelämässä (2004/759), laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä (2003/461) ja tekijänoikeuslaki (1961/404). (Aalto & Uusisaari 2009, 143.)

Sosiaalisen median palvelun käyttöehtosopimus syntyy sivuja ylläpitävän yhtiön ja sivujen käyttäjän välille. Palvelun tarjoaja voi muuttaa käyttöehtoja ilmoittamatta muutoksesta erikseen käyttäjilleen. Käyttöehdoissa on yleensä kohta, jossa todetaan, että palvelu tarjotaan sellaisena kuin se on ja ettei palvelun saatavuudesta ja toimivuudesta anneta mitään takuita. Lisäksi palvelu sanoutuu irti kaikesta vastuusta käyttäjien julkaisemaan sisältöön. Käyttöehdoissa voidaan erikseen luetella liuta noudatettavia lakeja ja säädöksiä sekä minkä maan lainsäädäntöä riitatapauksessa noudatetaan. Mikäli tulkinnasta on erimielisyyttä, noudatetaan riitatapauksessa alkuperäistä palvelun tarjoajan kielellä laadittua dokumenttia. (Aalto & Uusisaari 2009, 40–44.)

Yhdistyneet kansakunnat on hyväksynyt yleiskokouksessaan 13.12.2006 vammaisten oikeuksia koskevan yleissopimuksen, joka täydentää muita YK:n ihmisoikeussopimuksia. Vammaissopimus korostaa, että vammaisilla ihmisillä tulee olla samat oikeudet kuin muilla. Vammaissopimuksessa edellytetään muun muassa, että pidetään huolta siitä, että eri tavoin vammaiset henkilöt voivat käyttää Internetiä. (Vammaisia tulee kohdella samalla tavalla kuin muita ihmisiä 2007, 4, 9.) Suomi on allekirjoittanut sopimuksen vuonna 2007.

3 KUNTAYHTYMÄN ESITTELY

Sairaanhoitopiirin www-sivuilla esitellään Sairaanhoitopiirin ja Sosiaalipalvelujen toimintaa. Vain henkilökunnalle suunnattua sisäistä intraa käytetään tiedotuskanavana, jossa on runsaasti koko henkilökuntaa koskevia tietoja, strategioita ja ohjeita.

3.1 Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymä

Sairaanhoitopiirin tehtävänä on järjestää jäsenkuntien puolesta laissa säädetty erikoissairaanhoito, ja kehitysvammaisten erityishuolto siltä osin kuin kunnat eivät järjestä sitä muulla tavalla. Sairaanhoitopiiri voi hoitaa sopimukseen perustuen muitakin terveydenhuollon tai Sosiaalipalvelujen tehtäviä. Sairaanhoitopiirin tehtävänä on lisäksi yhteistyössä jäsenkuntiensa kanssa edistää jäsenkuntien asukkaiden terveyttä ja toimintakykyä. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Sairaanhoitopiiri tarjoaa erikoissairaanhoidon palveluja yhteistyössä perusterveydenhuollon ja sosiaalitoimen kanssa. Sairaanhoitopiiriin kuuluu 20 jäsenkuntaa ja noin 226 000 asukasta. Sairaalat sijaitsevat Porissa, Raumalla ja Harjavallassa. Niiden lisäksi Sairaanhoitopiirin psykiatrian toimipisteitä on useilla eri paikkakunnilla. Sairaanhoitopiiri tarjoaa myös kehitysvammaisten erityishuoltoa Antinkartanon kuntoutuskeskuksessa Ulvilassa sekä useissa toimipisteissä eri paikkakunnilla. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

3.2 Sairaanhoitopiirin arvot ja riskit

Sairaanhoitopiirin sisäisessä intrassa kerrotaan tarkemmin arvoja, joita ovat muun muassa henkilökunnasta välittäminen. Tätä toteutetaan oikeudenmukaisella kohtelulla ja palkkauksella, kuulemalla työntekijöitä, antamalla mahdollisuus koulutukseen myös käytännössä sekä johdon jalkautumisella kentälle. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Sairaanhoitopiirin ydintehtävien; erikoissairaanhoito ja kehitysvammaisten sekä muiden oppimisessa, ymmärtämisessä, kommunikoinnissa ja toiminnan ohjauksessa tukea tarvitsevien taikka vammautuneiden henkilöiden selviytymisen varmistaminen edellyttää, että toimintaan ja henkilöstöön sekä tiloihin ja laitteisiin liittyvät riskit tiedostetaan ja ne hallitaan. Sairaanhoitopiirin toiminnan ja talouden keskeisiin riskeihin sisältyy osaamisen ja osaajien varmistaminen. Keskeisiin riskienhallinnan kehittämisaikavälillä 2012–2014 kuuluu muun muassa tehostaa henkilöstö- ja palkkaus- sekä rekrytointipolitiikkaa osaavan henkilöstön pitämisen ja rekrytoinnin onnistumisen varmistamiseksi. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

3.3 Henkilöstöstrategia

Sairaanhoitopiirin henkilöstöstrategia on henkilöstön yhteistoiminnallisuuden perustuva johtamiseen, osallistumismahdollisuuksien vahvistamiseen, rekrytoinnin järjestämiseen, palkitsemis- ja palautejärjestelmien mahdollistamiseen ja henkilöstön jakamiseen liittyvien tavoitteiden ja periaatteiden määrittely. Eräs henkilöstöstrategian keskeisiä tavoitteita on varmistaa Sairaanhoitopiirin tavoitteisiin sitoutunut, riittävän motivoitunut ja työkykyinen henkilöstö ja parantaa joustavuutta henkilöstöresurssien käytössä yhteistyössä henkilöstön kanssa.

Sairaanhoitopiirin tärkein voimavara ja myös suurin kuluerä on henkilöstö. Edellä kerrotuista Sairaanhoitopiirin arvoista, tunnistetuista riskeistä ja henkilöstöstrategias- ta voi päätellä, että johto pyrkii huolehtimaan siitä hyvin. Keväällä 2010 Keva toteutti ”Työsyke-barometri” -mittauksen Sairaanhoitopiirin henkilökunnalle ja työhyvinvointia koskevat vastaustulokset olivatkin parhaat Kevan siihen mennessä toteuttamista kuntien/kuntayhtymien henkilöstöille suoritetuista työhyvinvointikyselyistä (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012).

3.4 Viestintäohje ja ohje sosiaalisen median käytämisestä

Viestintä on yksi johtamisen välineistä, ja se on yksi yhteisön toiminnoista, joilla turvataan tavoitteiden saavuttaminen, onnistuminen ja hyvä tulos. Viestinnän

tehtävänä on tehdä yhteisö tunnetuksi, antaa siitä selkeä, oikea ja rehellinen kuva. Viestintä rakentaa yhteisökuvaa sekä hankkii yhteisölle tunnettuutta ja luottamus-pääomaa. Viestintä tukee yhteisön päivittäistä ja pitempiäaikaista toimintaa hyvin hoidetun yhteydenpidon ja tiedottamisen avulla. (Siukosaari 2002, 30.)

Sairaanhoitopiiriin kuntayhtymän viestintäohjeen 9.5.2011 mukaan viestinnän tavoitteena on muun muassa tukea henkilökunnan rekrytointia ja perehdyttämistä, edistää henkilökunnan tietämystä omasta työyhteisöstään ja tukea henkilökunnan sosiaalista kanssakäymistä. Ohjeen mukaan Sairaanhoitopiirin henkilökunta on yksi viestinnän kohderyhmistä. Ohje jatkaa, että normaalin sananvapauden puitteissa jokaisella Sairaanhoitopiirin palveluksessa olevalla henkilöllä on oikeus lausua henkilökohtainen mielipiteensä, mutta kuitenkin siten, että lausunnonantaja esiintyy yksityishenkilönä ja ettei kannanottoa voi tulkita Sairaanhoitopiiriin viralliseksi lausunnoksi tai kannanotoksi.

Sairaanhoitopiirin tuorein ohje sosiaalisen median käyttämisestä on päivätty marras-kuussa 2011. Ohjeessa kielletään sosiaalisen median yksityiskäyttö työaikana, mutta sallitaan työkäyttö, mikäli sen käyttämiselle on työnteon kannalta hyväksyttävä peruste. Työkäytössä työntekijä voi esiintyä omana itsenään tai työidentiteetillä.

3.5 Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut

Sosiaalipalvelujen toimialueen asumis- ja kuntoutuspalvelut tuottaa erityisosaamiseen perustuvia ympärivuorokautisia, kokonaisvaltaisia hoito- ja kuntoutuspalveluita kehitysvammaisille ja muille oppimisessa, ymmärtämisessä ja kommunikoinnissa sekä toiminnan ohjauksessa tukea tarvitseville henkilöille. Kokonaisvaltainen hoitotyö kuntoutuskeskuksessa ja asumispalveluissa muodostuu hoitotyön hallinnasta, sen korkeatasoisesta ylläpitämisestä, kehittämisestä ja jatkuvuuden turvaamisesta yksilöllisessä hoito- ja kuntoutusprosessissa. Tarpeita vastaavien ja tarkoituksenmukaisten palvelujen avulla pyritään turvaamaan palvelujen käyttäjien hyvä elämänlaatu. (Satakunnan sairaanhoitopiiriin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Keväällä 2012 Sosiaalipalvelujen toimipisteet sijaitsevat yhdeksällä paikkakunnalla Satakunnassa. **Antinkartanon kuntoutuskeskus** käsittää palvelukodit, kuntoutusyksikön, lastensuojeluyksikön ja toimintaa tukevat palvelut (fysioterapia, laboratorio, ompelimo), koulutus- ja toimintakeskuksen sekä Erityisosaamiskeskuksen tarjoamat asiantuntijapalvelut. Kuntoutuskeskuksen tavoitteena on tarjota vahvaan erityisosaamiseen perustuvia, korkeatasoisia ja kokonaistaloudellisesti kilpailukykyisiä hoito-, kuntoutus- ja kriisihoitopalveluita sekä sijaishuoltoa. Kokonaisvaltaista hoitoa, huolenpitoa, kuntoutusta, kasvatusta ja opetusta toteutetaan yhteistyössä perheen, Erityisosaamiskeskuksen, koulutuskeskuksen sekä päivä- ja työtoiminnan kanssa. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Antinkartanon palvelukotien perustehtävänä on ympärivuorokautisen, kokonaisvaltaisen hoidon ja kuntoutuksen tarjoaminen. Palvelukodit ovat erikoistuneet kehitysvammaisuuden eri osa-alueille. Asiakaskunta koostuu lisääntyvässä määrin kuntoutusasiakkaista ja mahdollisesti kokonaan uusista asiakasryhmistä esimerkiksi aikuisiässä vammautuneista ja neurologisista ongelmista kärsivistä henkilöistä. Palvelukotien palvelut ovat enenevässä määrin intervallityyppisiä kuntoutusjaksoja. Lisäksi palvelukodeissa on mahdollista tarjota päivähoitoa sekä lyhytaikaishoitoa. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Autetun asumisen perustehtävänä on tarjota erityisosaamiseen perustuvaa ympärivuorokautisesti valvottua pysyvää asumista pääsääntöisesti kehitysvammaisille henkilöille, joiden toimintakyky on oleellisesti alentunut. Lisäksi autettu asuminen tarjoaa lyhytaikaisasumista, päivähoitoa, asumisvalmennusta, asumiskartoitusta sekä tuettua asumista. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Ohjatun asumisen perustehtävänä on tarjota erityisosaamiseen perustuvaa asumispalvelua kehitysvammaisille ja muille oppimisessa, ymmärtämisessä, kommunikoinnissa, toiminnanohjauksessa tukea/selvittelyä tarvitseville henkilöille. Henkilökunta toimii ohjauspainotteisesti ja on pääasiallisesti tavoitettavissa 7–21 välisenä aikana. Ohjattu asuminen tarjoaa myös asumisvalmennusta, asumiskartoitusta sekä tuettua asumista. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Tuetussa asumisessa asukkaat asuvat itsenäisesti, mutta saavat apua tarpeen mukaan tukihenkilökunnalta esimerkiksi asumisyksiköstä. Tuetussa asumisessa korostuu asukkaan yksityisyys ja itsemääräämisoikeus. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Perhehoidon perustehtävänä on tarjota kodinomaista asumista ja mahdollistaa kiinteiden ja pysyvien ihmissuhteiden solmiminen kehitysvammaisille ja muille erityishuollon tarpeessa oleville henkilöille sijoittamalla heitä pitkäaikaisesti ja/tai lyhytaikaisesti asumaan valmennettuihin ja hyväksytyihin perhehoitoperheisiin. Tavoitteena on tarjota normaali kasvuympäristö henkilöille, joilla ei ole mahdollisuutta asumiin lapsuudenkodissaan, tai heillä ei ole edellytyksiä itsenäiseen asumiseen. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Antinkartanon koulutus ja toimintakeskus KoTo:n tehtävänä on järjestää monipuolista, kuntouttavaa, mielekästä, tavoitteellista ja asukkaiden/asiakkaiden tarpeita vastaavaa opetus-, työ- ja päivätoimintaa Antinkartanon kuntoutuskeskuksesta ja avohuollosta käyville asukkaille/asiakkaille. Asiakkaat valitsevat toiminnot palvelupaketista ja ne räätälöidään kullekin sopiviksi yksilöllisen suunnitelman tai kuntoutussuunnitelman pohjalta. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelujen www-sivut 2012.)

Fysioterapiayksikön perustehtävänä on tarjota fysioterapiapalveluja Antinkartanon kuntoutuskeskuksen asiakaskunnalle. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Kuntoutusohjaus on asiakkaan ja hänen lähiyhteisönsä tukemista, neuvontaa, ohjausta ja tarvittavista palveluista tiedottamista. Kuntoutusohjaus tapahtuu yleensä asiakkaan kotona tai muussa toimintaympäristössä. Kuntoutusohjaaja selvittää ja arvioi yhdessä asiakkaan sekä hänen lähiyhteisönsä kanssa asiakkaan kokonaistilannetta liittyen toimintakykyyn, elinympäristöön ja arkeen. Kuntoutusohjaaja ohjaa ja tukee perhettä ja lähiyhteisöä ensitiedon jälkeen lapsen ja nuoren kasvatuksessa ja kehityksessä ottaen huomioon asiakkaan yksilölliset erityispiirteet. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Kamu-tupa toiminta on ryhmämuotoista toiminnallista tilapäishoitoa erityistä tukea ja ohjausta tarvitseville lapsille ja nuorille aikuisille sekä ryhmän että yksilön ehdoilla. Toiminnassa yhdistyy mielekäs vapaa-aika sekä tilapäishoito. Palvelumuoto on vaihtoehto tavanomaiselle lyhytaikaishoidolle perheessä tai palvelukodissa. Toiminnan tavoitteena on antaa tukea, ohjausta ja käytännön apua vapaa-ajan vietossa, mahdollistaa tasavertainen elämä yhteiskunnassa, luoda ja ylläpitää ystävyyssuhteita, ennaltaehkäistä masentuneisuutta ja syrjäytymistä, harjoitella itsenäistymistä, lisätä vanhempien jaksamista ja vertaistukitoimintaa sekä mahdollistaa omaishoidon vapaat. (Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut 2012.)

Suurimpana tänä päivänä tiedossa olevana muutoksena on tammikuussa 2010 valtioneuvoston tekemä periaatepäätös ohjelmaksi kehitysvammaisten asumisen ja siihen liittyvien palvelujen järjestämiseksi vuosina 2010–2015. Ohjelman tavoitteena on mahdollistaa kehitysvammaisille henkilöille yksilöllinen asuminen, joka vahvistaa heidän yhdenvertaisuuttaan ja osallisuuttaan yhteisössä sekä yhteiskunnassa. Ohjelman tavoitteena on vuosina 2010–2015 muun muassa vähentää laitospaikkoja nopeasti, suunnitelmallisesti ja hallitusti sekä mahdollistaa muuttaminen lapsuudenkodeista tuottamalla kehitysvammaisten henkilöiden tarpeita ja toiveita vastaavia asumisratkaisuja sekä tarjoamalla yksilöllisiä palveluja ja tukea. (Sosiaali- ja terveysministeriön www-sivut 2012.)

Satakunnan alueelta syksyllä 2009 laaditussa kehitysvammaisten asumiskartoituksessa todetaan, että Satakunnassa asui noin 1 600 kehitysvammaista henkilöä. Virkamiesnäkökulmasta katsottuna tästä määrästä asumisen tarpeessa aikajanalla 1–5 vuotta arvioitiin olevan 184 kehitysvammaista. Luvusta oli suljettu pois kaikki alle 16-vuotiaat sekä Sastamalassa, Punkalaitumella ja Raumalla asuvat kehitysvammaiset henkilöt. Kartoituksessa selvitettiin myös asiakasnäkökulmaa ja pääsääntöisesti tuleva asumistarve painottui autettuun asumiseen. Selvityksessä arvioidaan, että vuonna 2016 pitkäaikaiset laitospaikat ovat vähentyneet 50–55 asukkaaseen ja pitkäaikaisasuminen päättyisi vuonna 2025. Tämä edellyttää vuositasolla vähintään yhden uuden asumisyksikön perustamista. (Paavola 2010, 9–10.)

3.6 Sosiaalipalvelujen henkilöstö

Sosiaalipalvelut on yksi Sairaanhoidopiirin kuudesta toimialueesta, joiden lisäksi Sairaanhoidopiiriin kuuluu liikelaitoksena toimiva SataDiag. Henkilökuntamäärältään Sosiaalipalvelut on noin kymmenesosa Sairaanhoidopiirin henkilöstöstä. Sosiaalipalvelut toimii taseyksikkönä ja ainoana sosiaalihuollon lainsäädäntöä noudattavana toimialueena erikoissairaanhoidoa tuottavassa Sairaanhoidopiirissä.

Sairaanhoidopiirin vuoden 2011 henkilöstökertomuksen mukaan 31.12.2011 Sosiaalipalvelujen palveluksessa oli 356 henkilöä. Määrästä vakinaisia oli 249 ja 107 määräaikaista. Vakinaisen henkilökunnan osuus koko toimialueen henkilökunnasta oli 69,9 % ja määräaikaisen 30,1 %. Naisia Sosiaalipalvelujen henkilökunnasta oli 232 ja miehiä 17. Suurimman ikäryhmän 45 henkilöä muodostivat 50–54-vuotiaat, toiseksi suurimman ikäryhmän 38 henkilöä 55–59-vuotiaat ja kolmanneksi suurimman 40–44-vuotiaat sekä 45–49-vuotiaat, joissa molemmissa ryhmissä oli 32 henkilöä. Pienimmän ikäryhmän muodosti 20–25-vuotiaat, joita oli 6 henkilöä. Eri ikäpolvitain tarkasteltuna Sosiaalipalvelujen henkilökunnasta 42 % kuului suuriin ikäluokkiin, 30 % X-sukupolveen ja 28 % Y-sukupolveen. Sosiaalipalvelujen vakinaisen henkilökunnan keski-ikä oli 43,6 vuotta, joista korkein keski-ikä 47,4 vuotta oli yleisjohdon henkilökunnalla ja alhaisin 39,6 vuotta autetun asumisen henkilökunnalla.

Rekryointitarpeesta kertovia lukuja Sairaanhoidopiirin henkilöstökertomuksessa 2011 ovat eläköityminen ja poissaolot, joita ovat vuosilomat, sairauspoissaolot, lakisääteiset poissaolot ja muut poissaolot. Eläkkeelle siirtyi koko Sairaanhoidopiiristä vuoden 2011 aikana 100 työntekijää. Eläkepoistuman ennuste seuraavalle kymmenele vuodelle on yhteensä 1 182 työntekijää, joka on keskimäärin 3,2 % noudattaen koko kunta-alan ennustetta. Sosiaalipalvelujen eläkepoistuman ennuste sisältyy edellä mainittuihin lukuihin. Keskimääräinen eläkkeelle siirtymisikä Sairaanhoidopiirissä vuonna 2011 oli 59,7 vuotta. Sairaanhoidopiirin toiminta- ja taloussuunnitelma 2012–2014 ja talousarvio 2012 kertovat, että Sairaanhoidopiirin henkilökunnan eläköitymisen ennakoitaan jatkuvan lähivuosina voimakkaana. Merkittävä rekryointivaade aiheutuu erityisesti ns. suurten ikäluokkien poistumisesta 3–4 vuoden kuluessa

Sairaanhoidopiirin palveluksesta. Vuotuisen eläköitymisen vauhti tulee olemaan 80–100 viranhaltijaa/työntekijää.

Sosiaalipalveluissa kertyi erilaisia poissaoloja työstä vuonna 2011 yhteensä 29 608 päivää. Näistä suurin osuus 12 136 päivää oli vuosilomia, 7 611 päivää oli lakisääteisiä päiviä ja 7 427 päivää sairauslomia.

4 TYÖELÄMÄ MURROKSESSA

Työelämä on murroksessa. Työ ei ole enää vain toimeentulon turvaaja, vaan yhä useampi vaatii työltä ja työnantajalta muutakin, sillä työelämässä halutaan toteuttaa omaa identiteettiä ja omia arvoja. Lisäksi väestön ikääntyminen aiheuttaa palvelujen tarpeen kasvua samaan aikaan, kun työvoiman määrä vähenee. Tulevaisuudessa onkin todennäköistä, että pienemmällä henkilöstömäärällä pitää tuottaa enemmän palveluita. Vaikka palvelujen kysyntä kasvaa, sosiaali- ja terveydenhuoltoala ei voi edellyttää saavansa nykyistä suurempaa osaa työikäisestä työvoimasta. Todennäköisesti palvelutuotannon ylläpitämiseen joudutaan vastaamaan muilla keinoilla kuin henkilökunnan lisäyksellä. (Surakka 2009, 6–7, 11.)

4.1 Verkon käyttäjäsukupolvet

Verkon käyttäjät jaetaan joskus syntymäajan perusteella kahteen ryhmään: niihin, joiden elinaikana Internet on aina ollut olemassa ja niihin, jotka ovat vasta aikuisiällä opetelleet tieto- ja viestintätekniiikan käytön. Puhutaan myös aktiivi- ja asiointikäyttäjistä. Asiointikäyttäjät ovat niitä kaiken ikäisiä ihmisiä, joille netti on lähinnä pankkiasioiden hoitoa, tiedonhakua ja sähköpostin käyttöä varten. Asiointikäyttäjä ei ole löytänyt verkon sosiaalista puolta, vaan hän pitää Internetiä aikasyöppönä. Sosiaalisen webin aktiivikäyttäjä taas ajattelee Internetiin käytettyä aikaa ystäviin käytettynä yhteydenpitoaikana. Internet tarjoaa työkaluja ja ympäristöjä, joissa voi käyttää aikaa itselleen tärkeiden sosiaalisten suhteiden ylläpitämiseen. (Aalto & Uusisaari 2009, 12.) Kun jaetaan sukupolvet jaottelulla alle ja yli 45-vuotiaat, huomataan, että verkon

määrällinen käyttö voi eri ikäryhmissä olla samansuuruista, mutta laadulliset erot ovat huomattavia. Vanhemmat sukupolvet ovat tieto-orientoituneempia, kun nuorilla korostuu ”verkossa eläminen” ja verkon sosiaalinen käyttö. (Matikainen 2011, 20.)

Nettisukupolvi on ensimmäinen maailmanlaajuinen sukupolvi, joka on nopeampi, älykkäämpi ja sietää paremmin erilaisuutta kuin edelliset sukupolvet. Nuorilla on vahva oikeudentunto ja he reagoivat yhteiskunnan ongelmiin kansalaisaktiivisilla yhteisöissään, kouluissaan tai työssään. Nämä aktiiviset nuoret ovat sopeutuneet nopeuteen sekä vapauteen ja he muuttavat kaikkia nykyajan instituutioita. He pyrkivät korvaamaan valvontakulttuuria mahdollisuuksien kulttuurilla niin politiikassa, kaupankäynnissä, työpaikoilla kuin koulutuksessakin, aina yhteiskunnan perusyksikköä, perhettä, myöten. (Tapscott 2010, 18–19.)

Nettisukupolvi on omaksunut teknologian, koska se on kasvanut sen mukana. Nuoret pitävät teknologiaa luonnollisena osana elinympäristöään ja pitävät sitä yhtä luonnollisena kuin hengittäminen. Paljon vaikeampaa on vanhempien sukupolvien oppia käyttämään kokonaan uusia viestinnän, informaation hankinnan ja viihteen tarjonnan välineitä. Uuteen tekniikkaan mukautuminen vaatii ajattelutavan muuttamista. (Tapscott 2010, 32.)

Kun verrataan nettisukupolvea vanhempiinsa, ei heidän netissä käyttämänsä aika ole pois ystävien kanssa vietetystä ajasta eikä harrastuksista. Todennäköistä on, että jos he eivät olisi olleet netissä, he olisivat viettäneet saman ajan katsellen televisiota. Heidän vanhempansa katselivat saman ikäisinä televisiota keskimäärin 22,4 tuntia viikossa. He olivat passiivisia katselijoita ja ottivat vastaan mitä annettiin ja katsoivat jopa mainoksiakin. Nettisukupolvi katsoo televisiota vähemmän ja eri tavalla kuin vanhempansa. Nettisukupolven televisionkatsoja on luultavasti samanaikaisesti tietokoneella, viestittelee useassa eri ikkunassa sekä puhuu puhelimessa, kuuntelee musiikkia, tekee läksyjä, lukee lehteä ja katselee televisiota. Televisio on heille taustamusiikkia eivätkä he ota kaikkea annettua vastaan. He ovat aktiivisia aloitteen- ja yhteistyöntekijöitä, lukijoita, kirjoittajia ja organisoijia. (Tapscott 2010, 34–35.)

Nettisukupolvien lasten suhde tietokoneisiin ja suurten ikäluokkien suhde televisioon ovat samanlaiset. Suuret ikäluokat eivät pidä minkäänlaisena ihmeenä sitä, että

televisioon siirretään kuvaa ja ääntä radioaaltojen välityksellä, koska televisio kuuluu elämään. Sama juttu on nettisukupolven ja tietokoneiden suhteessa. Kun tekniikka uudistuu, nuoret omaksuvat sen ikään kuin elinympäristön parannuksina. (Tapscott 2010, 33.)

Suomalaisten verkon käytöstä saa kattavan kuvan Tilastokeskuksen vuonna 2010 julkaisemasta tutkimuksesta. Internetiä on käyttänyt viimeisimmän kolmen kuukauden aikana 86 prosenttia suomalaisista, mikä on varsin korkea osuus, eikä osuus ole enää viime vuosina noussut. Nuoremmissa ikäluokissa Internetiä käyttävät kaikki. Osuus laskee iän myötä, mutta ei niin jyrkästi kuin ennen. Verkon käyttö on siis melko hyvin omaksuttu eri ikäluokissa. Suurin ero ikäluokilla löytyy sosiaalisen median käyttämisessä. Yhteisöpalveluja käyttää 16–24-vuotiaista yli 80 prosenttia, kun 45–54-vuotiaista niitä käyttää alle 30 prosenttia. Sosiaalisen median ja yhteisöpalvelujen käytössä on havaittavissa sukupolvien välinen ero. (Matikainen 2011, 19.)

4.2 Nuoren identiteetti rakentuu netissä

Nuorelle identiteetti sosiaalisessa mediassa on yhtä tärkeä kuin identiteetti reaali maailmassa. Kärjistäen voi todeta, että mitä nuorempi sosiaalisen median käyttäjä on, sen tärkeämpi on netin identiteetti. Esimerkiksi nuoren omasta IRC-gallerian tai Facebookin profiilista löytyvät yleensä kaverit, harrastukset, mielipiteet ja kaikki se, mikä nuorta kiinnostaa. (Forss 2011, 166.)

Nuorelle voi olla enemmän tai vähemmän sosiaalinen välttämättömyys osallistua verkkoyhteisöihin tämän päivän audiovisuaalisuuden, vuorovaikutteisuuden ja verkostojen hallitsemassa kulttuurissa. On erikoisempaa olla kuulumatta johonkin sosiaalisen median yhteisölliseen palveluun kuin kuulua. Osallistumattomuus voi aiheuttaa nuorelle jäämistä kaveripiirin ulkopuolelle ja kulttuurista toiseutta. (Noppiari & Uusitalo 2011, 143.)

Nettinatiivit, joiksi kutsutaan vuoden 1985 jälkeen syntyneitä, ovat heti lukemaan opittuaan oppineet myös verkkokeskustelun taidon. Heidän tapansa käyttää verkkoa on viime vuosiin asti eronnut radikaalisti valtaväestöstä. Kun vanhemmat sukupolvet

käyvät verkossa asioimassa, nettinatiivit ovat eläneet siellä. Vasta viime vuosina on ymmärretty, että verkossa tapahtuvat asiat ovat heille yhtä todellisia kuin keskustelu ruokapöydän ympärillä. (Kari 2011, 161.)

4.3 Rekrytoinnin haasteet muuttuvassa työelämässä

Työelämässä rekrytoinnin kohteena on nyt kolme ikäluokkaa: suuret ikäluokat 1946–1964 syntyneet, X-sukupolvi 1965–1979 syntyneet ja Y-sukupolvi, jonka muodostaa vuoden 1980 jälkeen syntyneet. Suurten ikäluokkien työn ansiosta kehitettiin hyvinvointivaltiot ja ikäluokka elää työlleen. X-sukupolvi joutui 1990-luvun lamaan ja ikäluokka työskentelee elääkseen. Y-sukupolvi on syntynyt vauraaseen aikaan ja tottunut saamaan paljon vähällä vaivalla. Y-sukupolvi verkostoituu ja hyödyntää tiedonvälityksen eri väyliä tehokkaasti: irccaa, mesettää, facebokkaa. Vaikka työpaikkoja vaihdetaankin helposti, sukupolvi on valmis sitoutumaan oman arvomaailmansa mukaiseen yrityskulttuuriin. (Surakka 2009, 1–19.)

Suomalaisille ansiotyön merkitys elämänsisältönä on edelleen suuri. Sen rinnalla on kuitenkin kasvanut perhe-elämän ja vapaa-ajan merkitys. Koulutustason nousun myötä yhä useampi työntekijä kiinnittyy ansiotyöhön jatkossa enemmän työn sisällön kuin palkan kautta. Lähivuosina työelämän valtaava Y-sukupolvi haluaa myös sitoutua ansiotyöhön. Uuden sukupolven työhön kiinnittymisessä korostuvat työn mielenkiintoisuuden, esimiestyön ja hyvän työyhteisön, osallistumismahdollisuuksien sekä työn ja muun elämän yhteensovittamisen mahdollisuuden merkitys. Y-sukupolven tulo johtaa työkuulttuurin muuttumiseen ja on yritysten näkökulmasta oppimisprosessi. Y-sukupolven osuus työllisistä on vuonna 2010 noin 20 %, mutta nousee vuoteen 2020 mennessä arviolta 45 %:iin. Y-sukupolven edustajista monet ovat diginatiiveja, jotka ovat tottuneet toimimaan ja ideoimaan yhteisöllisesti verkostojen kautta. (Alasoini 2010, 26–56.)

Edessä olevaa sukupolvisiirtymää kannattaa ajatella mahdollisuutena pyrkiä näkemään itse totuttuja asioita uudessa valossa ja ryhtyä tekemään asioita uudella tavalla. Uuden sukupolven arvot, asenteet ja odotukset toimivat ilmapuntarina sille, mihin suuntaan viime kädessä koko maailma on kehittymässä. Suomella on 2010-luvulla edessään

haasteellinen vuosikymmen. Suomalaiset nuoret ovat keskimäärin korkeasti koulutettuja, heillä on hyvät valmiudet hyödyntää vuorovaikutteisia tieto- ja viestintäteknologioita ja heidän osuutensa maan työvoimasta kasvaa tuntuvasti. (Alasoini 2009, 51.)

Rekrytoinnin merkitys kasvaa ja korostuu. On tiedettävä, mitä rekrytointikanavaa ja yhteistyökumppaneita kannattaa milloinkin käyttää. On tärkeää hyödyntää organisaation sisäiset potentiaalit hakijat, jotta he saavat halutessaan mahdollisuuden kehittyä, eivätkä lähde sen takia pois organisaatiosta. Rekrytointi on kahden kauppa: työnantaja valitsee työntekijät tekemään työtä organisaation tavoitteiden mukaisesti, mutta myös työnhakija valitsee työnantajansa. Tällöin korostuvat hyvän työnantajakuvan ohella hyvät rekrytointitaidot. (Hyppänen 2009, 176–200.)

Kilpailussa osaavasta työvoimasta voittajia ovat ne yritykset, jotka pystyvät omaksumaan verkkosukupolvelle ominaisen tavan kommunikoida ja viestiä. Siirtyminen uudelleenlaiseen rekrytointiviestinnän tapaan ei tule itsestään eikä perinteistä rekrytointiviestintää voi sellaisenaan siirtää sosiaaliseen mediaan. Tarvitaan uskallusta kokeilla uutta, innovatiivisia ratkaisuja sekä erityisesti riittävää perehtymistä uuden foorumin käytänteisiin ja toimintaperiaatteisiin. (Pöyri 2011, 4.)

Nuorelle työntekijälle keskeisiä ovat työn sisältö, sen haasteellisuus, mahdollisuus oppia uutta ja kehittyä, sekä palkkaan ja työaikaan liittyvät seikat. Opiskelijat pitävät tärkeimpänä yrityksen mainetta rakentavana tekijänä johtamisen ja yrityskulttuurin yhteensovittamista. Tähän sisältyvät esimerkiksi työilmapiirin motivoivuus, työntekijöiden sitoutuneisuus ja miten työntekijöitä arvostetaan. Työnantajamielikuvassa kiitetty sanoman vastaanottajan käsitys yrityksestä työnantajana. Tämä koostuu kokemuksista, tiedoista, uskomuksista, jopa huhuista ja niiden varaan rakentuvista subjektiivisista tunnetason tekijöistä. Työnantajamielikuva on yritysmielikuvaa enemmän työnhakijan oman tulkinnan tulosta. (Markkanen 2005, 102–103.)

Miten varmistaa, että organisaatio saa parhaat osaajat tulevaisuudessa? Miten kasvattaa organisaation tunnettuutta hyvänä työnantajana? Yhtä yleispätevää vastausta on vaikea antaa, mutta varmaa on, että ilman sosiaalista mediaa työnantajan on vaikea selvitä kilpailussa osaavasta työvoimasta. Tulevaisuuden tekijät ja osaajat viettävät aikaansa sosiaalisen median verkostoissa ja yhteisössä. On mentävä sinne, missä hekin ovat.

Tulevaisuuden rekrytoinneissa korostuu työnantajan panostus sosiaaliseen mediaan, sillä digiajan sukupolvi on tulossa työmarkkinoille. Rekrytointiviestinnän kehittäminen digiaikaan sopivaksi on siis satsaamista sekä tulevaisuuteen että ajassa olevaan työnantaja-kuvaan. (Alasoini 2009, 3.)

4.4 Vuorovaikutteinen rekrytointi on tulevaisuutta

The Adler Groupin ja LinkedInin syyskuussa 2010 tekemän tutkimuksen mukaan perinteisen ilmoituksen kautta tavoitetaan 23 % potentiaalisista hakijoista, ja vain 18 % ihmisistä ylipäättään on aktiivisessa työnhaussa. Nämä seikat asettavat rekrytointiviestinnälle suuren haasteen. Monet työnantajat ovatkin jo huomanneet, että erilaisten työpaikkasivustojen kautta tavoitetaan vain aktiivisia työnhakijoita. Passiiviset työnhakijat eivät näihin ilmoituksiin törmää, sillä he eivät seuraa lehtien työpaikkailmoituksia eivätkä käy netin työnvälityssivustoilla. Sosiaalisen median hyödyntäminen rekrytoinnissa on parhaimmillaan, kun haravoidaan juuri sellaisia henkilöitä, jotka eivät edes ole ajatelleet hakea uutta työpaikkaa. (Pöyri 2011, 3.)

Kilpailua supistuvasta työvoimasta käydään myös digitaalisessa maailmassa imago-rakentamisen kautta ja jos yritykset eivät tee sitä itse, sen tekevät erilaiset nettiyhteisöt (Alasoini 2010, 44). Sosiaalinen media pakottaa yrityksen muuttamaan viestintää vuorovaikutteiseen suuntaan, sillä yksisuuntainen viestintä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien suuntaan ei toimi sosiaalisessa mediassa, jonka idea perustuu vuorovaikutteisuuteen. Rekrytointikaan ei voi olla tästä poikkeus. Jos yritys ei ole valmis osallistumaan itse rekrytointiprosessiin eli keskustelemaan, vuorovaikuttamaan ja jakamaan, tuloksiakaan ei voi odottaa. Silloin kannattaa jatkaa perinteisin keinoin. (Pöyri 2011, 3–4.)

Sosiaalisella medialla on lisääntyvässä määrin huomattava rooli siinä kuinka organisaatio vetää puoleensa työntekijöitä. Mahdolliset tulevat työntekijät käyttävät sosiaalista mediaa yhdistääkseen kuvan organisaatiosta ja päättääkseen onko se heille sopiva. (Wollan, Smith & Zhou 2010, 8–9.)

4.5 Työnantajamielikuva ja maineen merkitys

Maineella tarkoitetaan mielikuvaa, joka organisaation ulkopuolisilla on siitä. Mainella tarkoitetaan myös kuvaa, jonka organisaatio itse haluaa antaa ulkopuolisille. Kun ajatellaan organisaation mahdollisuuksia saada hyvää henkilöstöä, maineen merkitys tulee korostumaan rekrytoinnissa entistä enemmän. Kilpailu pienenevillä hakijamarkkinoilla kiristyy, ja tulevaisuudessa nuorilla työnhakijoilla on varaa valita työpaikkansa. On tarpeellista miettiä, keitä halutaan rekrytoida ja minkä median kautta heidät tavoitetaan parhaiten. Internetillä voisi olla positiivisen työnantajakuvan luomisessa suuri merkitys. Nykyaikaisen tietotekniikan hyödyntäminen antaa kuvan dynaamisesta ja modernista työnantajasta. (Surakka 2005, 26, 46, 50, 53.)

Organisaation maine ja imago eivät ole enää perinteisten ”brändinvartijoiden” käsissä. Yhteisöllinen media synnyttää läpinäkyvyyttä, joka tuo esiin organisaatioiden todellisen luonteen ja toiminnan hengen, jonka luomiseen osallistuu koko henkilöstö. Organisaatioiden brändin määrittelijöiksi nousevat keskeiset sidosryhmät ja henkilöstö, jotka kohtaavat toisensa avoimessa vuorovaikutuksessa. Yhteisöllinen media kirjoittaa organisaatiolle omat määreensä, ja silloin korulauseet voivat olla kaukana. (Forsgård & Frey 2010, 124–125.)

Yritykset, joilla on hyvä maine, vetävät puoleensa hakijoita myös korkeasuhdanteen aikana, jolloin hakijamäärät vähenevät lisääntyneen työpaikkatarjonnan vuoksi. Toisin sanoen voimasuhteet säilyvät samoina, olipa kansantalouden tila mikä hyvänsä: maineikkaat yritykset saavat hakijoita ja ne, joilla mainetta ei ole, joutuvat taistelemaan resursseista. (Markkanen 2005, 98.) Tulevaisuuden resurssikamppailussa on todennäköisesti vahvoilla yritys, jonka johtaminen on kunnossa, ilmapiiri hyvä ja sillä on näyttöä menestyksekkästä toiminnasta. Sieltäkin lähdetään eläkkeelle, mutta täytettäviin vakansseihin on helpompi löytää korvaavia henkilöitä, kun yrityksen maine vetää puoleensa ja työmarkkinoilla on positiivinen mielikuva. Maine rakennetaan teoilla ja näytöillä. Se on saatava välittymään työnhakijalle ja myös niille, jotka lukevat rekrytointi-ilmoituksia muuten vain, sillä he saattavat olla vuoden, parin kulluttua tilanteessa, missä työpaikan vaihto on ajankohtaista. (Markkanen 2005, 98–99, 165.)

Tunnettuun yhteisöön, sen henkilöihin, tuotteisiin ja palveluihin suhtaudutaan myönteisesti ilman ennakkoluuloja. Kuva yhteisöstä muodostuu, kirkastuu ja vahvistuu sitä mukaa, mitä enemmän yhteisöstä tiedetään. Tiedon puuttuessa pikemmin luullaan ja oletetaan jotain kielteistä ja siksi tuntemattomuuteen liittyy aina enemmän kielteisiä kuin myönteisiä käsityksiä. (Siukosaari 2002, 30, 38.) Hyvä tiedottaminen luo hyvää työnantajakuva, ja se myös vähentää yksittäisten hakijoiden yhteydenottoja kesken rekrytointiprosessin (Hyppänen 2009, 192).

Hyvä maine toimii puskurina kriisiviestinnässä, koska hyvämaineisesta ei uskota pahinta ainakaan heti. Hyvä maine voi olla ymmärrykseen tai tunteeseen perustuva – ”hyvä fiilis” tai ”fanitus”, kuten diginatiivi asiaa kuvaisi. Emootiot ja nopea affektiivisuus ovat osa mainetta. Mielikuvat ja kokemukset muuttuvat melko hitaasti, ja siksi rakennettu maine vaikuttaa maineenhallintaan kriisin hetkellä ratkaisevasti. (Korpiola 2011, 49.)

Työnantajamielikuva on yrityksen tietoisien pyrkimyksen heijastuma kohderyhmässä, ja se syntyy kokemuksesta ja ”sisäpiiritiedosta”. Työnantajamielikuvaa voidaan vahvistaa yhdistämällä yritysmielikuvan elementtejä työnhakijalle läheisiin subjektiivisiin tunteuksiin. Työnhakijan ongelmana on se, että työnantajamielikuvaa ei voi täydellisesti todentaa ennen kuin on siirtynyt töihin kyseiseen yritykseen. (Markkanen 2005, 99.)

Jokainen organisaation jäsen on sen maineen suurlähettiläs joko hyvä tai huono sellainen. Työntekijä ei pääse pakoon sitä tosiasiaa, että niin kauan kuin hän nauttii palkkaa organisaatiosta, hän on myös sen edustaja. Jokaisella meistä on noin parikymmentä lähipiirissä olevaa henkilöä, joiden kanssa keskustelemme enemmän tai vähemmän myös työhön ja työpaikkaan liittyvistä asioista. (Aula & Heinonen 2011, 184–185.) Sosiaalipalvelujen mittakaavassa tämä tarkoittaa, että 356 työntekijän vaikutuspiirissä on 7 120–10 680 suoraa kontaktia.

Vanha totuus “minkä taakseen jättää, sen edestään löytää” toimii Internetin aikakaudella rajummin kuin koskaan aiemmin. Huono asiakaspalvelukohtaaminen voi nopeasti löytyä videona YouTubesta tai aiheuttamassa kriittistä keskustelua erilaisissa verkostoissa. Hyvä maine on pelastusrenkas, johon yritys voi tarttua, jos se kohtaa

erilaisten painostusryhmien rynnistyksiä. Hyvä maine pienentää todennäköisyyttä, että yritys joutuu merkittävän hyökkäyksen kohteeksi, ja jos sellaiseen joudutaan, hyvämaineinen yritys selviää tilanteesta helpommin, nopeammin ja pienemmin vaurioin. (Aula & Heinonen 2011, 170–173.)

5 TYÖNTEKIJÖILLE SUUNNATTU KYSELY

5.1 Tutkimusmenetelmä

Materiaalia opinnäytetyötä varten keräsin kyselylomakkeella kolmena eri kertana. Ensimmäinen kerta oli Sairaanhoidopiirin tulokaspäivänä 31.5.2011 Satakunnan keskussairaalan N2 auditoriossa jakamalla kyselylomake osallistujille paperisena lomakkeena. Tulokaspäivä oli tarkoitettu kaikille Sairaanhoidopiirin uusille ja vähän aikaa työssä olleille työntekijöille lukuun ottamatta Sosiaalipalvelujen henkilökuntaa. Pyynnön tehdä kysely tässä tilaisuudessa sain Sairaanhoidopiirin hallintopäällikkö Liisa Kotkalta ja tietohallintopäällikkö Leena Ollonqvistiltä, jotka myös hyväksyivät kyselylomakkeen. Muut kyselylomakkeen hyväksyjät olivat sosiaalipalvelujen johtaja ja Merja Paavola ja opinnäytetyön ohjaaja Heidi Varpelaide.

Toinen kerta oli Sosiaalipalvelujen Tulokasiltapäivänä 7.6.2011. Tämä tilaisuus oli tarkoitettu vain Sosiaalipalvelujen henkilökunnalle, ja tilaisuuteen kutsuttiin uusia, vähän aikaa työssä olleita työntekijöitä ja sijaisia. Kysely jaettiin osallistujille paperisena kyselylomakkeena. Molempien tulokkaille järjestettyjen tilaisuuksien vastaukset syötettiin myöhemmin Webropoliin. Kolmas kerta toteutettiin Webropol-kyselynä ja lähetettiin sähköpostilla 20.10.2011 Sosiaalipalvelujen henkilökunnalle. Sosiaalipalveluissa oma sähköpostiosoite on kaikilla vakinaisilla työntekijöillä ja pitkäaikaisilla sijailloilla. Vastaukset pyysin antamaan 4.11.2011 mennessä. Syyslomakaudesta johtuen lähetin 2.11.2011 sähköpostilla muistutuksen kyselystä ja pidensin vastausaikaa 8.11.2011 asti. Kyselylomake on liitteenä (Liite 1). Saadut vastaukset käsiteltiin täysin anonymisti, sillä itse en ollut läsnä tulokaspäivien tilaisuuksissa, ja Webropol-kyselyyn vastaaminen tapahtuu sähköpostissa olevan linkin kautta.

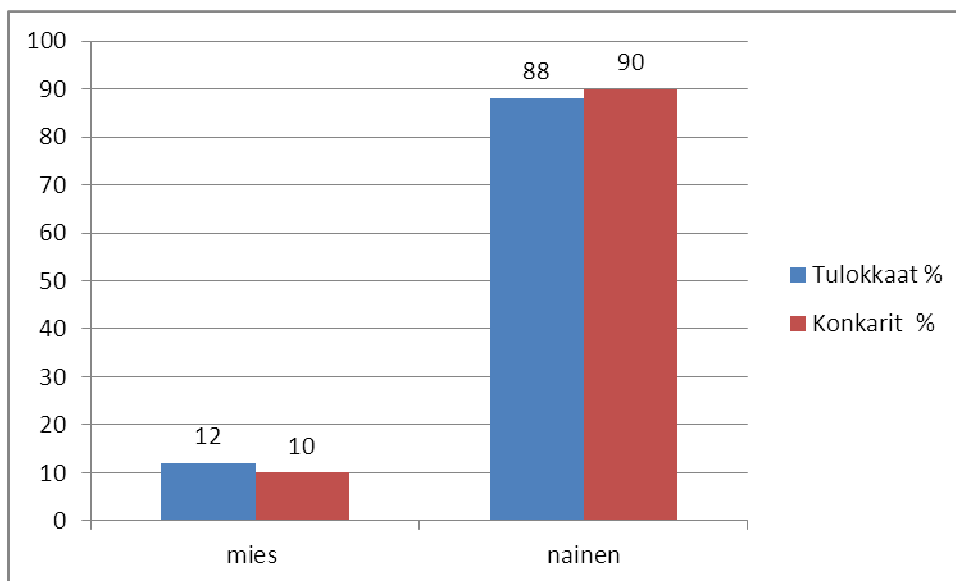
Ensimmäiseen tulokaspäivään 31.5.2011 osallistui 88 henkilöä, joista täytetyn lomakkeen palautti 55 henkilöä. Näin ollen vastausprosentti on 63 %. Sosiaalipalvelujen tulokaspäivään 7.6.2011 osallistui 65 henkilöä, joista täytetyn lomakkeen palautti 52. Vastausprosentiksi muodostui 80 %. Sähköpostilla toteutettu kysely lähetettiin 362 työntekijälle, joista vastasi 138. Vastausprosentti on 38 %. Kananen kertoo Opinnäytetyön kirjoittamisen oppaassa, että vaikka lähtökohtana on kaikkien tutkimukseen valittujen vastaaminen kyselyyn, ei tämä koskaan onnistu. Kananen mukaan se, mikä kulloinkin on riittävä vastausmäärä, riippuu tapauksesta. Mikäli otos on useita satoja, niin 30–40 %:n vastausmäärä on riittävä tutkimuksen tekemiseksi.

Vastauksia tarkastellaan kahtena eri ryhmänä, joita verrataan keskenään. Ryhmät eroavat toisistaan kahden taustamuuttujan mukaan. Tulokaspäivien kyselyihin vastanneet muodostavat oman ryhmän, josta käytän nimitystä Tulokkaat. Tämän ryhmän vastanneista 90 % on määräaikaaisia (31.5.2011 vastanneista 93 %, 7.6.2011 vastanneista 88 %) ja 70 % kuuluu ikäryhmään alle 35-vuotiaat (31.5.2011 vastanneista 77 %, 7.6.2011 vastanneista 64 %). Toisen ryhmän muodostavat syksyllä 2011 sähköpostilla toteutettuun kyselyyn vastanneet, josta käytän nimitystä Konkarit. Tästä ryhmästä 22 % on määräaikaaisia ja 27 % kuuluu ikäryhmään alle 35-vuotiaat. Koska vastaajaryhmät ovat erisuuruiset henkilömääriltään, Tulokkaat 107 henkilöä ja Konkarit 138 henkilöä, esitän vastaukset prosenttiosuuksina vastaajaryhmästä laskettuna.

5.2 Taustatiedot

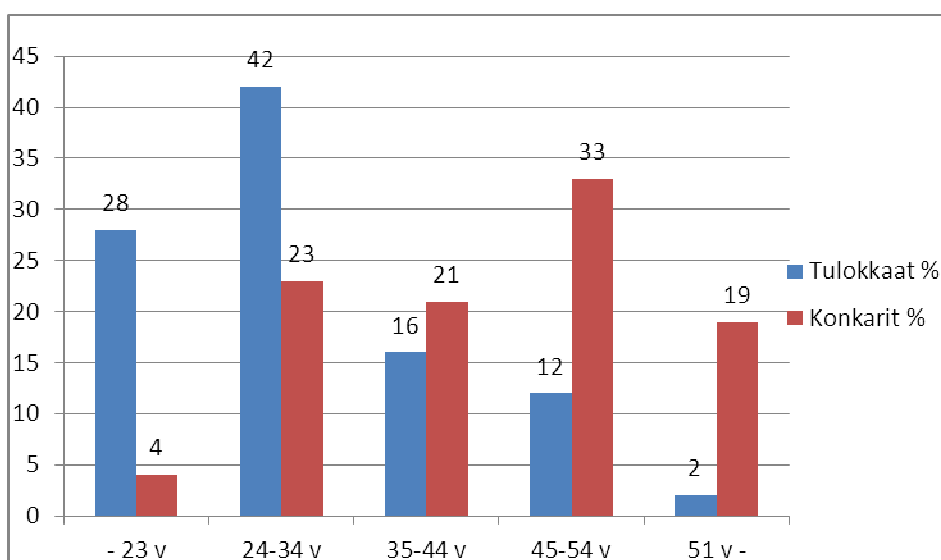
Kyselyn aluksi tiedusteltiin taustamuuttujina vastaajan sukupuoli, ikä, koulutustausta ja työsuhteen laatu Sairaanhoidopiirissä/Sosiaalipalveluissa.

Kuvion 1 mukaan Tulokkaat ja Konkarit ryhmien sukupuolijakauma noudattaa hoitolalle tyypillistä jakaumaa, jossa valtaosa henkilökunnasta on naisia.



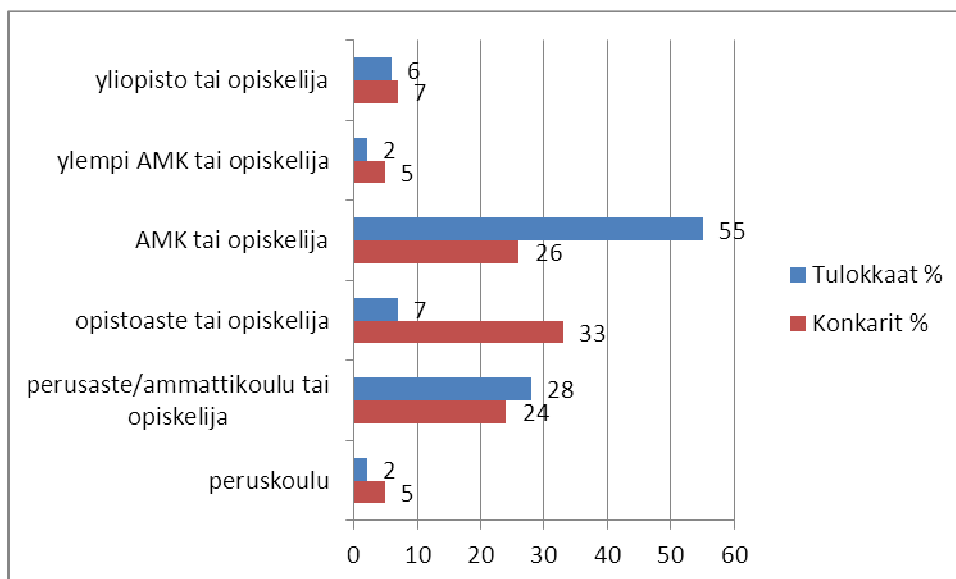
Kuvio 1. Vastaajien sukupuolijakauma

Kuviosta 2 näkyy, että Tulokkaiden suurin ikäluokka on 24–34-vuotiaat (42 %) ja Konkareiden 45–54-vuotiaat (33 %). Kyselyjen ikäjakauma ei noudata tarkasti eri sukupolville kappaleessa 6 asetettuja ikärajoja, mutta karkeasti vastaajat voidaan asettaa eri ikäsukupolviryhmiin. Tulokkaista noin 70 % kuuluu Y-sukupolveen, noin 16 % X-sukupolveen ja noin 14 % suuriin ikäluokkiin. Konkareista taas noin 27 % kuuluu Y-sukupolveen, noin 21 % X-sukupolveen ja noin 52 % suuriin ikäluokkiin.



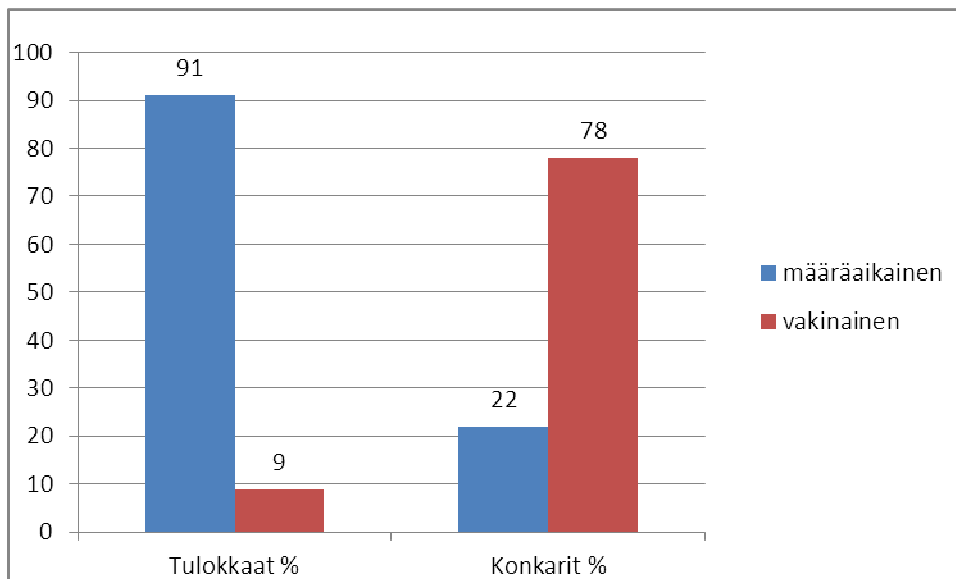
Kuvio 2. Vastaajien sijoittuminen eri ikäryhmiin

Kuvion 3 perusteella voisi päätellä, että koulutustaso on nousussa, mutta se ei välttämättä pidä paikkaansa, sillä toinen tulokaspäivän kysely tehtiin erikoissairaanhoidon tarjoavassa Sairaanhoidopiirissä ja toinen kehitysvammahuoltoa toteuttavassa Sosiaalipalveluissa. Sairaanhoidopiirin henkilöstökertomus 2011 ei sisällä lukuja ammattinimikkeistä eri toimialueilla, mutta voidaan todeta, että Sairaanhoidopiirin yleisin ammattinimike on sairaanhoitaja, jonka oppiarvo tässä kyselyssä on ”AMK tai opiskelija”, ja Sosiaalipalvelujen suurin ammattiryhmä taas on hoitaja, jonka oppiasete on ”opistoaste tai opiskelija”. Koulutustason noususta kertovana lukuna voi kuitenkin pitää peruskoulun korkeimpana koulutuksenaan ilmoittaneiden määrää, joka on Tulokkailla 2 ja Konkareilla 5.



Kuvio 3. Vastaajien korkein oppiarvo tai meneillään oleva koulutus

Kuvion 4 mukaan ryhmät eroavat toisistaan suuresti työsuhteen laadun mukaan. Tulokkaista määräaikaisia on 91 % ja Konkareista vain 22 %. Ero on luonnollinen, sillä Tulokkaissa on paljon vuosilomasijaisia.



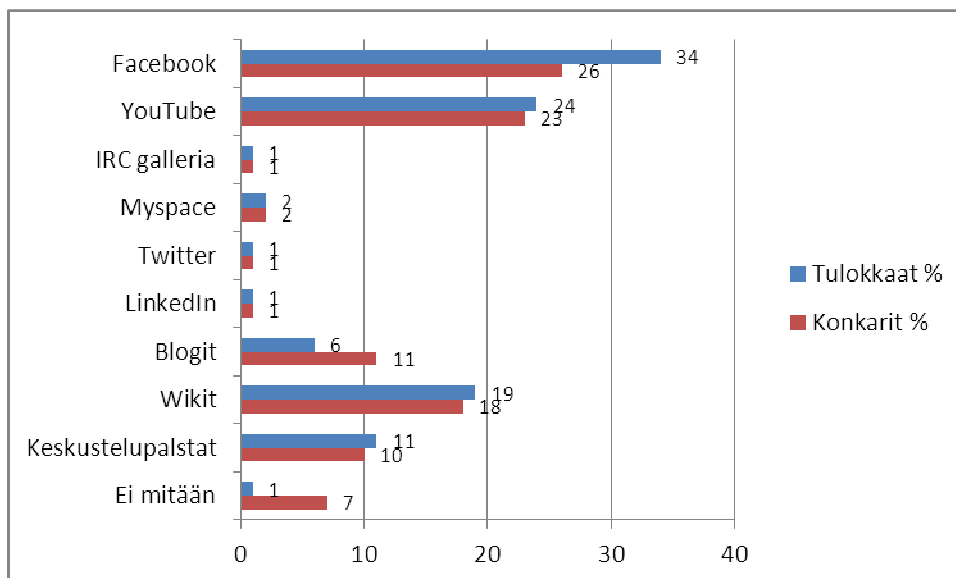
Kuvio 4. Työsuhteen laatu

Yhteenvetona taustamuuttujien osalta voi todeta, että vastaajajoukko Konkarit vastasi hyvin Sairaanhoidopiirin henkilöstökertomuksen 2011 lukuja Sosiaalipalvelujen vakinaisesta henkilökunnasta. Henkilöstökertomuksen mukaan miehiä oli 7 %, kun Konkareista heitä oli 10 %. Yli 45-vuotiaita oli Sosiaalipalvelujen vakinaisesta henkilökunnasta 55 % ja Konkareista heitä oli 52 %. Vakinaisen henkilökunnan osuus koko toimialueen henkilökunnasta oli henkilöstökertomuksen mukaan 70 %, kun kyselyyn vastanneista Konkareista heitä oli 78 %. Näiden lukujen perusteella voi Konkareiden otosta vakinaisesta henkilökunnasta pitää hyvin edustavana. Henkilöstökertomus käsittelee pääosin vakinaisen henkilökunnan lukuja, joten vertailua Tulokkaiden ryhmän ja henkilöstökertomuksen välillä ei voi tehdä.

5.3 Sosiaalisen median käyttäminen

Taustamuuttujien tiedustelun jälkeen kysymykset keskittyivät vastaajien sosiaalisen median käyttämiseen ja siihen liittyviin havaintoihin, kokemuksiin ja ajatuksiin.

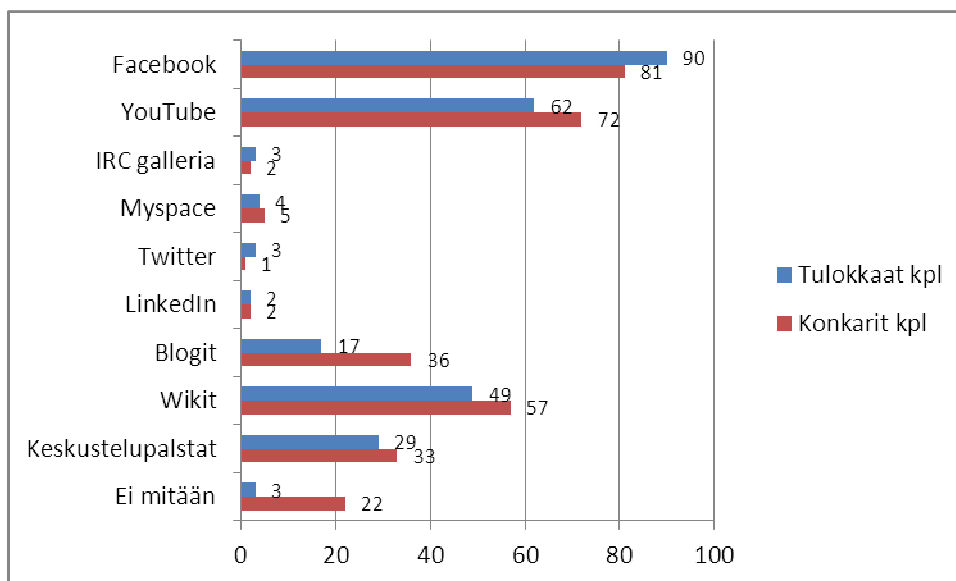
Mitä sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia käytät? Kuviosta 5 näkyy, että sekä Tulokkaiden ja Konkareiden käytetyimmät sovellukset ovat Facebook (34 %, 26 %), YouTube (24 %, 23 %) ja wikit (19 %, 18 %). Tulokkaista 1 % ja Konkareista 7 % ilmoitti, että ei käytä sosiaalista mediaa ollenkaan.



Kuvio 5. Mitä sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia vastaajat käyttävät prosentteina

Poikkeuksellisesti esitän vastaajien antamat vastaukset myös kappaleina, koska monet vastaajista käyttivät useampaa kuin yhtä sosiaalisen median palvelua tai sovellusta (Kuvio 6).

Kuviosta 6 voi tehdä saman havainnon kuin kuviosta 5, että Tulokkaiden ja Konkareiden käytetyimmät sovellukset ovat Facebook (171 kpl), YouTube (134 kpl) ja wikit (106 kpl). Tulokkaista 3 henkilöä ja Konkareista 22 henkilöä ilmoitti, että ei käytä sosiaalista mediaa ollenkaan. Kun vähennetään Tulokkaiden ja Konkareiden henkilömääristä sosiaalista mediaa käyttämättömät henkilöt, saadaan tulokseksi, että sekä Tulokkaiden että Konkareiden vastaajat käyttävät 2,5 kappaletta eri sosiaalisen median palvelua ja sovellusta.



Kuvio 6. Mitä sosiaalisen median palveluja ja sovelluksia vastaajat käyttävät kappaleina

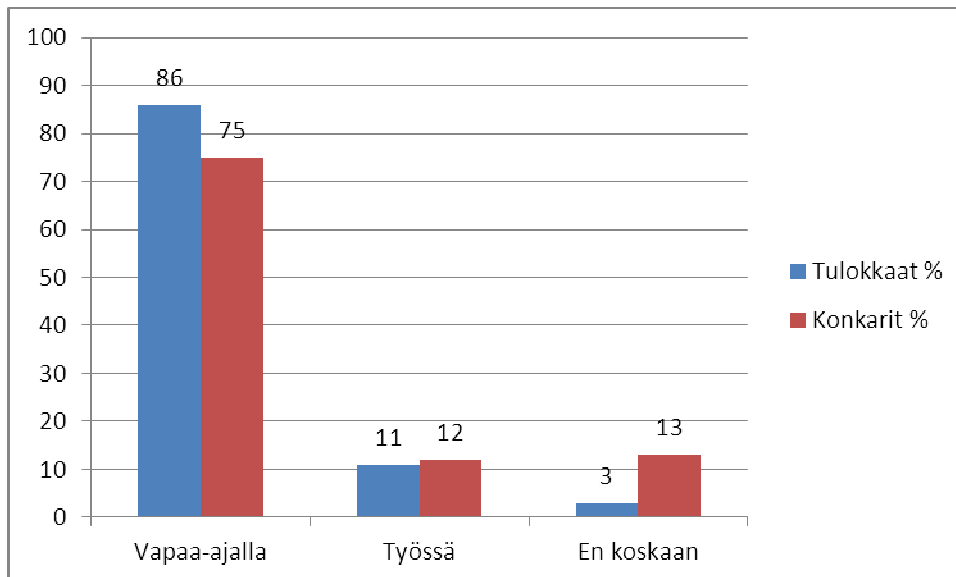
Jokin muu, mikä? Vastaajalle annettiin mahdollisuus luetella, mitä muita kuin kuvioissa 5 ja 6 mainittuja sosiaalisen median alustoja hän käyttää.

Vastauksia kertyi Tulokkailta 9 ja Konkareilta 17. Molemmat ryhmät kertoivat käyttävänsä Messengeriä ja sähköpostia sekä lukevansa lehtiä. Tulokkaat mainitsivat erikseen mol.fi ja Konkarit Skype, HeiaHeia sekä ohjelmat, joista on hyötyä päivittäisessä työssä.

Mitä käytät eniten? Vastauksia Tulokkaat antoivat 46 ja Konkarit 67 kappaletta. Kuvioiden 5 ja 6 mukaan suosituimmat sosiaalisen median palvelut olivat molemmissa ryhmissä Facebook ja YouTube. Tulokkaiden kolmanneksi käytetyimmäksi nousi Wikipedia, keskustelupalstat ja blogit. Konkareiden kolmanneksi käytetyin oli blogit.

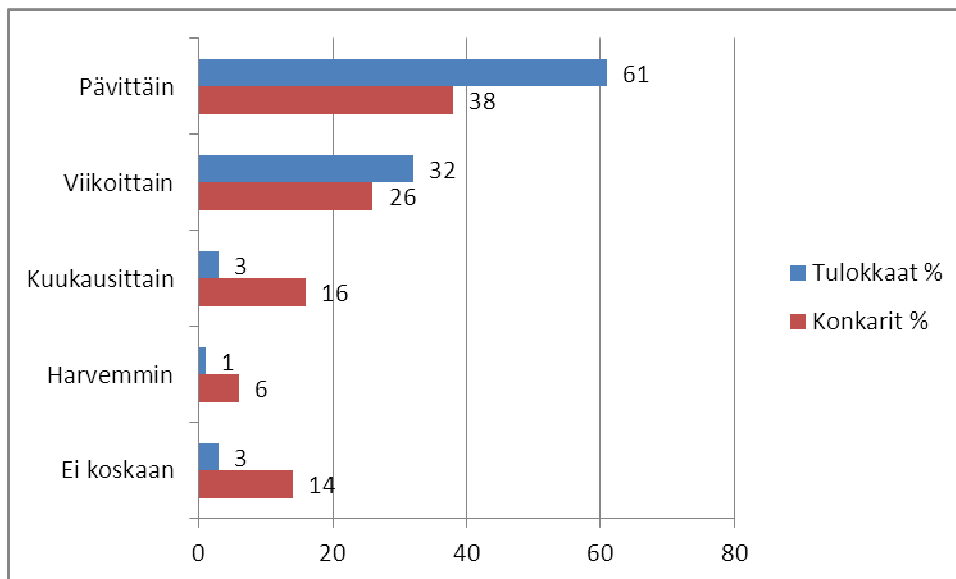
Käytätkö sosiaalista mediaa vapaa-ajalla, työssä, en koskaan. Kuvion 7 mukaan sekä Tulokkaat että Konkarit käyttävät sosiaalista mediaa työssä lähes saman verran. Kysymyksessä ei rajattu työkäyttöä työnantajan mukaan. Sosiaalisen median käyttäminen työaikana on ollut kyselyn tekemisen aikana Sairaanhoidopiirissä kielletty. On mahdollista, että vastaajat, etenkin määräaikaiset, tarkoittavat vastauksessaan työkäyttöä jonkun muun työnantajan palveluksessa kuin Sairaanhoidopiirin. Kuvion 7 mukaan Tulokkaat, joista suurin osa kuuluu Y- ja X-sukupolviin, käyttää sosiaalista

mediaa enemmän (86 %) kuin on käyttämättä (3 %) verrattuna Konkareihin, joista 13 % ilmoitti, että ei käytä sosiaalista mediaa koskaan. Vastaus tukee teoriaa, että Y- ja X-sukupolvet käyttävät sosiaalista mediaa enemmän kuin suuret ikäluokat.



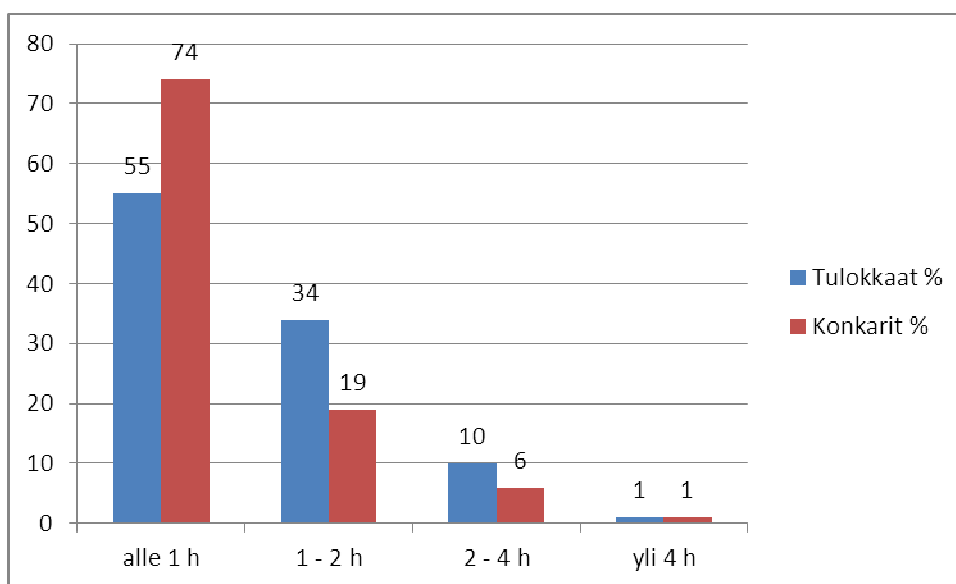
Kuvio 7. Milloin vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa

Kuinka usein käytät sosiaalisen median palveluja tai sovelluksia? Kuviosta 8 voidaan havaita, että Tulokkaista 83 % käyttää sosiaalista mediaa päivittäin tai viikoittain ja vain 4 % harvemmin kuin kuukausittain tai ei koskaan. Konkareista päivittäin tai viikoittain käyttäviä on 64 % ja harvemmin kuin kuukausittain tai ei koskaan käyttäviä 20 %. Kuvion 8 luvut tukevat samaa teoriaa kuin kuvion 7 luvut, että Y- ja X-sukupolvet käyttävät sosiaalista mediaa enemmän kuin suuret ikäluokat.



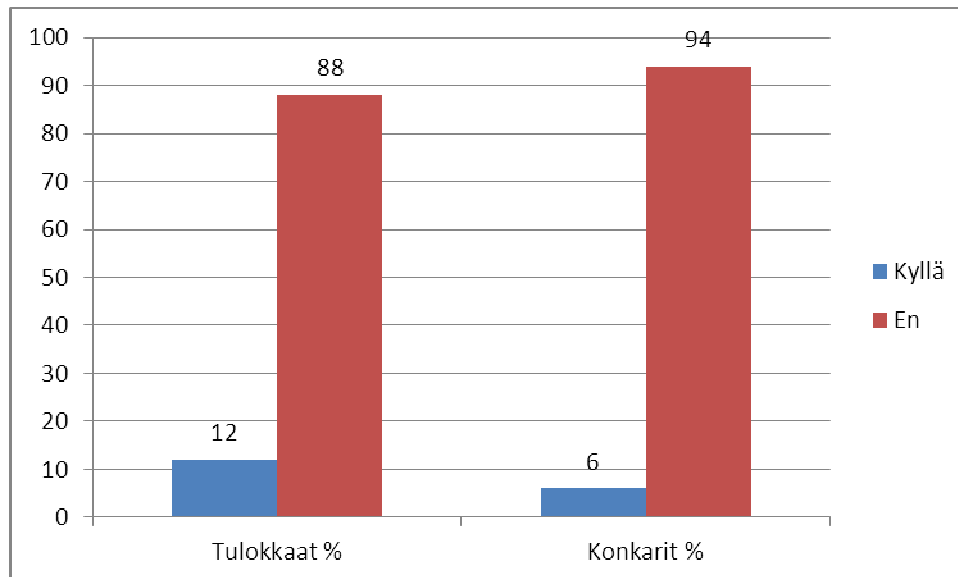
Kuvio 8. Vastaajien sosiaalisen median käyttämisen taajuus

Kuinka paljon päivittäin käytät aikaasi sosiaalisessa mediassa? Kuvion 9 mukaan Tulokkaista 89 % ja Konkareista 93 % käyttää aikaansa sosiaalisessa mediassa 2 tuntia tai alle. Konkareista 74 % käyttää aikaa alle 1 tuntia, kun vastaava luku Tulokkailla on 55 %. Kuvio 9 tukee teoriaa, että Y- ja X-sukupolvet käyttävät päivittäin enemmän aikaansa sosiaalisessa mediassa kuin suuret ikäluokat. Molemmista ryhmistä vain 1 % ilmoitti viettävänsä päivittäin aikaa sosiaalisessa mediassa yli 4 tuntia.



Kuvio 9. Vastaajien sosiaalisen median päivittäinen ajankäyttö

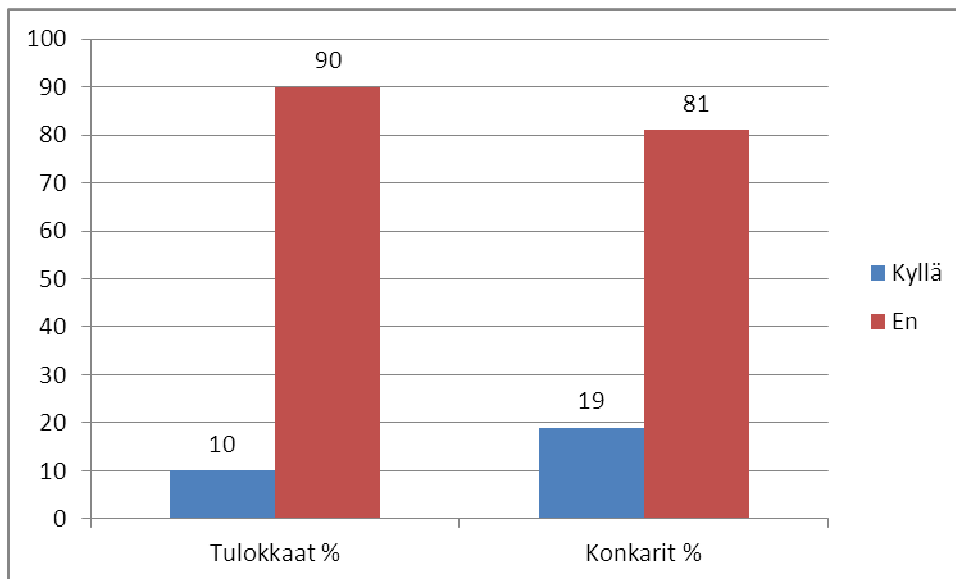
Oletko saanut koulutusta sosiaalisen median käyttämiseen? Kuviosta 10 voidaan havaita, että vastaajista valtaosa ei ole saanut koulutusta sosiaalisen median käyttämiseen. Sekä Tulokkaiden että Konkarien vastaukset ovat samantyyppiset.



Kuvio 10. Vastaajien saama koulutus sosiaalisen median käyttämiseen

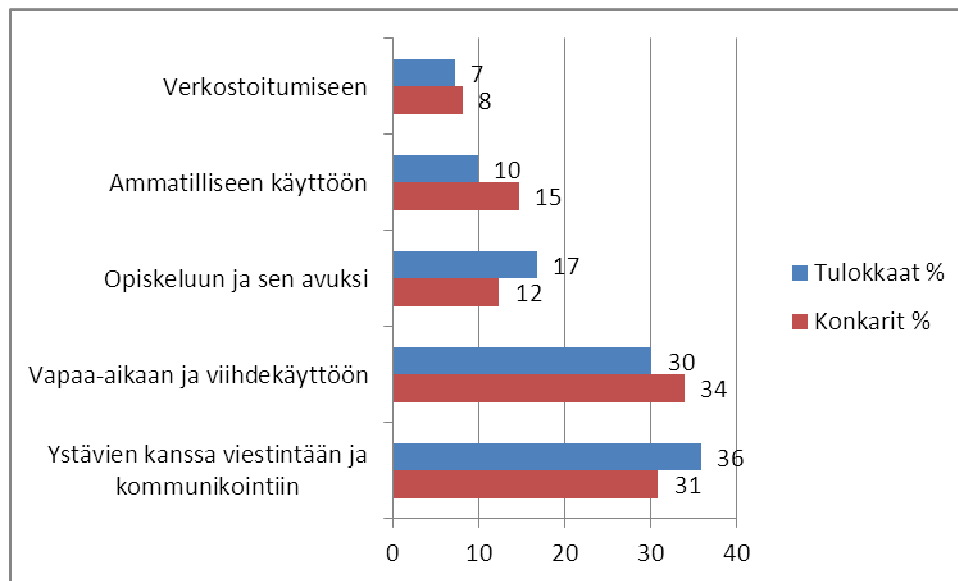
Jos olet saanut koulutusta, missä? Vastauksia Tulokkaat antoivat 12 ja Konkarit 8 kappaletta. Vastaajat kertoivat saaneensa oppinsa erilaisissa kouluissa tai koulutuksissa. Näistä mainittiin SAMK, AMK, Winnova, Tampereen yliopisto, peruskoulu, ammattikoulu, datanomi, koulunkäyntiavustaja, merkonomi, rakennuspiirtäjä ja ATK-koulutus sekä Lasta lyömätön Satakunta -koulutus. Konkareista kaksi vastaajaa ilmoitti olevansa itseoppineita ja kaksi saaneensa koulutuksen työpaikalla.

Tunnetko tarvitsevasi koulutusta sosiaalisen median käyttöön? Kuviosta 11 näkyy, että Konkarit tunsivat lähes kaksinkertaista tarvetta (19 %) saada koulutusta sosiaalisen median käyttämiseen kuin Tulokkaat (10 %). Luvut tukevat teoriaa, että Y- ja X-sukupolvien kasvatit tottuvat sosiaalisen median käyttämiseen jo pienestä pitäen. Merkille pantavaa kuitenkin on, että 10 % Tulokkaista tuntee tarvetta saada koulutusta.



Kuvio 11. Tuntevatko vastaajat tarvitsevansa koulutusta sosiaalisen median käyttämiseen

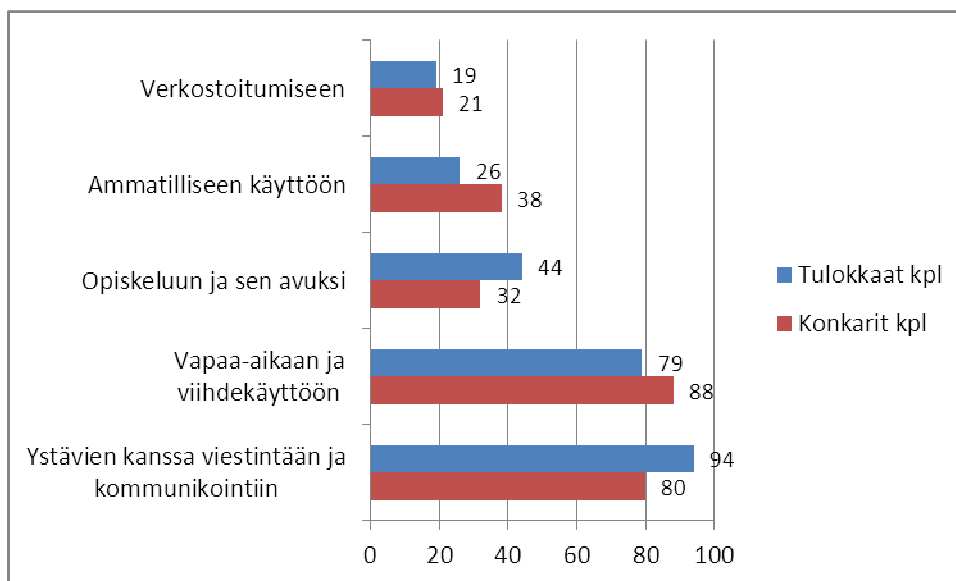
Mihin tarkoituksiin käytät sosiaalista mediaa? Kuvion 12 mukaan Tulokkaiden tärkeimmät sosiaalisen median käyttötarkoitukset ovat viestintä ja kommunikointi ystävien kanssa (36 %), vapaa-aika ja viihdekäyttö (30 %) sekä opiskelu (17 %). Konkareiden tärkeimmät käyttötarkoitukset ovat vapaa-aika ja viihdekäyttö (34 %), ystävien kanssa viestintä ja kommunikointi (31 %) sekä opiskelu (12 %). Tärkeimmät Tulokkaiden käyttötarkoitukset (Ystävien kanssa viestintä ja kommunikointi, vapaa-aika ja viihdekäyttö) muodostavat yhteensä 66 % osuuden käytöstä ja Konkareiden tärkeimmät (vapaa-aika ja viihdekäyttö, ystävien kanssa viestintä ja kommunikointi) muodostavat 65 % käyttötarkoituksesta. Havaintona voidaan todeta, että pääasiassa molemmat ryhmät käyttävät sosiaalista mediaa omaksi ilokseen ja tyydyttääkseen sosiaalisia tarpeitaan.



Kuvio 12. Mihin vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa prosentteina

Kuviossa 13 esitän kysymyksen vastaukset prosenttien lisäksi myös kappaleina, sillä useat vastaajista käyttävät sosiaalista mediaa useampaan kuin vain yhteen tarkoitukseen.

Kuviosta 13 voidaan tehdä sama havainto kuin kuviosta 12, että sekä Tulokkaiden ja Konkareiden pääasialliset käyttötarkoitukset ovat samansuuntaiset (vapaa-aika ja viihdekäyttö, ystävien kanssa viestintä ja kommunikointi), vaikka ryhmien välillä on pientä eroa. Kun vähennetään vastaajajoukosta Kuvion 6 henkilöt, jotka ovat ilmoittaneet, että eivät käytä sosiaalista mediaa (Tulokkaat 3 henkilöä, Konkarit 22 henkilöä) saadaan tulokseksi, että Tulokkaat käyttävät sosiaalista mediaa 2,5 eri tarkoitukseen vastaajaa kohti ja Konkarit 2,2 eri tarkoitukseen vastaajaa kohti. Tätä vastausta tulkittaessa pitää ottaa huomioon, että Sairaanhoidopiirissä sosiaalisen median työkäyttö on ollut kyselyn tekemisen aikaan kielletty. Tämä saattaa vaikuttaa ammatillisen käytön lukuihin.



Kuvio 13. Mihin vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa kappaleina

Muuhun, mihin? Tulokkailta vastauksia tuli 4 ja Konkareilta 8 kappaletta. Tulokkaiden vastaukset liittyivät urheiluseuran tiedottamiseen, tiedon jakamiseen, kirpputoritoimintaan ja ”kyttämiseen eli tsekkaan mitä kavereille kuuluu”. Konkarit vastasivat: pelaaminen, tiedon hankinta, yritys- ja yhdistystoiminta, entisten koulukavereiden tai sukulaisten haku, ”selvä tarve nuorten tilanteiden mukana pysymiseen tällä alueella” ja ”viittomakielisten kanssa tällainen kommunikointi toimii paremmin kuin moni muu”.

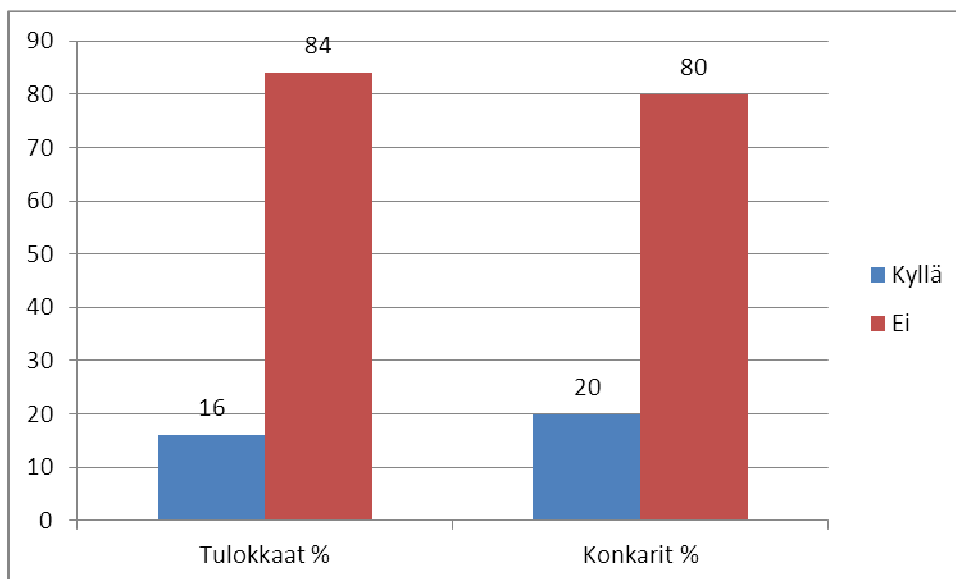
Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalista mediaa eniten? Tulokkaat antoivat 75 ja Konkarit 63 vastausta. Molempien ryhmien suosituin käyttötapa oli ystävien kanssa kommunikointi: Tulokkaat (42), Konkarit (39).

Tulokkaiden seuraavat 8 suosituinta olivat vapaa-aika (16), viihde (9), tietojen hankinta (6), opiskelu (6), viestintä (4), työ/ammattillinen käyttö (3) ja musiikin kuuntelu (2). Yksittäisiä mainintoja olivat verkostoituminen, asiakas/potilastietojen saanti ja kirjaaminen, chattaaminen, videoiden katselu, ajankulu, sähköposti ja ”vähän kaikkeen”.

Konkareiden seuraavat 8 suosituinta käyttötappaa olivat tiedon haku (7), vapaa-ajan vietto (6), viihdekäyttö (6), viestintä ja yhteydenpito (5), opiskelu (3), ammatillinen käyttö (2) ja bloggaaminen (2). Yksittäisiä mainintoja olivat verkostoituminen, ”työn

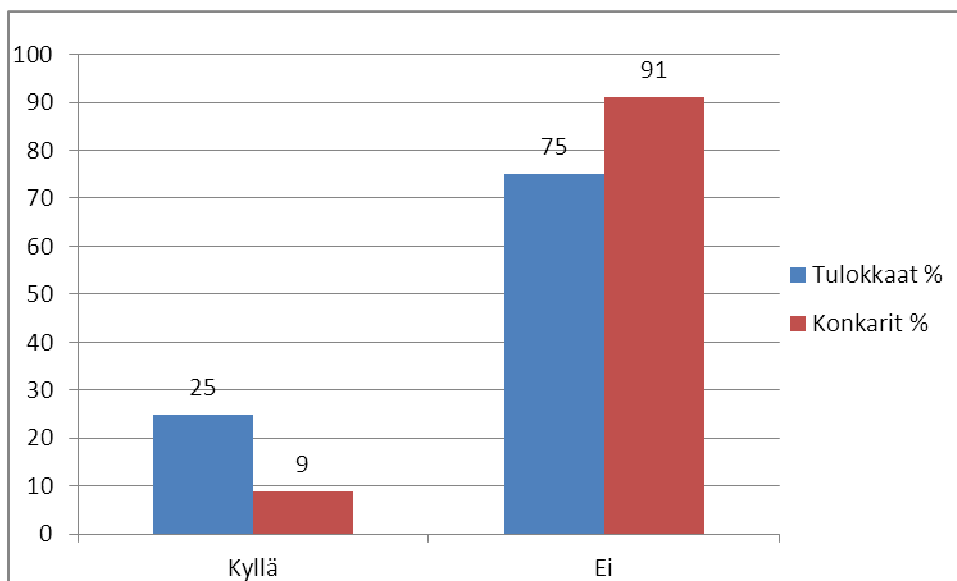
puolesta pystyn vähän katselemaan missä mennään”, ”informaation vastaanottamiseen oman ryhmän tulevista tapahtumista”, ”yritystoiminta”, ”uutisten ja viestien lukeminen”, ”musiikin kuuntelu”, ”harrastukset”, ”pelaaminen” ja ”omaksi iloksi”.

Keskustellaanko sosiaalisessa mediassa nykyisen tai entisen työpaikkasi asioista? Kuviosta 14 voidaan havaita, että sekä Tulokkaiden että Konkareiden vastaukset ovat samansuuntaiset. Valtaosasta vastaajien työnantajista ei keskustella sosiaalisessa mediassa. Tulokkaiden työnantajista vain 16 %:sta keskustellaan sosiaalisessa mediassa ja Konkareidenkin vain 20 %:sta. Tulokkaiden vastauksiin saattaa vaikuttaa lyhyt työura.



Kuvio 14. Keskustellaanko vastaajan työpaikalla nykyisen tai entisen työnantajan asioista

Oletko käyttänyt hyväksesi sosiaalista mediaa hakiessasi työ-/harjoittelupaikkaa? Kuvio 15 osoittaa, että neljäsosa Tulokkaista on hyödyntänyt sosiaalista mediaa työ- tai harjoittelupaikkaa etsiessään. Vastaava luku Konkareiden kohdalla on alle kymmenesosa. Johtopäätöksenä voidaan todeta rekrytointia ajatellen, että sosiaalisen median lisäksi kannattaa edelleen käyttää myös perinteisiä rekrytointimenetelmiä.



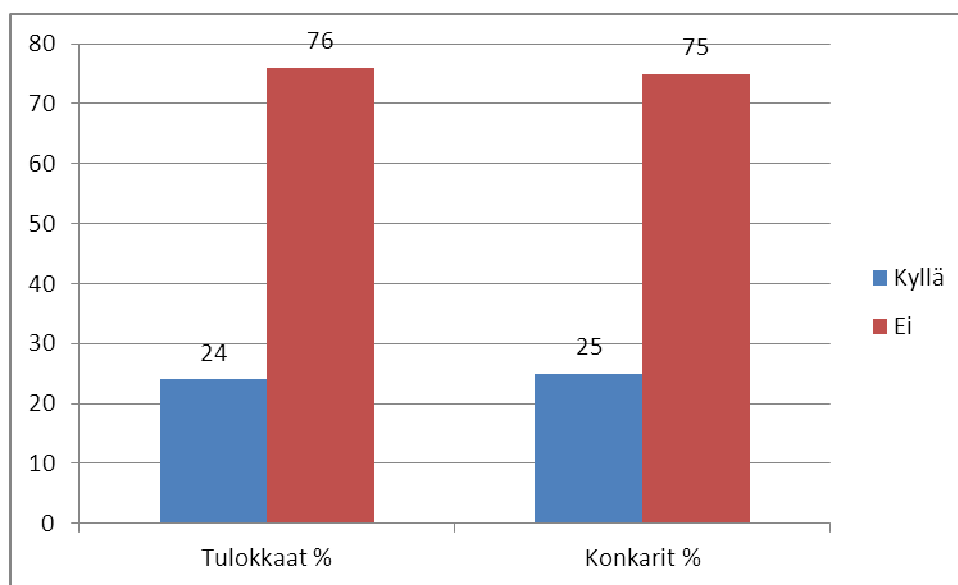
Kuvio 15. Ovatko vastaajat hyödyntäneet sosiaalista mediaa hakiessaan työ-/harjoittelupaikkaa

Mitä hyötyä sosiaalisesta mediasta on työ-/harjoittelupaikkaa hakiessa? Tulokkailta vastauksia tuli 31 kpl. Vastaajista 3 oli sitä mieltä, että sosiaalisesta mediasta ei ole mitään hyötyä työ-/harjoittelupaikan haussa ja lisäksi yksi totesi, että ”Suomessa sosiaalisen median hyötyaste on huono”. Hyötynäkökohtia löydettiin seuraavasti: vapaiden paikkojen hakeminen (7), tiedon hankinta (6), verkostoituminen (4), voi saada tietoa muiden kokemuksista/tietoa/mielipiteitä työ-/harjoittelupaikasta (3), tieto vapaasta työpaikasta välittyy tuttavien tai muiden kautta (3), voi tutkia yrityksen taustat/historian/toimintaperiaatteet (2), tiedot näkyvät ympäri Suomen/maailman helposti ja nopeasti (2), ”voi ilmoittaa infoa ystävien kesken julkisesti”, ”hakemuksesta tulee selkeämpi”, ”viestintä”, ”riippuu paikasta, mutta monenmoista” ja ”voi olla”.

Konkarit antoivat vastauksia 38 kappaletta. Vastaajista 5 ei osannut sanoa ja 5 oli sitä mieltä ettei hyötyä ole, ”En näe juurikaan hyötyä, mahdollisia haittoja sitäkin enemmän”, ”Mahdollinen hyöty on perehtyminen omaan alaan ja tehtäviin sosiaalisen median kanavien kautta.” ja ” Kahvihuoneessani sanovat, että haittaa tulee. En hae mitään paikkoja enkä parempaa asemaa firmassani.” Hyötyä löytyi seuraavasti: sisäpiiritiedon saaminen työpaikasta (6), vapaiden työpaikkojen löytyminen (4), tiedon saaminen (4), työnantaja voi tutustua työnhakijaan (2), taustatiedon hakeminen työpaikasta (2), verkostoituminen (2), ”laajuus, ajantasaisuus (toivottavasti) nopeus”, ”antaa positiivisen vaikutelman, että hallitsee monipuolisesti tiedonhallinnan

viestimiä”, ”näkee missä organisaatiossa on kehittyneet sivut”, ”jos työpaikalla olisi profiili voisi sitä kautta saada tietoa ja esittää kysymyksiä sivujen päivittäjälle”.

Voitko hyödyntää sosiaalista mediaa oman alasi työtehtävien hoitamisessa? Kuvio 16 voidaan havaita, että sekä Tulokkaiden että Konkareiden vastaukset ovat samansuuntaiset. Vastaajista neljännes voi hyödyntää sosiaalista mediaa työtehtävissään. Tämän vastauksen lukuihin saattaa vaikuttaa se, että sosiaalisen median käyttäminen on Sairaanhoidopiirissä ollut kielletty kyselyn tekemisen aikaan.

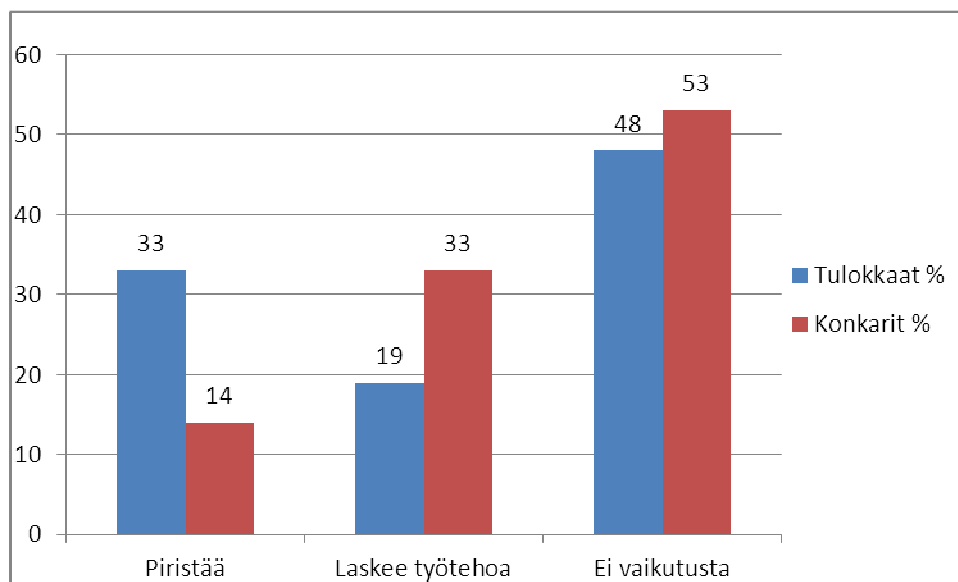


Kuvio 16. Voiko vastaaja hyödyntää sosiaalista mediaa oman alansa työtehtävien hoitamisessa?

Jos voi, niin miten? Tulokkaat antoivat 17 vastausta. Eniten hyötyä koettiin olevan tiedonhausta (13), tiedon jakamisesta (5), ”käyttää oman alan nettisivuja”.

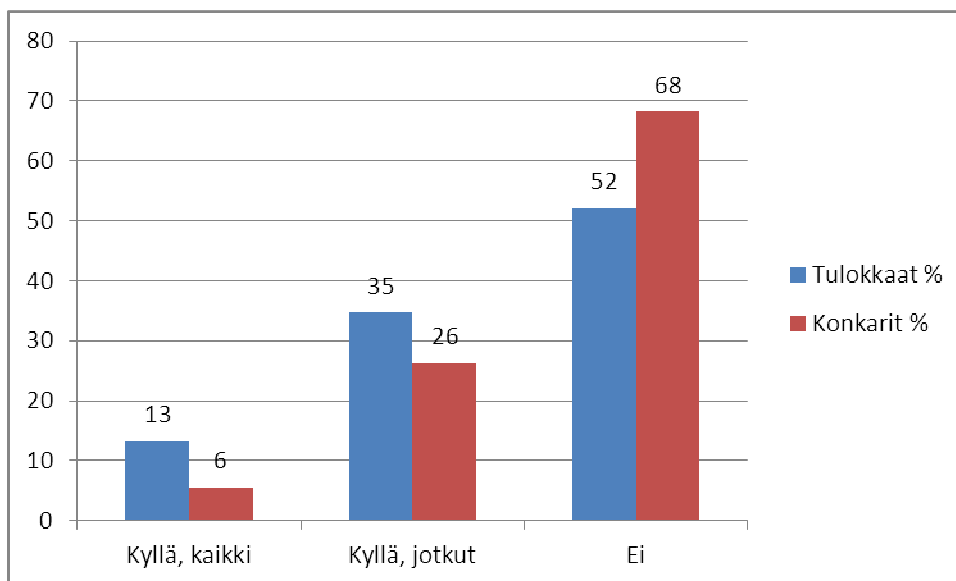
Konkarit antoivat 31 vastausta. Vastaajista 3 ilmoitti, että ei tiedä. Eniten hyötynäkökohtia löydettiin tiedon hausta (17), verkostoitumisesta (6), keskustelusta ja ajan tasalla pysymisestä (4). Lisäksi yksittäisiä vastauksia oli ”tilausten teko”, ”Kauheasti asiakkaat haluaisivat näyttää videoita esimerkiksi youtubesta tai myspacesta. Niitä sitten aina välillä katellaan.”, ”Koska kaltaisillamme yksiköillä saattaa olla esim. jokin hyväksi koettu työkäytäntö jota kannattaa kokeilla.”, ”Luen erästä blogia, jota kirjoittaa toimintarajoitteisen läheinen melko rajulla otteella ja kritiikillä kuntia ja kehitysvammahuoltoa kohtaan. Se laittaa ajattelemaan.”

Miten mielestäsi sosiaalisen median käyttö työpäivän aikana vaikuttaa työtehoon? Kuvion 17 mukaan 50 % kaikista vastaajista on sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttämisellä ei ole vaikutusta työtehoon. Sen sijaan eroa on ryhmien välillä. Tulokkaista 33 % on sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttäminen piristää ja taas Konkareista 33 %:n mielestä se laskee työtehoa.



Kuvio 17. Miten sosiaalisen median käyttäminen vaikuttaa vastaajien mielestä työtehoon

Onko edellinen/edelliset työnantajasi sallineet sosiaalisen median käyttämisen työajalla? Kuvio 18 käy ilmi, että Tulokkaista noin puolen työnantajat olivat kieltäneet sosiaalisen median käyttämisen työajalla, kolmanneksella ainakin jotkut työnantajat olivat sen sallineet ja 13 %:n työnantajat olivat kaikki olleet sallivalla kannalla. Konkareiden kohdalla taas 68 %:n työnantajilla on ollut kielteinen kanta ja salliva 6 %:lla. Lukujen perusteella ei voida tehdä pitkälle meneviä johtopäätöksiä, koska ei tiedetä kuinka monen työnantajan palveluksessa vastaajat ovat työskennelleet.



Kuvio 18. Ovatko vastaajien entinen/entiset työnantajat sallineet sosiaalisen median käyttämisen työajalla

Onko nykyinen tai entinen/entiset työnantajat virallisesti ohjeistanut sosiaalisen median käytön työpaikalla? Tämä kysymys jouduttiin teknisistä syistä jakamaan Webropolilla tehdyssä kyselyssä kahdeksi eri kysymykseksi:

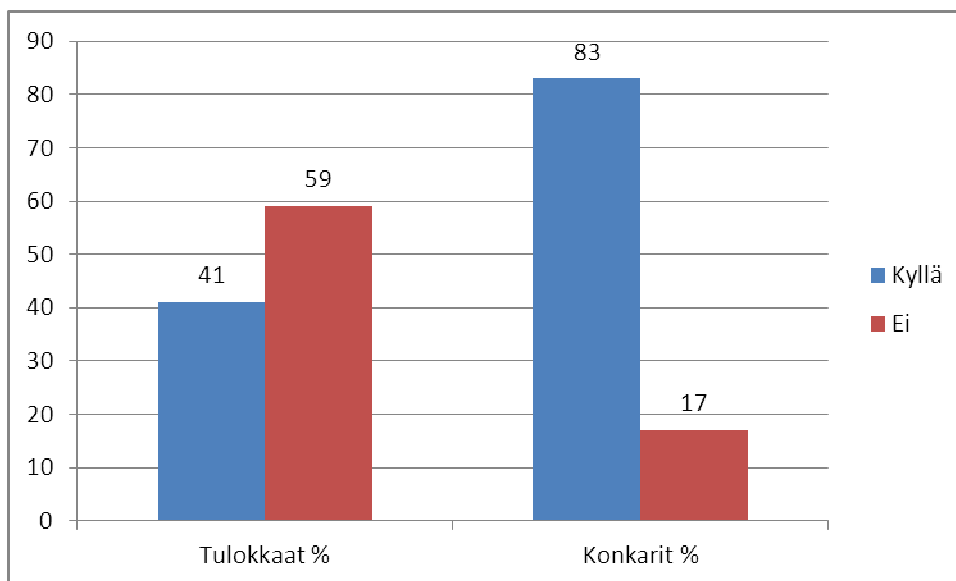
- Onko nykyinen työnantajasi virallisesti ohjeistanut sosiaalisen median käytön työpaikalla?
- Onko entinen/entiset työnantajasi virallisesti ohjeistanut sosiaalisen median käytön työpaikalla?

Koska paperisena jaetussa kyselylomakkeessa oli selkeästi eroteltu vastausvaihtoehdot nykyisen ja entinen/entiset työnantajan mukaan

”nykyinen: kyllä ei entinen/entiset: kyllä ei”

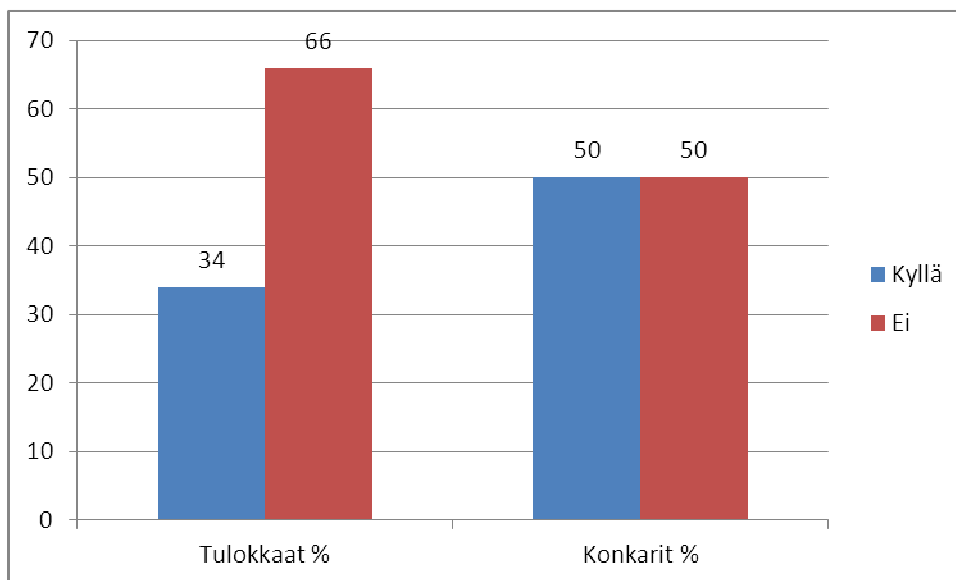
voidaan kaikki vastaukset käsitellä kahtena eri kysymyksenä.

Kysymyksellä oli tarkoituksena mitata tietävätkö vastaajat, onko nykyinen työnantaja eli Sairaanhoidopiiri ohjeistanut sosiaalisen median käyttämistä. Tulokaspäivän yhtenä tavoitteena on perehdyttää uudet työntekijät taloon ja talon tavoille. Kyselyn tekemisen aikana Sairaanhoidopiirillä on ollut voimassa oleva ohjeistus sosiaalisen median käyttämisestä, josta kuvion 19 mukaan Tulokkaista 59 % ja Konkareistakin 17 % ei ole tiennyt. On mahdollista, että Tulokkaista osa on vastannut kyselyyn ennen kuin sosiaalisen median käyttämistä koskeva ohjeistus on tulokaspäivän aikana käsitelty, mutta silti luku on korkea.



Kuvio 19. Onko vastaajan nykyinen työnantaja virallisesti ohjeistanut sosiaalisen median käytön työpaikalla?

Kuviosta 20 havaitaan, että työnantajien antama sosiaalisen median käytön ohjeistaminen on enemmän poikkeus kuin sääntö. Tulokkaiden työnantajista kaksi kolmesta ja Konkareiden työnantajista puolet ei ole antanut ohjeistusta sosiaalisen median käyttämiseen työpaikalla.



Kuvio 20. Ovatko vastaajan entinen/entiset työnantajat virallisesti ohjeistaneet sosiaalisen median käytön työpaikalla?

Mitkä ovat mielestäsi sosiaaliseen mediaan liittyvät tietoturvariskit? Tulokkaat antoivat vastauksia yhteensä 45. Suurin osa mielsi tietoturvariskiksi

vaitiolo/salassapitovelvollisuuden rikkomisen (15) ja seuraaviksi omien tietojen joutuminen ”vääriin käsiin” (12), virukset (9) sekä tietojen leviäminen (6). Yksittäisiä kannanottoja olivat seuraavat: ”ladattavat tiedostot”, ”esim. Facebookin ominaisuus lukea näytön tiedot”, ”huolimattomuus”, ”tietämättömyys”, ”tahdonalainen väärinkäyttö”, ”samat kuin muussakin kommunikoinnissa”, ”samat riskit kuin internetin kanssa muutenkin”, ”osallistutaan juttuihin; tai muuta sitoutumista vaativaankin”, ”kaikki”, ”riskejä on”, ”aika suuret”, ”tietomurrot”.

Konkarit antoivat vastauksia 61 kappaletta. Vastaajista 4 ei osannut sanoa, 1 oli sitä mieltä, että riskejä ei ole ja 3 oli sitä mieltä, että riskejä ei ole mikäli mediaa käytetään oikein ja annetaan ”järkevä” ohjeistus. Blogien ja YouTubeen käyttöä piti turvalisena 4 vastaajaa. ”Teknisistä tietoturvariskeistä en tiedä – kaikkein tärkeintähän on ammattietiikka. Jos asiasta on hyötyä omalle työlle, tuskin YouTubeesta jonkin videon katsominen vaarantaa tietoturvallisuutta.”

Suurimpina riskeinä Konkarit pitivät salassapidon vaarantumista (16). Muita riskejä olivat työpaikan asioiden leviäminen ja joutuminen ”vääriin käsiin” (13), omien tietojen leviäminen/väärinkäyttö (8), tietojen leviäminen/väärinkäyttö (6), asiaton keskustelu (4), virukset (4), tietoturvariskit (4), työajan väärinkäyttö (2), hakkerointi (3). Yksittäisiä huomioita olivat ”Melko suuret ovat riskit, jos ei käytä ollenkaan maalaisjärkeä.”, ”Pitää ymmärtää riskit ja toimia sääntöjen puitteissa.”, ”Terve järjen käyttö sallittu, se on riski aina jos sitä ei ole.”, ”Asiat menevät henkilökohtaiselle tasolle ja ne koetaan loukkauksena yksittäistä henkilöä kohtaan esim. esimiehen moittinen.”, ja ”En luota vuotoa on.”

Mihin/miten käyttäisit sosiaalista mediaa kehittäessään Satakunnan sairaanhoitopiirin toimintaa? Tulokkaat antoivat 27 vastausta. Vastaajista 5 ei käyttäisi sosiaalista mediaa mihinkään Sairaanhoitopiirin toimintaan. Tulokkaiden ideoita olivat keskustelu yksikön/henkilökunnan/asiakkaiden/potilaiden kanssa ja palautteen saaminen, rekrytointi, tiedottaminen, verkostoituminen, nettisivujen kehittäminen, perehdytys- ja koulutusvideot sekä toimipaikkojen esittelyvideot.

Konkarit antoivat vastauksia 52 kappaletta. Vastaajista 6 ei osannut sanoa ja 7 oli kielteisellä kannalla. Konkareiden ideoita ovat rekrytointi, keskustelupalsta/palaute

henkilökunnan/asiakkaiden kanssa, purkukanava työajan ulkopuolella, esittely/tiedottaminen/profiilin nosto, yhteenkuuluvuuden tunteen luoja, verkostoituminen, tiedon jakaminen, yhteistyön parantaminen ja asiakkaiden sosiaalisen median käytön seuraaminen.

Yhteenvetona kyselystä voi todeta, että Tulokkaat käyttävät sosiaalista mediaa useammin ja pidempiä aikoja kuin Konkarit. Tulokkaat käyttävät välinettä enemmän ystävien kanssa viestintään ja viihtymiseen kuin Konkarit, jotka suuntautuvat enemmän tiedonhakuun, mutta vastaajaryhmien erot eivät ole kovin suuret. Työkäyttö on molemmilla ryhmillä samansuuruista. Sen sijaan kolmasosa Tulokkaista pitää sosiaalisen median käyttämistä työpäivän aikana piristävänä, kun taas vastaava määrä Konkareista pitää sitä työtehoa laskevana.

Sosiaalisen median muodostamista riskeistä suurimmaksi molemmat ryhmät nimesivät salassapitovelvollisuuden rikkomisen. Harva vastaaja piti välinettä täysin riskittömänä. Osa vastaajista peräänkuulutti ”maalaisjärkeä” ja kunnollista ohjeistusta siitä mitä sosiaalisessa mediassa saa tehdä ja mitä ei. Molemmilla ryhmillä oli runsaasti ideoita, miten Sairaanhoidopiiri voisi hyötyä sosiaalisesta mediasta. Ideat painottuivat tiedottamiseen, tiedon jakamiseen, rekrytointiin, toimintojen esittelyyn ja keskusteluun. Konkareiden vastaukset liittyivät enemmän työkäyttöön ja keskusteluun, kun taas Tulokkaat kaipasivat tietoa ja suosittelivat YouTuben käyttöä esittelyihin. Molemmissa ryhmissä tuli esiin toive Sairaanhoidopiirin omasta verkosta ja keskustelumahdollisuudesta.

Vaikka monet vastaukset olivat samansuuntaisia eivätkä erot kaikin osin olleet kovin suuret, niissä näkyy eri ikäsukupolvien suhtautuminen sosiaaliseen mediaan. Teoriaosuuden mukaan Y-sukupolven osuus työllisistä on vuonna 2010 noin 20 % ja nousee seuraavan kymmenen vuoden aikana lähes puoleen työllisistä. Tämä on syytä ottaa huomioon huomisen työelämässä. Esimerkiksi Tulokkaista neljäsosa oli hyödyntänyt sosiaalista mediaa rekrytoinnissa, kun vastaava luku Konkareiden kohdalla oli alle kymmenesosa. Forsgård ja Frey ennustavat kirjassaan Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää, että johtaminen, markkinointi ja viestintä ovat muutoksen edessä. Tarvitaan uudenlainen lähestymistapa, jonka

keskiössä ovat vuoropuhelun avautuminen, seuraajien löytäminen ja vaikuttaminen pitkäjänteisen suhdetoiminnan kautta.

6 AVAINHENKILÖJEN HAASTATTELUT

Maalis- ja huhtikuussa 2012 haastattelin Sosiaalipalvelujen johtohenkilöitä ja muita opinnäytetyön kirjoittamisen ja haastattelujen edetessä avainhenkilöiksi havaitsemiani henkilöitä. Haastattelun antoivat Sosiaalipalvelujen toimialueelta sosiaalipalvelujen johtaja Merja Paavola, asumispalvelujen palvelupäällikkö Tuula Saarinen, laitoshoidon palvelupäällikkö Katja Salminen, Erityisosaamiskeskuksen palvelupäällikkö Heikki Mustonen, laatupäällikkö Jouko Alinen, Kamu-tuvan vastaava ohjaaja Merja Kataja, Selko-projektin projektisuunnittelija, ohjaaja Riikka Törnroos, ohjaaja Jukka Joutsenlahti, Antinkartanon koulutus- ja toimintakeskus KoTo:n johtaja Maija Nyström, asumisyksikön esimies Marika Paunu-Laakso ja kuntoutusohjaaja Eija Nieminen. Sairaanhoidopiiristä haastattelin henkilöitä, joiden työtehtävät vaikuttavat Sosiaalipalvelujen henkilökuntaan. Haastattelun antoivat työhyvinvointipäällikkö Katri Mannermaa, hallintopäällikkö Liisa Kotka, henkilöstöjohtaja Laura Leppämäki, työfysioterapeutti Merja Tuomainen ja työterveyshoitaja Liisa Kaanaa. Lisäksi painonhallinnan yhteistyöprojektista kertoi Satakunnan Sydämpiiri Ry:n projektikoordinaattori Sari Ketola. Käyttäjäasiakkaiden omaisten edustajina haastattelun antoivat erityishuoltoneuvoston puheenjohtaja Sirpa-Riitta Kuusisto, varapuheenjohtaja Hannele Tuominen ja Poijulaiset-ryhmän jäsen Ismo Tuomikoski.

Opinnäytetyösuunnitelmaa laatiessani olin suunnitellut haastattelevani vain Sosiaalipalvelujen johtohenkilöt, mutta työn edetessä ja tehdessäni haastatteluja kasvoi haastateltavien joukko. Sain monelta työntekijältä neuvoja, kenen puoleen vielä kannattaisi kääntyä. Jokaisella haastateltavalla oli ideoita siitä mitä hyötyä ja haittaa sosiaalisen median käyttämisestä heidän omassa työssään voisi olla.

Sairaanhoidopiirissä laadittiin syksyllä 2011 uusi sosiaalisen median käyttämistä koskeva ohjeistus, joka sallii työkäytön, kun sille on jokin työnteon kannalta

hyväksyttävä peruste. Uusittu ohje on päivätty 28.11.2011 eikä siis ole ollut voimassa tulokaspäivien eikä syksyllä tehdyn kyselyn aikana. Ohjeen muutos ei näin ollen vaikuta kyselyjen tuloksiin. Haastattelut Sairaanhoidopiirissä ja Sosiaalipalveluissa olen tehnyt maaliskuussa 2012 työkäytön ollessa sallittu. Havaintojeni mukaan Sosiaalipalvelujen henkilökunta ei kuitenkaan ole ollut tietoinen ohjeistuksen muutoksesta, joten haastattelut lähtevät samasta perusolettamuksesta, että työkäyttö on kielletty. Ainoastaan Sairaanhoidopiiristä haastattelemani henkilöt olivat tietoisia ohjeistuksen muutoksesta ja työkäytön sallimisesta.

Kaikille haastateltavilleni esitin kaksi kysymystä: ”Mitä hyötyä voisi sosiaalisen median käyttämisestä olla omassa työssäsi?” ja ”Mitä haittaa siitä voisi olla omassa työssäsi?” Seuraavassa on haastattelujen purku sekä näkemyksiä ja ideoita eri työtehtävien ja eri asemassa työskentelevien henkilöiden silmin katsottuina.

6.1 Sosiaalipalvelujen hallinto ja laadunhallinta

Sosiaalipalvelujen johtaja Merja Paavola löytää sosiaaliselle medialle useitakin käyttötarkoituksia. Tärkeintä hänen mielestään olisi olla näkyvillä ja luoda hyvää imagoa. Hän uskoo, että sosiaalista mediaa käyttämällä voitaisiin vähentää reklamaatioita. Omaiset ottavat nyt määrällisesti vähän kontaktia käyttämällä sähköpostia ja tekevät tiedusteluja, mutta sosiaalinen media voisi olla kanava, joka toisella tavalla tavoittaisi omaiset. Hän näkee sosiaalisen median tarjoavan mahdollisuuksia myös rekrytoinnin apuna.

Paavola on kokenut sosiaalisessa mediassa tehtävät kyselyt hyväksi. Hänen mukaansa esimerkiksi palsta otsikolla ”Kysy ammattilaiselta” saattaisi toimia Sosiaalipalvelujen lisäksi myös Sairaanhoidopiirin somaattisella puolella. Sosiaalinen media saattaisi olla oiva väline tilanteessa, kun ”puhelin ei vastaa”. Asiakas voisi saada vastaanottoaikoja, ohjausta, neuvontaa ja vaikkapa kysyä jälkihoitoon liittyviä asioita. Tämä palvelisi asiakasta/potilasta ja säästäisi aikaa myös Sairaanhoidopiirin taholla.

Uhkana Paavola näkee mahdollisuuden yksityisyyden suojan vaarantumiseen. Uhka on myös se, että sosiaalisen median käyttämiseen ja ylläpitoon pitäisi voida osoittaa riittävät resurssit, joita ei tällä hetkellä ole vapaana.

Laatupäällikkö Jouko Alisen mukaan sosiaalinen media voisi toimia uudenlaisena tiedottamisen kanavana, josta tieto olisi helpommin löydettävissä kuin kotisivuilta. Kotisivuilta pitäisi olla linkki suoraan sosiaaliseen mediaan, jossa tiedotettaisiin esimerkiksi uuden yksikön perustamisesta, arvoista, strategioista, organisaation muutoksista, laadunhallinnasta ja siitä, miten asiakas voi vaikuttaa palveluihin. Alisen mukaan Kamu-tuvalle sosiaalisesta mediasta olisi hyötyä omaisten verkostoitumisen kanavana.

Sosiaalipalvelujen toimipisteet ovat hajallaan maakunnassa, ja Alisen mukaan profiili sosiaalisessa mediassa saattaisi toimia henkilökunnalle kanavana kokemusten ja kysymysten vaihtoon. Kysyä voisi esimerkiksi uuden yksikön perustamiseen liittyvistä asioista, tiedottaa juhlista, onnitella juhlijaa ja laittaa esille kuvia juhlista, keskustella ohjelmasta ja antaa vinkkejä muille. Alinen uskoo, että tämä lisäisi yhteenkuuluvuuden tunnetta toimialueen sisällä ja nostaisi identiteettiä. Toiminnan laatua vahvistaa, jos tunnetaan toiset työntekijät edes ulkonäöltä, toteaa Alinen. Samalla saattaisi tulla esiin henkilökunnassa piileviä kykyjä, joita voi hyödyntää niin arjen työssä kuin vapaa-ajalla.

Alisen mielestä henkilökunnalla olisi mahdollisuus levittää hyviä käytäntöjä sosiaalisen median keskustelupalstan kautta. Kun toimipisteet ovat hajallaan maakunnassa, voi yksiköissä kehittyä omia toimintatapoja, jotka voivat olla hyviä ideoita tai eivät kovin ammatillisia toimintatapoja. Sosiaalisessa mediassa, voisi olla informatiivista asiakasmateriaalia selkokielellä ja myös asukkailla voisi olla mahdollisuus kokemusten vaihtoon. Käyttäjien keskustelua pitäisi kuitenkin voida valvoa.

Sosiaalipalvelujen toimialueelle on 1.3.2012 myönnetty ISO 9001:2008 laatujärjestelmän laatusertifikaatti, joka on ensimmäinen Suomessa kehitysvammahuoltoon myönnetty laatusertifikaatti. Ulkopuoliset auditoijat ovat ehdottaneet laadunhallintajärjestelmään teemavuosia. Tätä ajatusta olisi Alisen mielestä mahdollista toteuttaa

sosiaalisessa mediassa esimerkiksi järjestämällä teemakeskusteluja laatutavoitteiden pohjalta.

Uhkana Alinen näkee, että kirjoittelu sosiaalisessa mediassa voi riistäytyä käsistä. Haasteena hän näkee sen, että jonkun on oltava vastaamassa viesteihin. Lisäksi asukas/asiakasasioissa on erityisesti huomioitava yksityisyyden suoja, tietosuoja ja asiakkaan tunnistettavuus.

6.2 Antinkartanon kuntoutuskeskus

Laitoshoidon palvelupäällikkö Katja Salminen pureutuu rekrytoinnin näkökulmaan. Hän uskoo, että etenkin nuoret työntekijät ja opiskelijat ovat paremmin tavoitettavissa sosiaalisen median keinoin kuin perinteisin. Profiili sosiaalisessa mediassa toisi lisää tietoisuutta Sosiaalipalvelujen toiminnasta ja yleensä sen olemassaolosta. Näkyvyys saattaisi vähentää merkittävästi rekrytointiin ja oppisopimuskoulutukseen liittyviä kyselyjä, joita Salminen saa nyt runsaasti. Profiilissa voisi olla tietoa kehitysvammaisuudesta, Sosiaalipalvelujen toiminnasta, yksiköistä, työstä ja työskentelestä Sosiaalipalveluissa, oppisopimuskoulutuksesta sekä esimerkiksi lista ”Usein kysytyt kysymykset”. Näin vastaukset näkyisivät kaikille hakijoille ja tarvittavan tiedon välittyminen sosiaalisesta mediasta säästäisi Salmisen työaika ja parantaisi työnhakijan tiedonsaantia.

Salmisen mukaan sosiaalisesta mediasta ei ole hyötyä suurimmalle osalle laitoshoidon asukkaista ja ne, jotka välineestä hyötyvät, saavat ohjausta henkilökunnalta. Salminen kertoo, että henkilökunnan kirjoittelu sosiaalisessa mediassa on aiheuttanut myös työyhteisökriisejä. Näitä torjumaan Salminen toivoo virallista profiilia, jossa voisi jakaa oikeanlaista tietoa esimerkiksi valinnoista avoimiin toimiin.

Antinkartanon koulutus- ja toimintakeskus KoTo:n johtaja Maija Nyström pitää näkymistä sosiaalisessa mediassa tärkeänä profiilin noston kannalta. Profiilissa kerrottaisiin esimerkiksi Sosiaalipalveluille myönnettyistä Hyvä palvelu -palkinnoista, laatusertifikaatista, työhyvinvoinnin arvoista ja voitaisiin mainostaa tapahtumia.

Nyström toivoo, että työnantajalla olisi sosiaalisessa mediassa virallinen profiili, jossa henkilökunnalla ja asiakkailta olisi mahdollisuus olla kavereita ja keskustella. Näin rajanveto henkilökunnan työ- ja vapaa-ajan välillä selkiytyisi. Omat ryhmät voisi olla asukkaille/asiakkaille ja heidän omaisilleen.

6.3 Asumispalvelujen vastuualue

Asumispalvelujen palvelupäällikkö Tuula Saarinen toteaa, että sosiaalinen media on nuorten arkipäivää eivätkä kehitysvammaiset tee tästä poikkeusta. Myös he haluavat kuulua johonkin ryhmään ja solmia ystävyysuhteita. Sosiaalisessa mediassa kehitysvammaiset asukkaat voivat harjoitella kirjoittamista, kartuttaa sosiaalisia taitojaan ja solmia sosiaalisia suhteita, jota esimerkiksi ujous voi muuten estää. Saarinen näkee tärkeäksi myös sen, että aikuisiällä vammautuneet asukkaat voivat sosiaalisen median avulla säilyttää vanhoja ystävyysuhteitaan. Kehitysvammaisten asukkaiden sosiaalisen median käyttäminen asumisyksiköissä tapahtuisi kontrolloidusti henkilökunnan ohjatessa ja opettaessa asukkaita. Sosiaalipalvelujen virallinen profiili toisi mahdollisuuden puuttua kehitysvammaisten asukkaiden toimiiin kontrolloidusti.

Sosiaalipalvelujen virallisen profiilin olemassa olon hyvinä puolina Saarinen näkee tavoitettavuuden, näkyvyyden, julkisuuden ja kiinnostavuuden sekä niiden tuoman hyödyn muun muassa rekrytoinnille. Profiilissa olisi hyvä olla keskustelupalsta, jossa esitettäisiin kysymyksiä, käytäisiin avointa keskustelua ja saataisiin suoraa palautetta toiminnasta. Kehitysvammaisten vanhemmat voisivat löytää profiilin kautta tietoa ja vertaistukea. Profiilissa voisi olla tilaa myös Kehitysvammaisten tukipiirin tiedotuksille. Lisäksi kanavaa olisi tarvittaessa mahdollisuus käyttää mielipidevaikuttamiseen ja verkostoitumiseen kollegoiden kesken.

Avoin keskustelupalsta sosiaalisessa mediassa toisi todennäköisesti myös negatiivista palautetta. Saarinen ei näe tätä kuitenkaan kokonaan uhkana, sillä muut keskustelijat voivat kommentoida negatiiviseen asiaan positiivisesti. Varsinaisena uhkana Saarinen näkee mahdollisuuden rikkoa vaitiolovelvollisuutta ja sosiaalisen median tarpeettoman ja liiallisen käytön työaikana.

Lisää näkemystä arjen työstä asumispalveluissa tuo **asumisyksikön esimies** Marika Paunu-Laakso. Hänellä itsellään ei ole henkilökohtaista profiilia sosiaalisessa mediassa, mutta usealla hänen alaisellaan on. Paunu-Laakso kertoo, että henkilökunta on omien profiiliensa kautta vapaa-ajallaan etsinyt tietoa siitä, mitä asukkaat puuhaavat sosiaalisessa mediassa ja kertoneet havainnoistaan työpaikalla. Pääosin havainnot ovat olleet negatiivisia. On havaittu esimerkiksi valehtelua ja kostotarkoituksessa luotu tekaistu profiili. Ohjaajat ovat puuttuneet väärinkäytöksiin, keskustelleet asukkaiden kanssa ja ohjanneet heitä. Henkilökunnan kokemuksen mukaan asukkaat ovat taitavampia tietokoneen käyttäjiä kuin uskommekaan. Heillä on enemmän kykyä kuin taitoa, ja ohjauksen tarve on ilmeinen.

Paunu-Laakso kertoo henkilökunnan kokevan, että olisi helpompi puuttua asukkaiden asioihin, kun profiili olisi virallinen. Lisäksi asukkaiden elämään oleellisesti liittyvän työn voisi vapaa-ajan sijasta tehdä työajalla, koska tarve asukkaiden sosiaalisen median käyttämisen seuraamiselle on olemassa. Paunu-Laakso pohtii asukkaiden itsemääräämisoikeutta ja sitä, onko henkilökunnalla oikeutta puuttua asukkaiden toimiin sosiaalisessa mediassa. Hänen näkemyksensä mukaan virallinen profiili selvittäisi tätä rajanvetoa ja antaisi henkilökunnalle oikeuden puuttua asukkaan asioihin.

Kehitysvammaliitto ylläpitää suljettua ja valvottua Kaveripiiri nimistä sivustoa, jonka avulla kehitysvammaiset voi löytää uusia kavereita ja keskustella. Paunu-Laakson kertoman mukaan asukkaat eivät kuitenkaan halua liittyä Kaveripiiriin mukaan, koska ”siellä on vain vammaisia”. Hän jatkaa, että jokainen vammaiset haluaisi olla vammaton ja seurustella vammattomien kanssa.

Paunu-Laakson mukaan sähköposti on havaittu hyväksi välineeksi asukkaille, joilla on puheenvaikeuksia. Kotiviikonlopunkin aikana tukiasukkaat haluavat olla yhteydessä asumisyksikköönsä kotona olevan tietokoneen avulla. Sosiaalinen media ja siinä oleva keskustelupalsta lisäisi yhteenkuuluvuuden tunnetta, edistäisi ystävystymistä, keskustelua ja tiedottamista esimerkiksi yhteisistä illanvietoista, joihin voisi ilmoittautua välineen kautta. Myös tekstiviestit tavoittavat asukkaat hyvin, ja välineenä kännykkä onkin helpompi kuljettaa mukana kuin tietokone. Tänä päivänä kännykälläkin on mahdollista päästä Internetiin.

Uhkana Paunu-Laakso näkee nykyisen henkilökuntaresurssin riittämättömyyden sosiaalisen median tuomalle lisätyömäärälle ja sen, että toiminnalle pitäisi löytyä vastuuhenkilö. Uhka hänen mielestään on myös se, jos sosiaalinen media korvaa henkilökohtaiset keskustelut. Uhkana asukkaille voi olla myös nettiriippuvuus, toteaa Paunu-Laakso.

6.4 Asiantuntijapalvelujen vastuualue

Erityisosaamiskeskuksen palvelupäällikkö Heikki Mustosen mielestä sosiaalisesta mediasta olisi tiedottamisen kautta hyötyä käyttäjäasiakkaille. Sosiaalisen median profiilissa voitaisiin antaa tietoa Sosiaalipalvelujen tarjoamista palveluista ja käydä keskustelua niistä. Hän uskoo, että lopputuloksena entistä useampi voisi saada tarpeisiinsa sopivaa palvelua, jota Sosiaalipalvelut tarjoaa ja joka hyödyttää asiakasta. Keskusteluissa olisi mahdollista rohkaista ja ohjata asiakasta hakemaan etuutta tai esimerkiksi maksusitoumusta päästäkseen palveluarvioon. Mustosen mielestä tämä olisi hyvää palvelua, sillä kaikki asiakkaat eivät tiedä, mihin palveluihin he ovat oikeutettuja.

Mustonen näkee tärkeänä mahdollisuuden saada palautetta, joka on olemassa, mutta ei tule Sosiaalipalveluihin asti. Laadunhallintajärjestelmän mukaan Erityisosaamiskeskus toteuttaa säännöllisesti asiakastyytyväisyyskyselyjä, joiden palaute on ollut hyvää, ehkä liiankin hyvää, toteaa Mustonen. Sosiaalisen median kautta voitaisiin saada palautetta, jota ei paperilomakkeella tehtyjen asiakastyytyväisyyskyselyjen avulla saada, sillä eri ikäsukupolvet vastaavat paperilla ja eri sukupolvet taas käyttävät mieluummin tietoverkkoja. Sosiaalisen median kautta saatu palaute voisi olla raujakin esimerkiksi tilanteessa, jossa on jouduttu tekemään lastensuojeluilmoitus, mutta Mustonen pitää kuitenkin tärkeänä, että palautetta saadaan ja siihen voidaan reagoida, kehittää toimintaa ja vahvistaa imagoa.

Uhkana Mustonen pitää resurssien puuttumisen sosiaalisen median hoitamiseen, sillä saatuun palautteeseen pitää vastata. Lisäksi uhkana on salassapidon vaarantuminen. Mustonen toteaa, että sosiaalisessa mediassa syntynyttä keskustelua ei voi hallita, ja

se voi tuoda vääränlaista julkisuutta, mutta sosiaalinen media on nykyaikaa eikä siltä voida ummistaa silmiään ikuisesti.

Kuntoutusohjaaja Eija Nieminen kertoo käyvänsä sosiaalisessa mediassa tarkistamassa, mitä asiakkaat siellä kirjoittavat. Lasten vanhemmat eivät aina tiedä oman lapsensa asioista, eivät sitä, mitä nämä kirjoittavat sosiaalisessa mediassa ja esimerkiksi kiusataanko heitä. Lapsen vanhemmat voivat olla iäkkäitä, eivätkä itse käytä sosiaalista mediaa tai lapsi ei halua kertoa kaikesta vanhemmilleen. Nieminen on sosiaalisen median seuraamisen kautta havainnut tarvetta puuttua asiakkaan asioihin, muun muassa koulukiusaamiseen.

Nieminen kertoo, että tämän päivän nuoren elämässä on paljon muuttujia. Erityisyyden kirjo on laaja, mutta kuntoutusohjauksen henkilökunnassa on paljon kehitysvammaisuus ja autismläheisyyttä sekä mahdollisuutta tukea nuoren kasvua. Niemisen mukaan kehitysvammaisia voitaisiin opettaa sosiaalisen median käytössä, sillä sen avulla voisi luoda kaverisuhteita, joiden solmimista esimerkiksi vammaisuus voi vaikeuttaa tai estää.

Niemisen työtä helpottaisi, jos Sosiaalipalveluilla olisi oma profiili. Työprofiiliin olisi mahdollisuus ottaa kaveriksi yhteyttä haluavia asiakkaita. Nieminen kokee, että virallisen profiilin kautta olisi helpompi seurata asiakkaiden asioita ja puuttua niihin. Profiilissa voisi lisäksi vinkata vanhemmille ajankohtaisista asioista, joita vanhemmat eivät välttämättä ehdi huomioida. Uhkana Nieminen näkee tietosuoja-aukot.

Kamu-tuvan vastaava ohjaaja Merja Kataja toivoo, että Sosiaalipalveluilla olisi virallinen profiili. Virallinen näkyvyys sosiaalisessa mediassa olisi hänen mielestään hyvä, sillä se toisi näkyvyyttä Sosiaalipalvelujen toiminnalle. Kamu-tuvan toiminnasta voisi tiedottaa ja kertoa esimerkiksi seuraavan viikonlopun ohjelmasta, josta osallistujat vanhempineen ovat kiinnostuneita ja tekevät tiedusteluja. Profiilissa tiedottaminen säästäisi ohjaajien työaika. Kataja kaipaa myös Kamu-tuvan toiminnasta omaisten antamaa palautetta, jota ei nyt saada.

Tärkeänä Kataja pitää sosiaalisen median tarjoamaa mahdollisuutta keskustella. Kaverit näkevät kaverit ja voivat keskustella. Jotkut asiakkaat ovat Facebookissa

jatkuvasti, kun taas toiset piipahtavat satunnaisesti. Kataja ja tiiminvetäjäohjaajat keskustelevat asiakkaiden kanssa, tosin omalla ajallaan. Kataja pitää Facebookia hyvänä ja helppokäyttöisenä välineenä. Profiilissa voidaan käydä keskustelut yksityisesti ja näin vaitiolovelvollisuus voidaan täyttää. Kataja on myös ottanut yhteyttä asiakkaiden vanhempiin, kun hän on huomannut asiakkaan profiilissa käytävän ikävää keskustelua nuorten kesken. Lasten ja nuorten vanhemmat eivät välttämättä itse ole mukana sosiaalisessa mediassa ja vaikka ovatkin, he eivät tiedä, mitä omat lapset siellä kirjoittavat ja jos he kohtaavat kiusaamista. Katajan mielestä asiakkaat voivat olla sosiaalisessa mediassa mukana, mutta ohjattuina.

6.5 Omaiset ja käyttäjäasiakkaat

Omaisten näkökulmaa valottavat erityishuoltoneuvoston puheenjohtaja Sirpa-Riitta Kuusisto ja varapuheenjohtaja Hannele Tuominen. Erityishuoltoneuvosto on Sosiaalipalvelujen ja käyttäjäasiakkaiden välinen keskustelufoorumi, joka kokoontuu neljä kertaa vuodessa. Siihen kuuluvat edustajat Sairaanhoidopiirin johdosta, Sosiaalipalvelujen johdosta, Erityisosaamiskeskuksen työntekijöitä, asumisyksikköjen edustaja sekä omaisten ja käyttäjäasiakkaiden edustajia. Tuominen toimii myös Satakunnan kehitysvammaisten Tukipiiri ry:n sihteerinä.

Kuusisto ja Tuominen kertovat, että sosiaalinen media on heille itselleen melko tuntematon väline, mutta heidän tuntemansa nuoret vanhemmat, joille on syntynyt kehitysvammaisen lapsi, viettävät paljon aikaa Internetissä etsien tietoa ja vertaistukea. Kuusisto ja Tuominen ovat jo vertaistukiverkostonsa luoneet ja pitävät henkilökohtaisesta kanssakäymisestä. Tästä huolimatta heidän mielestään saattaisi olla hyödyllistä, jos Sosiaalipalvelut olisi mukana sosiaalisessa mediassa. Nuoret vanhemmat voisivat verkostoitua foorumilla, saada tietoa ja vastauksia kysymyksiinsä.

Laitoshoidon purkaminen ja käyttäjäasiakkaiden muuttaminen kevyempiin asumispalveluihin herättää Kuusistossa ja Tuomisessa kysymyksiä ja tiedontarvetta, josta he haluaisivat keskustella. Yhtenä foorumina heidän mukaansa voisi olla sosiaalinen media. He uskovat, että muuttavalle käyttäjäasiakkaalle itselleen sosiaalinen media saattaisi toimia apuna muuttovalmennuksessa. Aikuiset käyttäjäasiakkaat liikkuvat

joka tapauksessa sosiaalisessa mediassa eivätkä välttämättä osaa toimia siellä riittävän varovaisesti. Omaiset toivovatkin, että Sosiaalipalvelujen asumisyksikköjen henkilökunta ohjaa tottumaton käyttäjäasiakasta sosiaalisen median käyttämisessä.

Omaisten näkökantaa valottaa myös veturinkuljettaja Ismo Tuomikoski, joka on liittynyt sosiaalisessa mediassa Poijulaiset-ryhmään. Ryhmän on perustanut ja sitä ylläpitää yksityishenkilö. Sen alkuperäisenä tavoitteena oli olla vertaisryhmä Porin kaupungin kehitysvammaisille tarkoitetun tilapäishoitopaikka Poijun käyttäjien vanhemmille. Tuomikosken mukaan ryhmä on monipuolinen ja tärkeä vertaistukikanava. Viranomaisilta tietoa saa niukasti ja sitä pitää jaksaa vaatia. Tuomikoski kertoo, että on rasittavaa, kun on itse väsynyt ja pitäisi jaksaa etsiä tietoa ja vaatia palveluja, joihin on oikeutettu. Ryhmässä tieto kulkee helposti, kysytään ja annetaan neuvoja. Ryhmässä myös keskustellaan hyvistä ja huonoista kokemuksista, lääkäreistä, omien lasten ongelmista ja niihin löytyvistä hoitokeinoista sekä viranomaisten tekemistä päätöksistä. Tuomikoski kertoo, että joskus kehitysvammaisen lapsen vanhemman ”pannu on niin täynnä, että on hyvä saada purkaa sitä” ja tähän tarkoitukseen vertaistukikanava on mainio väline.

Selkokieli-hankkeen projektisuunnittelija Riikka Törnroos työskentelee 50 % työajastaan projektin parissa ja 50 % autetussa asumisyksikössä ohjaajana. Hän tuo esille **käyttjäasiakkaan** näkökulmaa ja selkokieltä. Törnroos näkee sosiaalisen median ennen kaikkea työvälineenä. Hän kertoo, että käyttäjäasiakkaiden parissa olisi tilaus Sosiaalipalvelujen ylläpitämälle Facebook-profiilille, jossa Sosiaalipalvelujen puolesta keskustelijana olisi kehitysvammatyöhön perehtynyt työntekijä. Tämä olisi sovitteina aikoina tavoitettavissa, jolloin käyttäjäasiakkaat saisivat vastauksia kysymyksiinsä ja voisivat keskustella.

Törnroos toteaa, että etenkin parempikuntoiset Sosiaalipalvelujen käyttäjäasiakkaat seikkailevat sosiaalisessa mediassa jo ennestään muiden käyttäjien joukossa. Ympäristö on turvaton, sillä kaikki, kuten eivät kaikki niin sanotut normaalitkaan, ymmärrä miten sosiaalisessa mediassa pitää käyttäytyä, ja näin he voivat saada aikaan vahinkoa itselleen. Sosiaalipalvelujen tarjoama sosiaalisen median väline olisi turvallinen vaihtoehto.

Sosiaalipalvelujen työntekijöiden vaitiolovelvollisuus on tiukka, mutta silti helposti juuri sosiaalisessa mediassa voisi vaitiolosta lipsua. On helppo kirjoittaa ”kasvotona”. Törnroos uskoo, että nykyistä yksityiskohtaisemmalla ohjeistuksella tämä voidaan saada kuriin.

Sosiaalipalvelujen näkökulmasta Törnroos pitää YouTube-videoita hyvänä keinona kertoa esimerkiksi käyttäjäasiakkaiden työllistymisestä avotöihin. Videoiden avulla voidaan hälventää ennakkoluuloja ja negatiivisia asenteita. Kuvaa on viestin vastaanottajan helpompi käsitellä kuin kirjoitettua tekstiä. Näkyminen sosiaalisessa mediassa nostaa työnantajan profiilia ja sen kautta on mahdollisuus tiedottaa.

Ohjaaja Jukka Joutsenlahdella on useita käyttäjäasiakkaita Facebook-kavereinaan. Joutsenlahti kertoo havainneensa, että vaikka sama käyttäjäasiakas on asiakkaana työpäivän aikana ja kaverina Facebookissa, toimitaan kummassakin eri rooleissa. Työrooli ja kaveruusrooli ovat käyttäjäasiakkaalle samalla tavalla erilaiset kuin kelle tahansa muulle niin sanotulle normaalille, hän toteaa.

6.6 Sairaanhoidopiirin keskushallinto

Sairaanhoidopiirin **hallintopäällikkö** Liisa Kotkan mielestä Sairaanhoidopiirin näkyvyys sosiaalisessa mediassa olisi tätä päivää. Hän on ollut mukana laatimassa sosiaalisen median käyttämisen sallivia ohjeita syksyllä 2011, vaikka ei itse näe, että sosiaaliselle medialle olisi Sairaanhoidopiirissä työkäyttöä. Kotkan mukaan työnantaja voisi puuttua sosiaalisessa mediassa syntyneisiin työpaikkaa koskeviin kriiseihin, mikäli työnantajalla olisi virallinen profiili. Ilman virallista profiilia puuttuminen on vaikeaa. Kotka näkee sosiaalisen median käyttämisen ennen kaikkea organisatorisena ongelmana, koska nykyiset henkilökuntaresurssit eivät riitä sosiaalisen median hoitamiseen muiden töiden lisäksi.

Henkilöstöjohtaja Laura Leppämäki pitää sosiaalisen median hyvinä puolina tiedottamista, näkyvyyttä, rekrytointia, oppilaitosyhteistyötä ja koulutuksista tiedottamista. Sosiaalinen media on tätä päivää, hän toteaa. Oman työnsä kautta hän kuitenkin näkee välineessä piilevän enemmän uhkia kuin mahdollisuuksia. Leppämäki pitääkin

sosiaalista mediaa aikasyöppönä, ja sen yksityiskäyttöön työaikana on jouduttu asettamaan rajoituksia. Työntekijöitä sitoo tehokkaan työajankäytön periaate ja raja työelämän ja yksityiselämän välillä on tällä hetkellä häilyvä.

Leppämäen mukaan sosiaalisen median työkäyttö erikoissairaanhoidossa on haasteellista toiminnan persusluonteen vuoksi. Sosiaalinen media sopii hyvin yritysmaailmaan, jossa tavoitellaan voittoa, näkyvyyttä ja selkeää markkinaosuutta. Erikoissairaanhoidon tehtävänä on hoiva ja huolenpito ilman voitontavoittelua. Asiakkaan yksityisyyttä pitää kunnioittaa. Leppämäki myöntää, että tilanne on erilainen tarkasteltaessa Sosiaalipalvelujen toimintaa ja työkäyttöä siellä. Usein myös asiakassuhteet ovat Sosiaalipalveluissa pitkäkestoisempia ja sosiaalinen media voi tarjota luontevan kanavan yhteydenpidolle. Ratkaiseva ero löytyy perustehtävästä, joka Sairaanhoidopiirillä on ihmisten ongelmien tehokas, vaikuttava ja nopea hoitaminen. Erityisesti yksityisyydensuojan kanssa pitää olla tarkkana.

Leppämäki uskoo, että sosiaalisen median keskusteluissa saattaisi tulla esille mahdolliset potilasvahingot ja muuta negatiivista keskustelua. Henkilökunnan keskustelut omissa profiileissaan ovat jo tuoneet työpaikalle ongelmia. Keskusteluissa on ruodittu asioita sangen vapaasti ja unohdettu työntekijän velvollisuudet sekä lojaliteetti työnantajaa kohtaan. Leppämäki toteaaakin, että sisäisen intran käyttöä pitäisi selvittää.

Leppämäki muistuttaa, että sosiaalisen median käyttämiselle pitää olla päämäärä ja strategia. Hän pitää sosiaalisen median virallisen profiilin perustamista ja hoitamista sekä organisoimista haasteellisena. Pitäisi olla vastuuhenkilö, keskusteluun pitäisi osallistua ja julkisuuden kanssa pitäisi olla tarkkana. On turha olla mukana vuorovaikutteisessa välineessä, jos vuorovaikutus ei toteudu. Mahdollinen hidas reagointi muokkaa profiilista muodostuvaa kuvaa. Leppämäki pitää sosiaalista mediaa osin hallitsemattomana ja nopeana välineenä. Myös tämä puoli täytyy tunnistaa ja kyetä hoitamaan, hän toteaa.

Leppämäki huomauttaa, että sosiaalisen median käyttäminen on ikäsidonnaista. Sosiaalisen median käyttäminen työaikana Sairaanhoidopiirissä ei ole tasapuolista, sillä kaikilla työntekijöillä ei ole mahdollisuuksia tietokoneen käyttämiseen työaikana

eikä esimerkiksi sähköposti tavoita kaikkia työntekijöitä. Siksi Sairaanhoidopiirissä tiedottamiseen tarvitaan edelleen papereiden monistamista tai muita keinoja, kertoo Leppämäki. Sosiaalinen media ei siis ole vielä kyennyt haastamaan perinteistä Sairaanhoidopiirin tiedotuskanavaa eli henkilöstölehteä.

6.7 Työhyvinvointi ja työterveyshuolto

Sairaanhoidopiirin **työhyvinvointipäällikkö** Katri Mannermaa näkee sosiaalisessa mediassa paljon hyödyntämismahdollisuuksia työhyvinvoinnin näkökulmasta katsottuna. Hän huomauttaa, että Sairaanhoidopiiri on jo mukana sosiaalisessa mediassa, koska Sairaanhoidopiirin työntekijät ovat jo siellä. Hänen mukaansa erityisesti intraa pitäisi hyödyntää nykyistä paremmin.

Mannermaa pitää sosiaalista mediaa viestintäkanavana, jossa voi jakaa artikkeleita, tuloksia, tapahtumia, tehdä testejä, keskustella työturvallisuudesta ja saada vertaistukea. Sosiaalisessa mediassa voisi olla tietovarasto, mitä Sairaanhoidopiirillä jo on ja mitä on muualla. Siellä olisi mahdollisuus myös tiedottaa, käydä teemakeskusteluja ja tehdä aloitteita. Mannermaan mukaan kaikki henkilökunnan tekemät aloitteet pitäisi olla näkyvissä kaikkien luettavissa, jotta mahdollistettaisi yhden antaman hyvän idean jatkotyöstö toisten ideoiden avulla. Kanavassa voisi olla myös tyky-toimintaa ja esimerkiksi vinkkejä siitä, mitä tyky-toimintaa muilla yksiköillä on. Mannermaa pitää myös sosiaalisen median rekrytointinäkökulmaa tärkeänä.

Mannermaa kannattaa avointa keskustelua, jota käydään omilla nimillä. Tällöin palautteella ja asioiden esille tuomisella on merkitystä työhyvinvoinnin kannalta eikä keskustelufoorumista tule koston foorumi. Sosiaalinen media voi olla myös henkilökunnan kuulemisen kanava. Mannermaa on havainnut, että kaikki työpaikan ongelmat eivät kantaudu hänen korviinsa. Hän toivookin, että sosiaalinen media voisi olla kanava tämän tiedon kulkemiselle vaikkapa ensin vihjeenomaisesti, jonka jälkeen asiaa voitaisiin selvittää face-to-face. Sosiaalinen media voi täydentää työhyvinvointi-toimintaa, mutta ei korvata sitä.

Mannermaa pitää sosiaalisen median virallista käyttöön ottamista lähinnä organisatorisena asiana, sillä nykyisillä resursseilla kenelläkään ei ole aikaa paneutua sosiaaliseen mediaan riittävästi. Mannermaa pohtii, että keskustelut pitäisi rajata tarkasti ja pitäisi olla selkeät pelisäännöt. Asiaton kirjoittelu pitää voida poistaa kuten myös potilasasiat. Sosiaalisen median käyttäminen ei saa olla aikasyöppö eikä se saisi johtaa työajan väärinkäyttöön, hän toteaa.

Työterveyshoitaja Liisa Kaanaa pohtii sosiaalisen median käyttämistä **työterveys-****huollon** näkökulmasta, joka vaatii erityistä yksityisyyden suojaa ja potilastietojen suojaamista. Hän kertoo, että Sairaanhoidopiirissä aloittaa maaliskuulla 2012 yhteistyönä Satakunnan Sydänpiiri Ry:n kanssa painonhallintaryhmä, joka hyödyntää sosiaalista mediaa.

Satakunnan Sydänpiiri Ry:n projektikoordinaattori Sari Ketola kertoo painonhallintaryhmästä tarkemmin. Sairaanhoidopiirin ensimmäisen ryhmän ohjaaja tulee Satakunnan Sydänpiiristä, mutta jatkoa varten koulutetaan Sairaanhoidopiirin omia terveydenhoitajia. Ryhmä toimii sosiaalisessa mediassa, Oma Napa -alustalla, jossa on viikoittain vaihtuvaa materiaalia painonhallinnasta. Ryhmäläiset saavat alustalta sekä henkilökohtaista ohjausta että voivat keskustella ryhmänä. Ohjaaja on mukana ensimmäiset 10–12 viikkoa, jonka jälkeen ryhmä jatkaa vielä itseohjautuvasti 3 kuukautta.

Ketola kertoo, että kolmivuotisessa VerkkoPuntari-hankkeessa (2011–2014) on tarkoitus jalkauttaa Oma Napa -verkkopainonhallintakurssia käytäntöön terveydenhuollon yksiköihin. Ketola kertoo, että verkkokurssin etuna on ajasta ja paikasta riippumattomuus sekä ohjaajan että asiakkaan kannalta. Verkon välityksellä voi olla myös helpompaa virittää ryhmäkeskustelua eri tavalla kuin kasvokkain kokoontuvassa ryhmässä. Verkkoalustalla on valmiina viikoittain vaihtuvaa materiaalia painonhallinnasta ja siellä mahdollistuu sekä henkilökohtainen ohjaus että vertaistuki ryhmäkeskustelujen muodossa. Ryhmien ohjaajat ovat kokeneet, että tämä on hyvä vaihtoehto perinteiselle painonhallintaryhmälle; ohjaus voi olla verkon välityksellä henkilökohtaisempaa. Negatiivisena on koettu matala kynnys lähteä pois ryhmästä. Ketola kertoo, että aina on niitä, josta jättävät painonhallintaryhmän kesken, mutta ehkä sosiaalisessa mediassa kynnys voi olla matalampi. Kokemuspohjaisesti kuitenkin

sosiaalisen median hyödyntämisestä painonhallintaryhmien ohjauksessa on saatu positiivisia kokemuksia.

Työfysioterapeutti Merja Tuomainen pohtii, että sosiaalisesta mediasta voisi olla hyötyä edellä kerrotun painonhallinnan lisäksi myös työfysioterapeuttien vetämillä kursseilla, joissa tapaamisia on kerran viikossa. Hän kertoo, että tarvitaan 3000 toistoja, että ihminen oppii uuden asian vaikkapa pitämään päätään oikeassa asennossa. Hän jatkaa, että tarvitaan vähintään 3 kuukautta säännöllistä harjoittelua, että lihaksisto vahvistuu riittävästi, jotta uusi opeteltu tapa sujuisi automaattisesti. Ensin tehdään vähän toistoja, joita lisätään ajan myötä. Tärkeätä on, että toistojen välille ei jää liian pitkää aikaa. Tuomaisen mukaan 3 päivää on jo liian pitkä aika, jonka jälkeen lihaksisto alkaa kuin uudestaan tehdä uutta asiaa, ja sosiaalisessa mediassa voisikin muistuttaa kurssilaisia toistojen tärkeydestä.

Tuomainen uskoo, että sosiaalista mediaa olisi mahdollista hyödyntää esimerkiksi taukojumppassa. Intrassa voisi olla taukojumppavideo, jonka voisi suorittaa töiden sallimassa välissä. Tuomainen on havainnut, että työntekijät eivät tiedä esimerkiksi työtuoliensa säätömahdollisuuksista, vaan kutsuvat työfysioterapeutin paikalle. Intrassa voisi olla video työtuolin säädöistä, jotka voi tehdä itsekkin ja näin säästyisi työfysioterapeutin käyntiaikaa. Lisäksi voisi olla videoita muusta ergonomiasta ja potilasnostoista. Sosiaaliseen mediaan täytettävä liikuntapäiväkirja saattaisi motivoida joitakin henkilöitä liikkumaan. Tulevista tapahtumista voitaisi tiedottaa, tehdä keskustelunavauksia ja keskustelupalstalla keskustelijat voisivat antaa vinkkejä toinen toisilleen.

Työfysioterapeutin työssä täytyy asiakas tavata henkilökohtaisesti eikä sosiaalinen media voi korvata tätä, mutta sosiaalisessa mediassa voisi olla ”Usein kysytyt kysymykset”, ”Kysy työfysioterapeutilta” ja ”Milloin pitää hakea apua” -palstat. Tuomainen kertoo, että usein työntekijä kärsii vaivastaan pitkään ennen kuin hakeutuu hoitoon ja saamaan apua. Pitkittyneiden oireiden hoitaminen on aina haasteellisempaa ja aikaa vievää. Mitä aiemmin hakeudutaan hoitoon, sitä parempiin tuloksiin päästään nopeammin. Tähän voisi antaa ohjausta ja neuvontaa yleisellä tasolla. Lisäksi, koska Sosiaalipalveluilla, kuten Sairaanhoidopiirilläkin, on toimipisteitä ympäri maakuntaa,

olisi mahdollista ratkaista jonkin asia sosiaalisen median avulla ja näin säästettäisi aikaa ja kilometrikorvauksia.

Uhkana Tuomainen näkee resurssipulan eli kuka ehtii paneutumaan asiaan. Lisäksi on aina pidettävä mielessä, että ei rikota vaitiolovelvollisuutta. Tuomainen uskoo, että sosiaalinen media ei tavoita kaikkia, vaan edelleen tarvitaan rinnalle perinteisiä keinoja.

7 SOSIAALISEN MEDIAN MAHDOLLISUUDET JA UHAT

Teorian mukaan suurin uhka, joka sosiaalisessa mediassa piilee, on olla piittaamatta siitä, ja siksi yrityksiä ja organisaatiota neuvotaankin valitsemaan strategia miten käyttää tai olla käyttämättä sosiaalista mediaa.

Edellä kerrotussa teoriaosuudessa, työntekijöille suunnatuissa kyselyissä ja haastattelussa tuli esille useita mahdollisuuksia, joita sosiaalinen media tarjoaa ja myös monta uhkaa, joita siinä on. Runsauden vuoksi niitä on helpoin tarkastella taulukon muodossa (Taulukko 1).

Taulukko 1. Sosiaalisen median mahdollisuudet ja uhat

Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> • nopeus • julkisuus • riippumattomuus ajasta ja paikasta • oikein käytettynä edullinen väline • tavoittaa erityisesti nuoret • mahdollisuus kasvokkaiseen keskusteluun • laaja levikki <p>hyödyttää:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rekrytointia • oppilaitosyhteistyötä • henkilöstöhallintoa • työterveyshuoltoa • työhyvinvointia • laadunhallintaa • työn tekemistä Sosiaalipalveluissa • työajan säästäminen • ajankäytön tehostaminen • tiedon hakeminen • verkostoituminen • hyvien työtapojen jakaminen • hiljaisen tiedon hyödyntäminen • yhteisöllisyyden lisääminen • yhteishengen luominen • sisäisten prosessien tehostaminen • palautteen saaminen • asiakaspalvelun parantaminen • tuotteiden kehittäminen 	<ul style="list-style-type: none"> • nopeus • julkisuus • toistaiseksi tuntematon väline • jatkuvasti muuttuva väline • kankea organisaatio • johtamiseen liittyvät ongelmat • aiheuttaa kustannuksia • ei voi hallita, vain ohjata • inhimillinen toiminta • vääränlainen käyttö • epäonnistunut viestintä • epäonnistunut kriisiviestintä • hidas reagointi • negatiivinen kirjoittelu • maine kärsii • imagon hallinta vaikeaa • aliresursointi • epäselvät roolit • puutteellinen osaamistaso • puutteellinen ohjeistus • puutteelliset pelisäännöt • puutteellinen tavoitteen asettelu • puutteellinen seuranta • puutteellinen arviointi • työn kuormittavuus: raja työn ja vapaa-ajan välillä hämärtyy • vaitiolovelvollisuuden rikkominen • yksityisyyden suoja vaarantuu • luottamuksellinen tieto vuotaa ulkopuolisille

<ul style="list-style-type: none"> • asukkaiden/asiakkaiden toimien seuraaminen • asukkaiden/asiakkaiden suojeleminen • asukkaiden/asiakkaiden sosiaalisuuden tarpeen tyydyttäminen • yhteydenpito asukkaisiin/asiakkaisiin • tukiverkostotoiminta • tiedottaminen • neuvonta ja ohjaus • teemakeskustelut • henkilökunnan keskustelu/purkukanava • keskustelu asiakkaiden kanssa • keskustelu muiden sidosryhmien kanssa • vuorovaikutuksen lisääminen • tietoisuuden lisääminen • profiilin nosto • hyvän maineen levittäminen • kriisitilanteessa toimiminen • osallistaminen • aloitetoiminta • kansalaismielipiteen luotaaminen • virtuaalimaailma/-tila etätyön tukena • markkinointi • päätöksenteon valmistelu 	<ul style="list-style-type: none"> • hyvän hallinnon vastainen menettely • työpaikkakriisien syntyminen • työajan väärinkäyttö • tarkoituksenmukaisen käytön estäminen • tietokoneiden riittävä määrä • tekniset ongelmat • virukset • tietoturva • tietosuoja • Internetiin jää ikuiset jäljet kaikesta • palveluntarjoaja voi muuttaa käyttöehtoja ilmoittamatta muutoksesta • palvelun saatavuus • palvelun toimivuus
--	---

Sosiaalisen median työkäytön tai käyttämättä jättämisen pitää perustua strategiaan, joka perustuu riittävään tietoon sosiaalisesta mediasta, sen eri alustojen käyttämisestä sekä välineen tarjoamista mahdollisuuksista ja uhista. Huonosti laadittu strategia, riittämätön seuranta ja arviointi, puutteelliset tiedot välineestä ja liian vähäiset resurssit

sen käyttämiseen aiheuttavat suuren uhan välineen käytön epäonnistumiselle. Toisaalta suureen osaan uhista voidaan varautua, kun ne tiedostetaan ja toimitaan tietoisesti uhkaa torjuvalla tavalla. On kuitenkin muistettava, että sosiaalinen media on väline, jota ei koskaan kukaan voi täysin hallita, koska väline elää ja muuttuu käyttäjiensä mukana.

Teoriaosuuden mukaan ansiotyön merkitys on suomalaisille edelleen suuri, ja myös Y-sukupolvi haluaa sitoutua työhön. Koulutustason noustua yhä useampi työntekijä kiinnittyy ansiotyöhön enemmän työn sisällön kuin palkan kautta. Tämä näkyy erityisesti Y-sukupolven kohdalla, jolle tärkeää ovat vuorovaikutus, osallistuminen ja keskustelu. Tähän sosiaalinen media antaa oivat mahdollisuudet. Kyselyissä ja haastatteluissa useat henkilöt toivat esille sisäisen intran käytön tehostamista ja vuorovaikutuksen mahdollisuutta siellä. Organisaation sisäiselle vuorovaikutteiselle keskustelulle lueteltiin monia hyötynäkökohtia. Niitä olivat muun muassa tiedottaminen, profiilin nosto, hyvien työtapojen jakaminen, aloitetoiminta, hiljaisen tiedon hyödyntäminen, yhteisöllisyyden lisääminen, yhteishengen luominen ja henkilökunnan tunteiden purkukanava. Edellisistä seuraa todennäköisesti myös prosessien tehostamista ja palvelujen parantamista. Nämä edut voidaan sosiaalisen median avulla saavuttaa siitä huolimatta, että kuntatalous kiristyy ja julkisten organisaatioiden palkitsemisjärjestelmä ei ole kovin kannustava.

Kyselyihin vastanneet ja haastatellut pitivät rekrytointiin liittyviä etuja merkittävänä sosiaalisen median tuomina etuina. Heidän mukaansa se lisää tietoa työnantajasta, tuo näkyvyyttä, antaa mahdollisuuden löytää ja jakaa tietoa vapaista työpaikoista. Lisäksi säästyy työaika, kun työnhakija saa tarvitsemansa tiedon sosiaalisesta mediasta eikä jokainen kysyjä erikseen soita työnantajan edustajalle. Kyselytutkimuksen mukaan vastaajat liikkuvat 2,5 sosiaalisen median alustalla, joten virallinen näkyvyys vain yhdellä alustalla ei ole riittävä, vaan kannattaa hyödyntää useita alustoja samanaikaisesti. Vastaajien käytetyimmät alustat olivat Facebook, YouTube ja wikit.

Rekrytoitaessa työnantajalla on mahdollisuus tarkistaa työnhakijan profiilin sosiaalisessa mediassa. Etenkin nuorilla lähes kaikilla sellainen jo on, ja profiilissa hakija on omimmillaan. Käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa kertoo hakijasta paljon ja antaa ennusteen siitä, miten hakija käyttäytyy siellä tulevaisuudessa. Suomessa tämä on

lain yksityisyyden suojasta työelämässä mukaan kielletty ilman hakijan antamaa lupaa, mutta jos hän antaa siihen luvan, se on sallittua. Työntekijän taustoihin tutustuminen sosiaalisessa mediassa on jo monessa maassa laajalti käytössä.

Rekrytoinnissa tulee pitää mielessä, että kaikki ikä sukupolvet ovat arvokkaita työntekijöitä. Kyseessä ei ole paremmuus tai huonommuus, vaan erilaiset taustat ja erilaiset toimintatavat. Sosiaalinen media tavoittaa nuoret ikä sukupolvet, mutta suuret ikäluokat tavoitetaan edelleen perinteisin menetelmin. Sairaanhoidopiiri on ottanut keväällä 2012 askeleen kohti sosiaalisen median hyödyntämistä ja ottanut käyttöön perinteisten käytäntöjen lisäksi Kuntarekry.fi-palvelun. Sosiaalipalvelut toimii hankkeessa pilottina. Palvelussa työnhakijoilla on mahdollisuus jakaa tietoa kaveripiiriin avoimista toimista sosiaalisen median kautta.

Julkisenkin organisaation ollessa kyseessä pitää toiminnalle sosiaalisessa mediassa löytyä hyötynäkökohta, joka liittyy johonkin organisaation ydintoimintaan. Sekä haastatteluissa että kyselyssä tuli ilmi, että sosiaalisella medially on tarjota paljon mahdollisuuksia tukemaan Sosiaalipalvelujen perustehtävää. Sosiaalisen median avulla on mahdollista tukea ja ohjata asukasta, hänen perhettänsä ja lähiyhteisöään käyttäjäasiakkaan kasvatuksessa ja kehityksessä sekä antaa tälle mahdollisuuksia tasavertaiseen elämään. Haastatteluissa tuli ilmi, että sekä lapset, nuoret että aikuiset käyttäjäasiakkaat tarvitsivat ohjausta välineen käytössä ja jopa suojelua sosiaalisen median karikoilta. Erityisesti tähän kaivattiin työnantajan virallista sosiaalisen median profiilia. Sosiaalinen media on vartenotettava väline, jolla käyttäjäasiakas voi tyydyttää sosiaalisuuden tarvettaan ja olla yhteydessä omiin sidosryhmiinsä. Tärkeänä pidettiin vertaistukitoimintaa ja omaisten tietoisuuden lisäämistä tarjolla olevista palveluista ja oikeudesta niihin. Useat haastatellut pitivät myös tärkeänä sellaisen palautteen saamista, joka on olemassa, mutta ei tule Sosiaalipalveluihin asti. Tämä edesauttaisi palvelujen kehittämistä.

Sosiaalisen median työkäytössä pitää ottaa myös huomioon se, että vaikka valtaosa kyselyyn vastanneista ja haastatelluista suhtautui sosiaalisen median työkäyttöön positiivisesti, tämä ei koske kaikkia työntekijöitä. Sosiaalinen media on asia, joka jakaa mielipiteitä ja kuten teoriaosuudessa on kerrottu eri ikä sukupolvet käyttäytyvät sosiaalisen median suhteen eri tavalla. Strategian, ohjeistuksen ja esimiestyön avulla

pitää huolehtia siitä, että sosiaalisen median työkäyttö ei ole uhka työyhteisön ilmapiiirille.

Sairaanhoitopiirin ja Sosiaalipalvelujen yhteisiä rajapintoja sosiaalisen median hyödyntämisessä on henkilöstöhallinnon ja työterveyshuollon sekä työhyvinvoinnin sarjoilla. Teoriaosuudessa luvataan, että sosiaalinen media on luonteva sisäisen viestinnän väline, ja että se toimii henkilöstöhallinnon tukena ja parantaa asiakkaiden kokemaa palvelua. Sosiaalisen median käyttäminen sopii hyvin yhteen Sairaanhoitopiirin nykyisten viestintäohjeen, henkilöstöstrategian, arvojen ja riskien torjumisen kanssa. Sairaanhoitopiiri panostaakin paljon henkilöstönsä hyvinvointiin ja hyvinvoiva, työhönsä sitoutunut henkilöstö on sekä asiakkaan, työntekijän että työnantajan etu. Sairaanhoitopiiristä haastatellut henkilöt olivat löytäneet sosiaaliselle medialle hyötykäyttöä niin työterveyshuollon kuin työhyvinvoinnin näkökulmasta katsottuna. Hyöty liittyi pääasiassa tiedottamiseen, vuorovaikutteiseen tiedon kulkuun ja sitä kautta toiminnan tehostamiseen sekä vaikuttavuuden lisäämiseen.

Henkilöstöhallinnon näkökulmasta sosiaalisen median mahdollisuuksia olivat tiedottaminen, näkyvyys ja rekrytointi. Henkilöstöhallinto piti sosiaalisen median käyttämistä kuitenkin lähinnä haasteellisena. Käytön organisoiminen tuo ongelmia, työntekijät ovat epätasa-arvoisessa asemassa koko Sairaanhoitopiirin mittakaavassa ja suurena vaarana on vaitiolovelvollisuuden rikkominen. Vaitiolovelvollisuuden rikkomisen nimesivät kyselyihin vastanneet ja haastateltavat lähes yksimielisesti suurimmaksi sosiaalisen median muodostamaksi uhaksi. Toinen suureksi uhaksi koettu oli riittävien resurssien osoittaminen sosiaalisen median käyttämiseen.

8 LOPPUPÄÄTELMÄ

Sosiaalisen median käyttämisessä on kyse sosiologisesta ilmiöstä, jossa ihmisen käyttäytymisen sosiaalinen perusolemus kohtaa tekniikan antamat mahdollisuudet. Ihmisen perusluonteeseen kuuluu myös jatkuva halu kehittyä ja kokeilla uutta, joka johtaa tekniikan kehittämiseen ja uusien asioiden kokeilemiseen. Ympäröivä

nyky-yhteiskunta mahdollistaa kansalaisilleen valinnanvapauden, koulutuksen ja kehittymisen sekä oman elämänfilosofian toteuttamisen. Ihmisen perusominaisuuksia emme voi muuttaa, emmekä voi pysäyttää tekniikan kehitystä. Ainoaksi vaihtoehdoksi jää siis sopeutuminen, mikäli sosiaalisen median tuomista muutoksista viestinnälle aiotaan selviytyä voittajina. Tosiasiahan kuitenkin on, että jokainen organisaatio, myös Sosiaalipalvelut, on jo mukana sosiaalisessa mediassa, ellei virallisen profiilin kautta, niin ainakin henkilökuntansa, asiakkaidensa ja muiden sidosryhmiensä kautta.

Sosiaalinen media on viestinnän väline, ja on tärkeää ymmärtää ihmisen toiminta. Lisäksi tulee ymmärtää käytettävän viestintäkanavan luonne ja käyttäytyminen sekä seurata kanavan kehitystä. Etenkin sosiaalisen median kohdalla tämä on tärkeää, sillä väline on alati muuttuva ja muutokset saattavat tapahtua nopeasti. Julkiset organisaatiot koetaan monesti kankeiksi ja muutosten tekeminen tapahtuu hitaasti. Tähän jatkuvaan muuttumisen tarpeeseen voi julkisen organisaation olla vaikea vastata. Muutoksen aiheuttaa, ei ainoastaan tekniikan kehittyminen, vaan käyttäjät, jotka valitsevat millä alustalla he milloinkin haluavat verkottua. Sosiaalista mediaa ei voi koskaan hallita täydellisesti ja pelkistetysti voikin sanoa, että organisaatio voi hallita omia toimenpiteitään, mutta ei lukijoiden toimenpiteitä. Ohjaamaan niitä kyllä voi pyrkiä.

Sosiaalisen median käyttäjäksi ei kannata rynnätä suin päin, sillä sosiaaliseen mediaan mukaan meneminen ei ole välttämättömyys ja siitä saattaa olla organisaatiolle jopa haittaa. Tärkeintä on ottaa asia huomioon, ja laatia strategia siitä luoko organisaatio virallisen profiilin vai ei ja miten eri tilanteissa toimitaan. Sosiaalinen media on organisaatiolle kaksiteräinen miekka. Toimimalla oikein on mahdollista saavuttaa suunniteltu hyöty, mutta toimimalla väärin voi aiheuttaa vahinkoa ja ”kärpäsestä kasvaa härkänen”. On muistettava, että sosiaalinen media on tiedottamisen kanava ja tiedottamisessa kriisikin voi oikein hoidettuna olla mahdollisuus.

Sosiaalinen media on vielä melko uusi viestinnän väline ja erityisesti julkisella sektorilla ei oikein tiedetä, miten sitä pitäisi käyttää ja mitkä ovat sen tuomat mahdollisuudet ja uhat. Ei myöskään tiedetä, mitä ponnistuksia se vaatii organisaatiolta ja mitä kustannuksia siitä syntyy. Voi näyttää siltä, että organisaation sosiaalisen median

käyttäminen voisi hoitua ”oman toimen ohella” kymmenessä minuutissa. Näkyvyyden sosiaalisessa mediassa pitäisi kuitenkin olla osa organisaation kokonaisviestintää, jossa organisaation ääni kuuluu samanlaisena kautta linjan. Julkisen talouden kiristyessä onkin vaarana aliresursointi.

Epävarmuustekijänä on lisäksi se, että sosiaalista mediaa koskevaa lainsäädäntöä ei erikseen ole, ja yhteiset pelisäännöt sekä verkkokäyttäytymistä ohjaavat normit ovat vielä kehittymässä. Välineen anteeksiantamattomuus tulee esille siinä, että Internet muistaa kaiken, mitä sinne on kirjoitettu. Viestit, niin hyvät kuin huonot, eivät välttämättä näy pääsivulla, mutta tieto on aina olemassa tallella jollain palvelimella.

Julkisen organisaation toiminta sosiaalisessa mediassa on perusteltua, kun se liittyy johonkin organisaation ydintoimintaa tukevista prosesseista. Erityisesti haastatteluisa tuli selväksi, että sosiaalisella medially on tarjota paljon mahdollisuuksia tukemaan Sosiaalipalvelujen perustehtävää ja toiminnassa on jo nyt tarve hyödyntää välinettä.

Sosiaalipalvelut tarvitsee osaajia jatkossakin ja sosiaalisen median käyttämisessä tulee huomioida erityisesti rekrytoinnin näkökulma. Tavoittaakseen tulevaisuuden työntekijät ja osaavan työvoiman, on työnantajan ilmoitettava avoimista toimista siellä missä työnhakijatkin ovat. Nuoret eivät enää tilaa paikallista sanomalehteä ja etsi työpaikkoja sieltä, vaan he viettävät aikaansa sosiaalisen median verkostoissa ja yhteisöissä. Entisestä viestinnän kohteesta on tullut seuraaja, ja siksi rekrytoinneissa tuleekin korostumaan työnantajan maine ja panostus sosiaaliseen mediaan. Organisaation jättämän digitaalisen jalanjäljen pitää olla totuudenmukaisuuden lisäksi kiinnostavaa seurattavaa, jota lukija haluaa lukea ja jakaa kavereidensa kanssa.

Sekä kyselyt, että Sosiaalipalveluissa tehdyt haastattelut toivat esille sen, että Sairaanhoidopiirin marraskuussa 2011 uusittu ohje sosiaalisen median käyttämisestä ei ollut saavuttanut Sosiaalipalvelujen henkilökuntaa. Tämä on estänyt työn kehittämistä Sosiaalipalveluissa. Tiedottamisen tehostaminen, tapahtuu se sitten perinteisin menetelmin tai sosiaalista mediaa apuna käyttäen, on mielestäni seikka, joka pitäisi ottaa tarkasteluun. Sairaanhoidopiiri tiedottaa paljon ja sisäisessä intrassa on runsaasti tietoa, mutta nyt pitäisi pohtia onko tiedottaminen sellaisella foorumilla, joka ei

tavoita kohdetta. Mielestäni kannattaa vakavasti harkita sisäisen intran kehittämistä vuorovaikutteiseen suuntaan etenkin, kun useat kyselyyn vastanneet ja haastatellut henkilöt pitivät tätä sopivana kanava tiedottamiselle ja osallistumiselle. Sosiaalisen median käytön onnistumisen yksi perusedellytys on olla alustalla, jonka lukijat ovat valinneet. Sosiaalisen median käytön vaikuttavuutta voi tutkia helposti seuranta-kyselyllä Webropol-ohjelmaa käyttäen.

Edellä kerrottuun perustuen näen, että mikäli Sairaanhoidopiirillä ei ole tarvetta sosiaalisen median viralliselle profiilille, Sosiaalipalveluilla voi olla oma profiili, koska se tukee Sosiaalipalvelujen perustehtävää. Ennen profiilin perustamista on kuitenkin huolellisesti laadittava strategia ja varauduttava välineen käyttöön niin resurssien, taitojen kuin ohjeistuksienkin avulla.

LÄHTEET

- Aalto, T. 2010. Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle. Oikeusministeriö. Demokratia- ja kieliasioiden yksikkö. <http://www.tyosuojelu.fi/upload/katsaus.pdf>
- Aalto, T. & Uusisaari, M. 2009. Nettiä: sosiaalisen median maailmat. Helsinki: Btj.
- Alasoini, T. 2010. Mainettaan parempi työ, Kymmenen väitettä työelämästä. Helsinki: Taloustieto Oy. Viitattu 1.3.2012. http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2010/11/mainettaan_parempi_työ1.pdf
- Alinen, J. 2012. Laatupäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 27.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Aro, J. 2011. Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampere University Press.
- Aula, P. & Heinonen, J. 2011. M2: Maineen uusi aalto. Helsinki: Talentum.
- Forsgård, C. & Frey, J. 2010. Suhde: sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää. Helsinki: Infor.
- Forss, M. 2011. Yksinäisten nuorten hätä verkossa virtuaalipoliisin silmin. Teoksessa T. Heiskanen & L. Saaristo (toim.) Kaiken keskellä yksin: yksinäisyyden syyt, seuraukset ja hallintakeinot. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Hyppänen, R. 2009. Esimiesosaaminen: liiketoiminnan menestystekijä. 1.–2. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Helsinki: Talentum.
- Joutsenlahti, J. 2012. Ohjaaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Kaanaa, L. 2012 Työterveyshoitaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 1.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111.
- Kangaspunta, S. 2011. Traditionaalista yhteisöstä verkkoyhteisyyteen. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampere University Press.
- Kari, M. 2011. Yksinäisenä verkossa. Teoksessa T. Heiskanen & L. Saaristo (toim.) Kaiken keskellä yksin: yksinäisyyden syyt, seuraukset ja hallintakeinot. Jyväskylä: PS-kustannus.

Kataja, M. 2012. Vastaava ohjaaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Kehitysvamma-alan verkkopalvelu Vernerinet www-sivut. Viitattu 1.5.2012.
<http://verneri.net>

Ketola, S. 2012. Projektikoordinaattori. Satakunnan Sydänpiiri Ry. Pori. Puhelinhaastattelu 24.4.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Korpiola, L. 2011. Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Helsinki: Infor.

Kotka, L. 2012. Hallintopäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymä. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Kuntien verkkoviestintäopas. 2010. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. Viitattu 19.5.2012.
<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Verkkoviestintaopas.pdf>

Kuusisto, S-R. 2012. Erityishuoltoneuvoston puheenjohtaja. Erityishuoltoneuvosto. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 29.2.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Leppäkorpi, S-T. 2011. Sosiaalinen media ja juridiset pelisäännöt. Luento Satakunnan ammattikorkeakoulun Täydennyskoulutuskeskuksen Rauman toimipisteessä 30.9.2011.

Leppämäki, L. 2012. Henkilöstöjohtaja. Satakunnan sairaanhoitopiiri. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Mannermaa, K. 2012. Työhyvinvointipäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiiri. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Markkanen, M. 2005. Henkilöstön hankinta sähköistyy. Helsinki: Wsoy.

Matikainen, J. 2011. Yleisöjen sukupolvet – vastaanottajista tuottajiin? Teoksessa J. Matikainen (toim.) Muuttuvat mediat, haasteelliset sukupolvet: mediafoorumi. Helsinki: Infor.

Mustonen, H. 2012. Palvelupäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Nieminen, E. 2012. Kuntoutusohjaaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

- Noppiari, E. & Uusitalo, N. 2011. Kavereita verkossa ja sen ulkopuolella: Näkökulmia nuorten verkkoyhteisöllisyyteen. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampere University Press.
- Nyström, M. 2012. Antinkartanon koulutus- ja toimintakeskus KoTo:n johtaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 14.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Paavola, M. 2010. Kehitysvammaisten asuminen Satakunnassa - Asumistarvekartoitus ja alueellinen suunnitelma vuosille 2010–2015. Pori: Satakunnan sairaanhoitopiiri. Raportti. Viitattu 13.4.2012.
<http://www.sataehp.fi/sataehp/lomakkeet/Kehitysvammaisten%20asuminen.pdf>
- Paavola, M. 2012. Sosiaalipalvelujen johtaja. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 27.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Paunu-Laakso, M. 2012. Asumisyksikön esimies. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Nakkila. Henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Pöyri, M. 2011. Sosiaalinen media rekrytoinnissa. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 3.3.2012.
<http://www.jobijobi.fi/~petervirtanen/anki/img/julkaisu.pdf>
- Saarinen, T. 2012. Palvelupäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 20.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Saastamoinen, M. 2011. Intensiivistyvä, yksilöllistyminen ja sosiaalisuuden muuttuvat muodot. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) Yksilöllinen yhteisöllisyys: avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampere University Press.
- Salminen, K. 2012. Palvelupäällikkö. Satakunnan sairaanhoitopiirin sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 13.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän www-sivut. Viitattu 4.3.2012.
<http://www.satshp.fi>
- Scott, P. & Jacka, J. 2011. Auditing Social Media: A Governance and Risk Guide. Hoboken, NJ, USA: Wiley. Viitattu 30.4.2012.
<http://site.ebrary.com.lillukka.samk.fi/lib/samk/home.action>
- Siukosaari, A, 2002. Yhteisöviestinnän opas: yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma.
- Soininen, J., Wasenius, R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Suomen Kuntaliiton www-sivut. Viitattu 30.4.2012. <http://www.kunnat.net>

Suominen, E., Pirttilä-Backman, A-M., Lahikainen, A. R. & Ahokas, M. 2010. Arjen sosiaalipsykologia. Helsinki: Sanoma Pro.

Surakka, T. 2009. Hyvä työpaikka hoitoalalla: näin haetaan ja sitoutetaan osajia. Helsinki: Tammi.

Tapscott, D. Hautala, T. 2010. Syntynyt digiaikaan: sosiaalisen median kasvatit. Jyväskylä: Docendo.

TEPA-sanastokeskus TSK www-sivut. Viitattu 5.3.2012. <http://www.tsk.fi>

Tuomainen, M. 2012. Työfysioterapeutti. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymän sosiaalipalvelut. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Tuomikoski, I. 2012. Kehitysvammaisen nuoren sijaisvanhempi. Pori. Puhelinhaastattelu 27.4.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Tuominen, H. 2012. Erityishuoltoneuvoston varapuheenjohtaja. Erityishuoltoneuvosto. Ulvila. Henkilökohtainen tiedonanto 29.2.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Törnroos, R. 2012. Projektisuunnittelija. Satakunnan sairaanhoitopiirin kuntayhtymä. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 6.3.2012. Haastattelijana Anne Toivonen. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Vammaisia tulee kohdella samalla tavalla kuin muita ihmisiä. 2007. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö. Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2007:4 selkokieli. Viitattu 1.5.2012. http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=28707&name=DLFE-4011.pdf&title=Vammaisia_tulee_kohdella_samalla_tavalla_kuin_muita_ihmisia.fi.pdf

Wollan, R., Smith, N. & Zhou, C. 2010. Social Media Management Handbook: Everything You Need to Know to Get Social Media Working in Your Business. Hoboken, NJ, USA: Wiley. Viitattu 30.4.2012. <http://site.ebrary.com.lillukka.samk.fi/lib/samk/home.action>



Kysely opinnäytetyötä varten sosiaalisen median käyttämisestä

Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli nainen mies

Ikä alle 23 v 24 - 34 v 35 - 44 v 45 - 54 v 54 v →

Koulutus (rastita korkein oppiarvosi tai meneillään oleva koulutuksesi)

peruskoulu perusaste/ammattikoulu tai opiskelija opistoaste tai opiskelija

AMK tai opiskelija ylempi AMK tai opiskelija yliopisto tai opiskelija

Työsuhte Satakunnan sairaanhoitopiirissä määräajaksi toistaiseksi

Sosiaalisen median käyttö

Mitä sosiaalisen median palveluja tai sovelluksia käytät?

Facebook YouTube IRC galleria Myspace Twitter LinkedIn blogit

wikit (esim. Wikipedia) keskustelupalstat en käytä sosiaalista media

Jokin muu, mikä? _____

Mitä käytät eniten? _____

Käytätkö sosiaalista mediaa vapaa-ajalla työssä en koskaan

Kuinka usein käytät sosiaalisen median palveluja tai sovelluksia?

päivittäin viikoittain kuukausittain harvemmin en koskaan

Kuinka paljon päivittäin käytät aikaasi sosiaalisessa mediassa?

alle 1 h 1 - 2 h 2 - 4 h yli 4 h

Oletko saanut koulutusta sosiaalisen median käyttämiseen? kyllä en

Jos olet saanut koulutusta, missä? _____

Tunnetko tarvitsevasi koulutusta sosiaalisen median käyttöön? kyllä en



Mihin tarkoituksiin käytät sosiaalista mediaa?

- ystävien kanssa viestintään ja kommunikointiin vapaa-aikaan ja viihdekäyttöön
 opiskeluun ja sen avuksi ammatilliseen käyttöön verkostoitumiseen
 muuhun, mihin? _____

Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalista mediaa eniten?

Keskustellaanko sosiaalisessa mediassa nykyisen tai entisen työpaikkasi asioista? kyllä ei

Oletko käyttänyt hyväksesi sosiaalista mediaa hakiessasi työ-/harjoittelupaikkaa? kyllä ei

Mitä hyötyä sosiaalisesta mediasta on työ-/harjoittelupaikkaa hakiessa?

Voitko hyödyntää sosiaalista mediaa oman alasi työtehtävien hoitamisessa? kyllä ei

Jos voit, niin miten? _____

Miten mielestäsi sosiaalisen median käyttö työpäivän aikana vaikuttaa työtehoon?

- piristää laskee työtehoa ei vaikutusta

Onko edellinen/edelliset työnantajasi sallineet sosiaalisen median käyttämisen työajalla?

- kyllä, kaikki kyllä, jotkut ei

Onko nykyinen tai entinen/entiset työnantajasi virallisesti ohjeistanut sosiaalisen median käytön työpaikalla? nykyinen: kyllä ei entinen/entiset: kyllä ei

Mitkä ovat mielestäsi sosiaaliseen mediaan liittyvät tietoturvariskit?

Mihin/miten käyttäisit sosiaalista mediaa kehittäessäsi Satakunnan sairaanhoidopiirin toimintaa?
