

FACEBOOK-SIVUJEN HYÖDYNTÄMINEN PALVELUOHJAUKSESSA

Case: Palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palvelut

Laura Vepsäläinen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2014

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) VEPSÄLÄINEN, Laura	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 09.05.2014
	Sivumäärä 67	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi FACEBOOK-SIVUJEN HYÖDYNTÄMINEN PALVELUOHJAUKSESSA: CASE PALVELUPISTE KASTELLIN LASTEN JA NUORTEN PALVELUT		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Silvennoinen, Pauliina		
Toimeksiantaja(t) Hämeenlinnan kaupungin palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palvelut		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka lasten ja nuorten Facebook-sivuja voidaan hyödyntää alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa. Työn toisena tavoitteena oli tuoda esille, kuinka muut Suomen kaupungit hyödyntävät Facebookia varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa. Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee palveluohjausta työmenetelmänä ja sosiaalista mediaa yhteiskunnassa. Opinnäytetyön tutkimus koostui kvantitatiivisesta ja kvalitatiivisesta tutkimuksesta.</p> <p>Kvantitatiivisella tutkimuksella selvitettiin käyttäjien tarpeita lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuista, joiden pohjalta esitettiin kehittämisideoita Facebook-sivujen hyödyntämiseen palveluohjauksessa.. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköistä puolistrukturoitua kyselylomaketta. Kysely oli avoinna 3.4. – 13.4.2014 välisen ajan ja siihen vastasi 58 henkilöä. Kohderyhmänä olivat alle kouluikäisten lasten vanhemmat Hämeenlinnassa, koska he ovat lasten ja nuorten palveluiden pääasiallinen kohderyhmä.</p> <p>Tutkimuksen tuloksien perusteella voidaan sanoa, että Facebook-sivuja voidaan hyödyntää alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa tiedotus- ja viestintäkanavana. Tuloksien pohjalta nousseita kehittämisideoita Facebook-sivuille ovat tapahtumakalenteri ja chat-palvelu. Näiden lisäksi kehittämisideoina esitetään videoiden, kuvien sekä ohjekirjan käyttäminen tuki- ja palveluhakemuksista tiedottamiseen ja täyttämiseen.</p> <p>Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto kerättiin piilohavainnoimalla helmikuussa Oulun, Helsingin, Hämeenlinnan, Rauman ja Alavuden kaupunkien sekä Hämeenkyrön kunnan Facebook-sivujen sisältöä. Kehittämisideoina havainnoinnin tulosten perusteella ovat kohderyhmälle ajankohtaisten uutisten esille tuominen ja ladattavat oppaat.</p>		
Avainsanat (asiasanat)		
Palveluohjaus, sosiaalinen media, Facebook, kunta, sähköinen palvelu, havainnointi, kyselytutkimus		
Muut tiedot		



Author(s) VEPSÄLÄINEN, Laura	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 09.05.2014
	Pages 67	Language Finnish
		Permission for web publication (X)
Title UTILIZATION OF FACEBOOK PAGES IN CASE MANAGEMENT Case: services for the young and children at Kastelli service point		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) Silvennoinen, Pauliina		
Assigned by Hämeenlinna city service point Kastelli, child and young people services		
Abstract <p>The aim of the research was to find out how children's and young people's Facebook-pages can be utilized in the case management of parents with children under school age. Another objective was to show how other cities in Finland utilized Facebook in early childhood education case management. Theoretical part of this thesis deals with case management as a tool and social media in case management. The research consists of qualitative and quantitative research.</p> <p>The quantitative research examined the user needs of children's and young people's service Facebook- pages, which led to presentation of improvement suggestions of utilization of Facebook-pages in case management. Data collection method was an electronic half-structured survey. The questionnaire was available from April 3rd to April 13th 2014 and 58 answers were collected. The target group of this research was the parents of under school-aged children in Hämeenlinna because they are the main target group of children and young people services.</p> <p>Based on the results of this survey it can be stated that the Facebook-pages can be used as an informing and communication channel in case management of the parents of under school-aged children. Improvement suggestions that came up from the results were an event calendar and a chat service. In addition, it was suggested to use videos, pictures and manuals in informing about the benefits and service applications, and in filling them in.</p> <p>The data of the qualitative research was collected through disguised observation on the contents of Oulu, Helsinki, Hämeenlinna, Rauma and Alavus cities and Hämeenkyrö municipality Facebook-pages. The improvement suggestions based on the observation were the introduction of current news to the target group and downloading manuals.</p>		
Keywords Case management, social media, Facebook, municipality, e-services ,observation, survey		
Miscellaneous		

Sisältö

1 Johdanto	4
2 Hämeenlinnan kaupungin palvelupiste Kastelli	6
3 Palveluohjaus Suomen kunnissa	8
3.1 Työtapana palveluohjaus.....	8
3.2 Palveluohjaus Kastellin lasten ja nuorten palveluissa	12
3.3 Sähköiset palvelut palveluohjauksessa	13
4 Sosiaalisen median käyttö yhteiskunnassa	15
4.1 Sosiaalinen media käsitteenä.....	15
4.2 Sosiaalisen median käyttäjät.....	19
4.3 Facebook – yksi sosiaalisen median palveluista.....	24
4.4 Facebookin käyttö julkisissa palveluissa	26
5 Tutkimus Facebook-sivujen hyödyntämisestä palveluohjauksessa	31
5.1 Tutkimuskysymykset	31
5.2 Tutkimusmenetelmät.....	31
5.3 Tutkimuksien toteutus.....	35
5.4 Tutkimuksien luotettavuus.....	37
6 Tutkimustulokset	40
6.1 Facebook-sivujen hyödyntäminen Kastellin lasten ja nuorten palveluohjauksessa.....	40
6.2 Facebookin hyödyntäminen varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa valtakunnallisesti.....	44

7 Kehittämisideat lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöön	47
8 Pohdinta	50
Lähteet	55
Liitteet	61
Liite 1. Havainnointirunko.....	61
Liite 2. Havainnointitaulukko.....	62
Liite 3. Tiedote kyselystä.....	63
Liite 4. Kyselylomake	64

KUVIOT

Kuvio 1. Yhteisöpalvelujen seuraamisen useus ikäryhmän mukaan.	22
Kuvio 2. Yhteisöpalveluihin osallistumisen luonne iän mukaan.....	23
Kuvio 3. Lasten ja nuorten Facebook-sivujen tarpeellisuus	41
Kuvio 4. Mitä mieltä vastaajat olivat väittämistä koskien lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuista.....	42
Kuvio 5. Haluaisin, että Kastellin lasten ja nuorten palvelut tiedottaisivat minua seuraavien kanavien kautta	43
Kuvio 6. Facebook-sivujen tykkääjien määrä 1.4.2014.....	45
Kuvio 7. Facebook-sivujen päivityksien useus helmikuussa 2014 aikana	45

KUVAT

Kuva 1. Palveluohjausprosessi.....	9
Kuva 2. Yhteenvedo palveluohjauksen eri työotteista, -malleista ja asiakkaista...	10
Kuva 3. Sosiaalisen median ydinkäsitteet.....	16

Kuva 4. Sosiaalisen median kanavia	18
Kuva 5. Suosituimmat yhteisöpalvelut iän ja sukupuolen mukaan Suomessa. %- osuus yhteisöpalvelujen käyttäjistä.....	25

TAULUKKO

Taulukko 1. Lasten ja nuorten palvelujen Facebook-sivujen nykytila-analyysi....	30
---	----

1 Johdanto

Kuntien palvelu on tulevaisuudessa monipuolistumassa ja monikanavaistumassa, ja samalla palveluntarjonta keskittymässä kuntalaisten yhteispalvelupisteisiin. Asiakas- ja käyttäjälähtöisyyteen on alettu myös kiinnittämään huomioita kuntien palveluissa. (Rantanen 2013, 5.) Asiakslähtöisestä työtavasta esimerkkinä on kuntien tarjoama palveluohjaus. Suomessa palveluohjausta on käytetty 1990-luvun alkupuolelta lähtien. Palveluohjausta on vaikea määritellä yksiselitteisesti sen moniulotteisuuden vuoksi. Tiivistetysti palveluohjaus on asiakslähtöinen tapa tehdä töitä yli sektorirajojen, ja työn keskiössä on asiakas. Yleisesti palveluohjausta käytetään sosiaali- ja terveysalalla. Palveluohjauksen sähköistymisestä on viitteitä valtion hankkeiden ja ohjelmien myötä. Nykyään monet, niin julkisen kuin yksityisenkin palveluntarjoajan, palvelut siirtyvät internetiin ja etäkäytettäväksi, koska se on kustannustehokkaampaa. Etäyhteydellä toteutettuna palveluohjaus säästää asiakkaan ja palveluohjaajan resursseja sekä antaa palveluohjaajalle mahdollisuuden useampiin asiakaskontakteihin lyhemmissä ajassa. (Hyppönen 2012, 88, 90–91.)

Tässä työssä palveluohjausta lähestytään sosiaalisen median palveluiden kautta. Sosiaalisen median palvelut ovat tulleet jäädäkseen. Suomessa suosituin sosiaalisen median palvelu on yhteisöpalvelu Facebook. Facebook on nykyaikainen ja ajankohtainen sosiaalisen median kanava hoitaa asiakaspalvelua ja olla vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa. Kunnat pyrkivät palvelemaan siellä, missä kuntalaiset ovat ja juuri siten kuin kokevat tarpeelliseksi. (Rantanen 2013, 5.)

Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluilla on omat Facebook-sivut. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka Facebook-sivuja voidaan hyödyntää palveluohjauksessa. Kohderyhmäksi valikoituivat hämeenlinnalaiset alle kouluikäisten lasten vanhemmat, koska he käyttävät laajimmin lasten ja nuorten palveluiden tarjoamia palveluja, kuten ohjausta ja neuvontaa päiväkotihakemusten teossa. Facebook-sivujen kehittämisen myötä lasten ja nuorten palveluohjaajat voivat hyödyntää niitä tehokkaasti työssään. Toimeksiantaja toivoi myös tietoa, kuinka muut Suomen kaupungit hyödyntävät Facebook-sivuja varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa. Tätä tutkittiin piilohavainnoimalla Ou-

lun, Helsingin, Hämeenlinnan, Rauman sekä Alavuden kaupunkien ja Hämeenkyrön kunnan varhaiskasvatuksen Facebook-sivuja.

Tutkimuksessa käytetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisellä puolistrukturoidulla kyselylomakkeella Webropol-ohjelmaa hyödyntäen. Kyselyyn oli mahdollisuus vastata 3.4. – 13.4.2014 välisenä aikana. Linkki ja qr-koodi kyselyyn olivat esillä Hämeenlinnan kaupungin sekä lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuilla ja Kanta-Hämeenlinnan neuvoloiden ilmoitustauluilla. Kyselystä tiedotettiin myös Mannerheimin lastensuojeluliiton Hämeenlinnan yhdistystä sähköpostitse. Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena oli kerätä kohderyhmän mielipiteitä ja toiveita, mihin lasten ja nuorten Facebook-sivuja kannattaa hyödyntää, ja mitä sisältöä sivuilla pitäisi olla.

Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla selvitettiin, kuinka Facebookia hyödynnetään varhaiskasvatukseen liittyvässä palveluohjauksessa muissa Suomen kaupungeissa. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto kerättiin piilohavainnoinnilla. Havainnointia tehtiin helmikuussa, ja havainnoitavia kohteita olivat Oulun, Helsingin, Rauman, Hämeenlinnan ja Alavuden kaupunkien sekä Hämeenkyrön kunnan varhaiskasvatuksen Facebook-sivut.

Aluksi opinnäytetyössä esitellään työn toimeksiantaja, jotta lukija saa käsityksen, millaisesta palveluntarjoajasta on kyse. Toimeksiantaja tarjoaa palveluohjausta, minkä vuoksi työssä kerrotaan, mitä palveluohjauksella tarkoitetaan, ja mihin suuntaan se on mahdollisesti tulevaisuudessa kehittymässä. Tämän jälkeen työssä käsitellään sosiaalisen median ilmiötä ja sen käyttäjiä Suomessa. Sosiaalisen median palveluista esille on nostettu Facebook, koska työn tavoitteena on selvittää, kuinka Facebook-sivuja voidaan hyödyntää palveluohjauksessa. Tässä yhteydessä esille tuodaan myös, kuinka julkiset palveluntarjoajat Suomessa hyödyntävät Facebook-sivujaan. Lopuksi työssä on kerrottuna, kuinka tutkimus on tehty, ja pohdittu sen luotettavuutta. Tutkimustulokset ovat esiteltyinä työn loppuvaiheessa ja niiden pohjalta on kirjattuna kehittämideoita. Lopuksi työstä löytyvät tutkijan omat johtopäätökset ja pohdinta opinnäytetyöstä ja -prosessista.

2 Hämeenlinnan kaupungin palvelupiste Kastelli

Suomen väestö ikääntyy, ja työikäiset ihmiset muuttavat töidensä perässä suurimpiin kaupunkeihin. Myös kuntaliitosten vuoksi kuntien maantieteellinen koko on suurentunut. Osittain siksi palvelujen kysyntä on muuttunut. Palveluiden kysynnän muuttuminen on haaste kuntien asiakaspalvelulle, koska palveluiden pitäisi olla helposti kaikkien saavutettavissa mutta samalla kustannustehokkaita. Tämä on ajanut kunnat perustamaan yhteispalvelupisteitä ja suuntaamaan palvelut sähköisiksi. (Rantanen 2013, 8.) Hämeenlinnan kaupungilla on kuusi palvelupistettä. Nämä palvelupisteet tarjoavat kaupungin asukkaille mahdollisuuden asioida kunnan palveluihin liittyvissä asioissa, hakea lomakkeita sekä saada tietoa erilaisista palveluista ja päätöksenteosta. (Palvelupisteet 2014.)

Kastelli on Hämeenlinnan kaupungin asukkaiden yksi palvelupisteistä, josta löytyy eri lakien, kuten osa sosiaalihuoltolain vaatimia palveluja. Tällä hetkellä Kastellista löytyvät kassa ja neuvontapalvelut, ikäihmisten palvelut, matkailuneuvonta sekä maankäytön ja ympäristön sekä lasten ja nuorten palvelut. Kastellissa kuntalaisilla on mahdollisuus käyttää maksutonta tietokonetta ja langatonta internetiä sekä varata itselleen polkupyörä päiväksi käyttöön. (Kastelli 2014.)

Kastellin tavoitteena on olla niin sanottu matalan kynnyksen palvelupiste ja ensimmäinen kontakti asiakkaalle kaupungin palveluita hakiessaan. Ensisijaisesti asiakasta neuvotaan paikan päällä, mutta tarvittaessa hänet ohjataan eri alojen asiantuntijoille. Kastellin tavoitteena on, että palvelut ovat helposti saavutettavissa ja tehokkaita. Niiden tulee myös joustaa, ja asiakkaalla täytyy olla mahdollisuus valita hänen tilanteeseensa parhaiten sopivia palveluita. (Hakkarainen 2014.)

Kastellin lasten ja nuorten palvelut neuvovat työsopimussuhteisia hoitajia ja tiedottavat muun muassa oppilaspaikan hakemisesta, esiopetus- ja koulukuljetuksista, koululaisten aamu- ja iltapäivätoiminnasta, lasten ja nuorten kulttuuritarjonnasta, kasvua tukevista peruspalveluista, kuten äitiys- ja lastenneuvoloista (Lasten ja nuorten palveluohjaus 2014). Muut lapsiperheitä koskevat palvelut, kuten kouluun haku tapahtuu Hämeenlinnan kaupungin toisessa palvelupisteessä, Wetterissä. Lasten ja nuorten palveluiden palveluohjaajien työn pääpaino on

päiväkoti- ja esikouluasioissa. Lasten ja nuorten palveluohjausta käyttävät yleensä aikuiset, vaikka yksikön nimenä on lasten ja nuorten palvelut. Keväisin lasten ja nuorten palvelut palvelevat enemmän nuoria palveluseteleihin liittyvissä asioissa. Nuoret hakeutuvat myös lasten ja nuorten palveluihin tarvitessaan sosiaalityön tarjoamia palveluja. Tällöin lasten ja nuorten palveluohjaaja neuvoo nuorta paikanpäällä tai ohjaa tarvittaessa nuoren sosiaalityön puolelle, jossa työtä jatketaan yhdessä nuoren kanssa tarpeen mukaan.

Kastellin tavoitteeksi on määritelty Hämeenlinnan kaupunginjohtoryhmässä vuonna 2011 sähköisten palveluiden käytön lisääminen (Mäensivu n.d., 30). Sähköisinä palveluina lasten ja nuorten palvelut tarjoavat tällä hetkellä nuorille suunnatun Vastaamo-palvelun ja alle kouluikäisten vanhemmille suunnatun päiväkotihakemisen sekä sähköpostin. Kastellilla oli kokeilussa myös nuorille suunnattu chat-palvelu.

Vastaamo-palvelu on hanke, joka on tuotettu yhteistyössä Väestöliiton ja Mental Capital Care Oy:n kanssa (Seivo n.d.). Vastaamo-palvelu ei ole Hämeenlinnan kaupungin tarjoama palvelu, vaan Hämeenlinnan kaupunki ostaa palvelusetelit yksityiseltä yritykseltä Mental Capital Care Oy:ltä. Vastaamo-palvelua pääsee käyttämään palvelusetelillä. Palveluseteleitä on jaettu neuvoloissa, lukioissa ja peruskouluissa, ja niitä jaetaan kaiken kaikkiaan 1 500 kappaletta. Palvelu on suunnattu alle 29-vuotiaille ensimmäistä kertaa sosiaalityössä asioiville, kaikille Hämeenlinnan lukioden ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoille, Lyseon ja Hakalan peruskoulujen 8-luokkalaisten huoltajille ja kaikille 1.9.2012 jälkeen syntyneille naisille. Vastaamo-palvelua voi käyttää mihin tahansa aikaan vuorokaudessa internetissä ja siellä voi kysyä maksimissaan viisi kysymystä Väestöliiton eri sosiaali- ja terveydenhuollon asiantuntijoilta, kuten psykologeilta ja psykoterapeuteilta. (Vastaamo 2014.)

Uusin Hämeenlinnan Kastellin tarjoama täysin sähköinen palvelu oli nuorille kohdistettu chat-palvelu. Kyseessä oli kokeilu, joka oli käynnissä 24.2.–4.4.2014. Chatissa oli joka päivä tavoitettavissa lasten ja nuorten palveluohjaaja sekä vuoroaikoina ja -päivinä psykologi, terveydenhoitaja, nuorisotyöntekijä tai sosiaaliohjaaja (Nuorten chat 2014). Palvelu oli suunnattu 13–29-vuotiaille hämeenlinnalaisille, ja sen käyttöön ei tarvinnut erillisiä palveluseteleitä. Kokeilulla halut-

tiin selvittää, millainen tarve chat-palvelulle voisi olla eri palveluissa. (Nuorten chat-palvelu ohjaa ja neuvoo 2014.)

Päiväkotihakeminen ei ole pelkästään sähköisesti toimiva palvelu, koska päiväkotihakemuksen voi halutessaan tulostaa Hämeenlinnan kaupungin internet-sivuilta ja toimittaa Kastelliin. Päätös päiväkotipaikan saamisesta lähetetään edelleen kirjeitse, ja jos hakemuksessa on ollut jotain epäselvää, palveluohjaaja ottaa yhteyttä. (Hoitopaikan hakeminen 2014.) Lasten ja nuorten palveluilla on käytössään myös omat Facebook-sivut, jotka ovat tällä hetkellä suunnattu sekä nuorille että alle kouluikäisten lasten vanhemmille, ja niiden kautta voi laittaa viestiä palveluohjaajille.

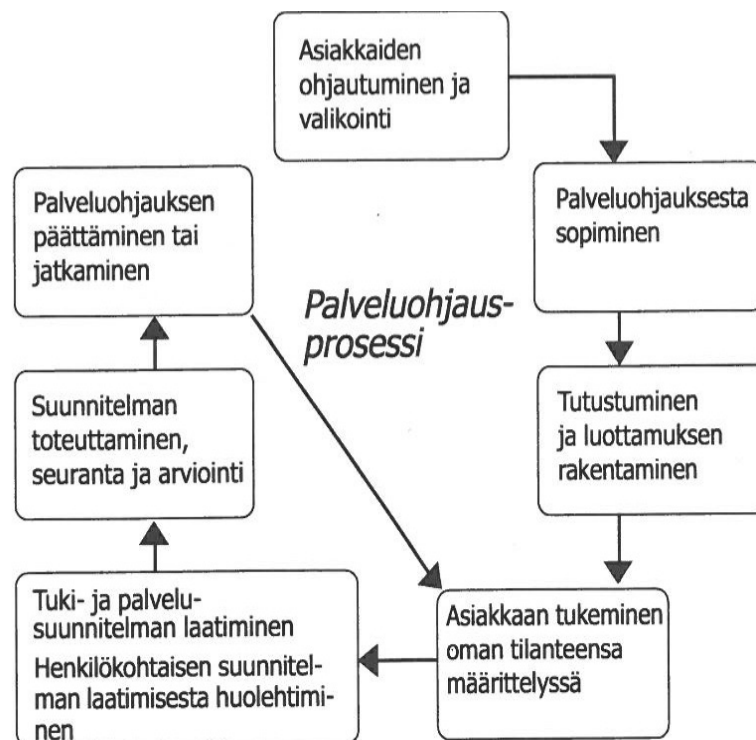
3 Palveluohjaus Suomen kunnissa

3.1 Työtapana palveluohjaus

Palveluohjauksen voidaan sanoa lähteneen sosiaalityön menetelmänä Yhdysvalloista 1920-luvulta, josta se toimintatapana levisi Britanniaan, Kanadaan ja Saksaan. Suomeen palveluohjaus jalkautui erilaisten projektien kautta 1990-luvun lopulla. (Pietiläinen & Seppänen 2003, 17.) Palveluohjaus on toimintatapa, jonka keskiössä on asiakas. Palveluohjaus on määritelty toimintoina, joissa viranomaisia edustava palveluohjaaja yhdessä asiakkaan kanssa suunnittelee, organisoi, sovittaa yhteen ja arvioi palveluja, joita asiakas tai hänen perheensä tarvitsevat nykyisessä elämänvaiheessa elämänhallintansa tueksi. Tämän pohjalta voidaan sanoa, että palveluohjaus on asiakkaan kanssa tehtävän työn menetelmä (case management) ja palveluiden yhteensovittamista organisaatioiden tasolla (service coordination). Case management -käsitteelle ei aluksi löytynyt suomenkielestä sopivaa vastiketta, jolloin puhuttiin yksilökohtaisesta palveluohjauksesta ja kuntoutusluotsauksesta. (Mts. 10–11.)

Laajentamalla näkökulmaa huomataan, että palveluohjauksen työmenetelmä eroaa aiemmin käytetyistä vanhoista asiakastyön käytänteistä. Vanhoihin asiakastyön käytänteisiin liittyi organisaatiolähtöinen piirre, eli palveluohjausta toteutettiin hierarkkisten sääntöjen mukaan. Se oli myös asia-, hakemus- ja päätös-keskeistä, eli viranomaisten toiminta perustui asiakkaan valmiiksi muotoilemalle

hakemukselle. Nykyäänkin palveluohjaukseen liittyy erilaisten hakemusten ja asiakirjojen täyttöö, mutta asiakkaiden luukulta luukulle kiertäminen on vähentynyt, kun asia on yhden ihmisen eli palveluohjaajan hallussa ja asiakkaan palveluohjausprosessi etenee suunnitelmien kautta. Aiemmin myös asiakkuus ajateltiin suppeammin, jolloin palveluita annettiin vain tarvitseville. Nykyään palvelua annetaan tarvittaessa esimerkiksi myös asiakkaan lähipiirille näiden jaksamisen ja osaamisen edistämiseksi. Palveluohjaus on yksinkertaisimmillaan tapa tehdä töitä. (Pietiläinen & Seppälä 2003, 14.)



Kuva 1. Palveluohjausprosessi (Pietiläinen & Seppälä 2005, 37).

Palveluohjaus on prosessi (ks. kuva 1). Siinä edetään tavoitteellisesta vaiheesta toiseen, mutta todellisuudessa nämä vaiheet limittyvät toisiinsa. Tärkeää on kui-

tenkin, että prosessi tulee loppuunsa eikä vain jatku ympyrää. (Pietiläinen & Seppälä 2003, 12.) Palveluohjausprosessin tavoitteena on päästä konkreettisiin tuloksiin. Palveluohjaus on asiakaslähtöistä toimintaa, koska sen työtapo, tavoitteet, tuki ja palvelut räätälöidään asiakkaan tarpeiden mukaan. Tavoitteena palveluohjauksessa on löytää asiakkaan yksilölliset voimavarat ja palvelutarpeet ja näitä tarpeita vastaavat palvelut ja tukimuodot. (Hänninen 2007, 11.)

Palveluohjausta on määritelty monista eri näkökulmista, kuten eri asiakasryhmien, esimerkiksi kuntoutujan tai kehitysvammaisen ja palveluohjaajien tehtävien kautta (Hänninen 2007, 15). Hännisen palveluohjauksen määritelmässä korostuu palveluohjaajan rooli. Hänninen näkee palveluohjauksen koostuvan kolmitasoisesta neuvonta- ja palveluohjausmallista. (ks. kuva 2.) Tämä malli koostuu ohjauksesta ja neuvonnasta, palveluohjauksellisesta työotteesta ja yksilökohtaisesta palveluohjauksesta. Asiakkaan suhde palveluohjattavaan on erilainen sen mukaan, millainen palveluohjauksen työote on. Hännisen määritelmän mukaan asiakkaan suhde palveluohjaukseen voi olla tukeutuva, jolloin asiakas valtuuttaa palveluohjaajan hoitamaan kaiken yhteydenoton. Konsultoivalla asiakkaalla on usein kyse yksinkertaisesta ongelmasta, ja hän hakee aktiivisesti itse tietoa ongelman ratkaisemiseksi, jolloin palveluohjaus saattaa olla lyhytaikaista. Aktiivisesti toimivan asiakkaan kanssa asiakassuhde on usein tiivis ja aktiivinen. Palveluohjausprosessi on merkittävä asia asiakkaan elämässä, oli hänen suhteensa palveluohjattavaan sitten aktiivinen tai passiivinen. (Mts. 16.)

Työote eri tasoilla	Palveluohjausmallit	Asiakkaan suhde palveluohjaukseen
neuvonta/ ohjaus	yleinen palveluohjaus	konsultoiva, aktiiviseen toimintaan pyrkivä, tukeutuva
palveluohjauksellinen työote	voimavarakeskeinen palveluohjaus	konsultoiva, aktiiviseen toimintaan pyrkivä, tukeutuva
yksilökohtainen palveluohjaus	intensiivinen palveluohjaus	konsultoiva, aktiiviseen toimintaan pyrkivä, tukeutuva

Kuva 2. Yhteenvedo palveluohjauksen eri työotteista, -malleista ja asiakkaista (Hänninen 2007, 16).

Pietiläinen määrittelee laajemmin palveluohjauksen työotteita. Hän puhuu niistä erilaisina näkökulmina, jolloin palveluohjauksen moniulotteisuus korostuu. Pietiläisen mukaan erilaisia näkökulmia palveluohjaukseen ovat perinteinen palveluohjaus, intensiivinen ja yksilöllinen palveluohjaus, asiakkaan itsemääräämisoikeutta korostava palveluohjaus, asianajomalli ja siirtymävaiheiden palveluohjaus. Perinteisessä palveluohjauksessa keskeistä on tarjolla olevien palvelujen hallinta, jolloin palveluohjaajan tehtävänä on auttaa asiakasta monimutkaisessa palvelujärjestelmässä. Yksilöllistä, intensiivistä palveluohjausta tarvitaan silloin, kun asiakkaalla on erittäin vaikea elämäntilanne. Tällöin palvelut voidaan järjestää myös asiakkaan lähiympäristössä ja ohjaus sisältää paljon arkipäivän käytäntöön liittyviä asioita ja niiden opettelua. Yksilöllistä, intensiivistä palveluohjausta voidaan verrata Hännisen määritelmään yksilökohtaisesta palveluohjauksesta. Asiakkaan itsemääräämisoikeutta korostavassa palveluohjauksessa asiakkaan itse kokemansa tärkeät asiat määrittävät toimintaa, jolloin palveluohjaajan rooli on olla enemmän ohjattavan kumppani ja tukija. Siirtymävaiheiden palveluohjauksessa korostuu palveluohjaajan ja asiakkaan välinen hyvä yhteistyö, mutta myös eri organisaatioiden ja muiden tahojen mutkaton yhteistyö. Lähtökohtana siirtymävaiheisessa palveluohjauksessa on jokin odotettavissa oleva muutos asiakkaan elämäntilanteessa, kuten lapsen päivähoiton aloittaminen tai muutto toiselta paikkakunnalta. Asianajomallissa palveluohjaajan rooli on olla esimerkiksi asiakkaan asianajaja tai puolestapuhuja, jolloin hän puolustaa asiakkaan oikeuksia palveluissa todettujen puutteiden vuoksi. (Pietiläinen & Seppälä 2003, 13.)

Palveluohjauksen voidaan sanoa olevan erityisen yleinen tapa työskennellä etenkin sosiaali- ja terveysalalla, ja sen keskiössä on asiakas. Asiakas otetaan prosessiin mukaan alusta lähtien, ja palveluprosessi muodostuu hänen tarpeidensa pohjalta. (Pietiläinen & Seppälä 2003, 10, 19.) Sosiaalihuoltolain mukaan kunnat ovat velvoitettuja järjestämään yleisiä sosiaalipalveluja, joita ovat sosiaalityö, kasvatus- ja perheneuvonta, kotipalvelut, asumispalvelut, laitoshuolto, perhehoito ja omaishoidon tuki (Sosiaali- ja terveysministeriö 2005, 7).

Kuten aiemmin on tullut jo esille, palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palvelut palvelevat lähinnä alle kouluikäisten lasten vanhempia. Mannerheimin lastensuojeluliiton lasten ja nuorten kuntoutussäätiön internetsivuilla on lista tuloksis-

ta, joita onnistunut palveluohjaus tuo lapsiperheille. Saatujen tuloksien ytimenä on se, että elämänlaatu perheissä paranee, kun tarjottavat palvelut kohtaavat asiakkaat. Lapsiperheiden palveluohjausta tarvitaan silloin, kun tilanne perheen sisällä muuttuu, esimerkiksi lapsen aloittaessa päivähoidon. (Palveluohjaus 2014.)

3.2 Palveluohjaus Kastellin lasten ja nuorten palveluissa

Kunta voi järjestää palveluohjausta erilaisin tavoin. Etenkin pieniin kuntiin on perustettu oma palveluohjaajan toimi. Yleensä siihen päädytään, jos asiakasmäärät ovat pieniä tai asiakasryhmä on erityisen rajattu. Kunnissa voidaan järjestää palveluohjausta osana työntekijöiden omaa työtä, jolloin kunnassa on useita työntekijöitä, jotka voivat työskennellä palveluohjaajan työssä. Palveluohjaus voi olla myös osana erikoissairaanhoidon ja kuntoutusta. Se on paras vaihtoehto silloin, kun asiakkaan tuen ja palveluiden tarpeesta suurin osa edellyttää terveydenhuollon ja kuntoutuksen palveluita. Joissakin kunnissa palveluohjaus voidaan järjestää myös ostopalveluna. Haasteena ostetussa palveluohjauksessa on se, että palveluprosessiin kuluva aikaa ja voimavaroja on hankala ennakoida etukäteen. (Pietiläinen & Seppälä 2003, 74–75.) Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluiden palveluohjaus on järjestetty osana työntekijöiden työtä. Palveluohjaajien työnkuvaan kuuluu paljon back office - työskentelyä, kuten laskutusta, mikä ei varsinaisesti näy asiakkaille.

Kastellin lasten ja nuorten palveluiden palveluohjaajien työ koostuu pääasiassa neuvonta- ja ohjaustyöstä, jolloin heidän palveluohjausmallinsa on perinteinen palveluohjaus ja työtoteina ovat neuvonta sekä ohjaus. Usein heidän asiakaidensa rooli on aktiivinen, koska asiakkaat hakeutuvat selkeän ongelman vuoksi palveluun ja ovat itse aktiivisia. Palveluohjaus on myös siirtymävaiheiden ohjausta, koska asiakkaat hoitavat lasten päivähoidon aloittamiseen liittyviä asioita.

Lasten ja nuorten palveluiden palveluohjaus Facebookissa on tällä hetkellä niin ikään yksilökeskeistä, koska yksittäiset ihmiset kysyvät neuvoa ja ohjausta yksityisillä, muilta suljetuilla viesteillä. Facebookin tarkoituksena palveluohjauksessa

on se, että mahdollisimman moni saisi tiedon yhdestä vastauksesta, jolloin paikan päällä tarjottava yksilökeskeinen neuvonta- ja ohjaustyö jäisi vähemmälle.

Käytännössä palveluohjauksen erilaiset työotteet ja -menetelmät sekoittuvat ja vaihtelevat asiakkaiden tilanteiden ja tarpeiden mukaan, koska tavoitteena on löytää asiakkaan tarpeita vastaavat palvelut ja tukimuodot (Pietiläinen & Seppälä 2003, 37).

3.3 Sähköiset palvelut palveluohjauksessa

Yhteiskunnan kehittymisen ja asiakkaiden muuttuvien tarpeiden vuoksi uusia palvelumuotoja tarvitaan. Siksi kuntalaisille tarjotaan nykyään useita monipuolisia kanavia hoitaa asioitaan näiden parhaaksi kokemanaan aikanaan ja palvelua käyttäen. (Rantanen 2013, 28.) Asiakaslähtöisyys ja sähköisten palvelujen lisääntyvä käyttö ovat korostuneet ja korostuvat tulevaisuudessa yhä enemmän. Tämän tyyppinen suuntaus näkyy esimerkiksi valtakunnallisissa ohjelmissa ja hankkeissa. Kunta 2017 -ohjelman visiona eli päämääränä on, että kuntalaisen ja asiakkaan näkökulma korostuu tulevaisuudessa ja erilaisten toimintasektorien arvo vähenee. Yhtenä visiona kunta 2017 -ohjelmassa on myös, että palveluja mietitään enemmän asiakas- ja kuntalaislähtöisestä näkökulmasta. (Palvelujen kuntalais- ja asiakaslähtöisyys n.d.)

Valtiovarainministeriöllä on käynnissä erilaisia hankkeita, joiden tavoitteena on niin ikään asiakaslähtöisen palvelun tarjoaminen. Tällaisia hankkeita ovat muun muassa Asiakaspalvelu 2014 -hanke ja SADe eli sähköisen asioinnin ja demokration vauhdittamisohjelma. (Hankkeet n.d.) Asiakaspalvelu2014 -kehittämishankkeen tavoitteena on, että kansalaiset asioisivat yhteisissä julkisen hallinnon yhteispalvelupisteissä, jotka olisivat kohtuullisesti saavutettavissa ja yhdenvertaisia kaikille. (Valtiovarainministeriö 2012, 4.) Verohallinto on mahdollisesti tulevaisuudessa lakkauttamassa konttoreitaan isoimmissa kaupungeissa, esimerkiksi Jyväskylässä, mikäli Asiakaspalvelu 2014 -hanke toteutuu. Verohallinto tarjoaisi jatkossa palvelunsa sähköisesti ja kaupunkien yhteispalvelupisteistä. (STT 2014.)

SADe-ohjelma on Suomessa ensimmäinen kokonaisvaltainen ja valtakunnallinen sähköisten palvelujen kehittämisohjelma julkisessa hallinnossa. Tavoitteena siinä

on tuottaa niin kansalaisille kuin yrityksille ja viranomaisillekin asiakaslähtöisiä ja yhteensopivia sähköisiä palvelukokonaisuuksia, joiden tarkoituksena on vahvistaa julkisen sektorin kustannustehokkuutta ja laatua. Valtiovarainministeriön sivuilta selviää, että SADe-ohjelma kuuluu hallituksen kärkihankkeisiin ja sen toimikausi kestää vuoden 2015 loppuun asti. (Sähköisen asioinnin ja demokratian vauhdittamisohjelma, n.d.)

Vuonna 2012 julkaistussa Suomen ensimmäisessä valtionhallinnon ja kuntasektorin yhteisessä tieto- ja viestintätekniiikan (ICT) hyödyntämisen strategian ehdotuksessa on lupaus siitä, että palvelut ja tieto vastaavat käyttäjien tarpeita. Lupaus tarkoittaa sitä, että palvelujen kehittäminen ja käyttöönotto pohjautuvat käyttäjien tarpeisiin, ja tavoitteena on, että kuntalainen voisi olla myös palvelun kehittäjä. Lupaus perustuu siihen, että käyttäjillä olisi mahdollisuus valita, mitä palvelukanavaa he käyttävät. (Palvelut ja tiedot käytössä n.d, 5.)

Sähköisestä palvelusta puhuttaessa tarkoitetaan yleiskäsitettä kaikille viranomaisten tarjoamille sähköisten tiedonsiirtomenetelmien avulla tarjotuille palveluille. Sähköiset palvelut jaetaan viiteen erilaiseen ryhmään, joita ovat tieto- ja tiedottamispalvelut, asiakaspalautepalvelu ja kansalaisten osallistumispalvelu, tiedonkeruupalvelu, vireillepanopalvelu/yksisuuntainen sähköinen asiointipalvelu ja vuorovaikutteinen sähköinen asiointipalvelu. (Voutilainen 2006, 5.)

Hämeenlinnan palvelupisteen lasten ja nuorten palvelut tarjoaa kuntalaisille yksisuuntaista sähköistä asiointia päiväkotihakemuksen muodossa. Tällaista sähköistä palvelua kutsutaan vireillepanopalveluksi tai yksisuuntaiseksi sähköiseksi asiointipalveluksi, jolloin asiakkaalla on mahdollisuus lähettää hakemus sähköisiä tiedonsiirtomenetelmiä käyttäen viranomaiselle (Voutilainen 2006, 5). Tieto- ja tiedottamispalveluksi määritellään lasten ja nuorten internet- ja Facebook-sivut ja sähköposti. Lasten ja nuorten palveluiden chat- ja Vastaamo-palvelut voidaan luokitella tiedonkeruupalveluiksi, koska tietojen luovuttaja eli nuori voi antaa sähköisesti lain edellyttämiä tietoja, esimerkiksi erilaisia ilmoituksia. (Mts. 5.) Chat- ja Vastaamo- palveluissa ei kuitenkaan toivota nuoren ilmoittavan esimerkiksi tarkkoja henkilöllisyystietojaan.

Kuten yllä kerrottujen esimerkkien kautta voidaan päätellä, kuntien tarjoama palveluohjaus, kuten useat muutkin palvelut, siirtyvät yhä enemmän sähköisiksi

ja laajoiksi yhteispalvelupisteiksi. Palveluohjauksellista neuvontaa ja ohjausta voidaan tulevaisuudessa antaa esimerkiksi sosiaalisen median monimuotoisten kanavien kautta, koska ihmiset käyttävät niitä aktiivisesti. Riskinä ja haasteena siinä on vielä toistaiseksi riittävän tietoturvan takaaminen asiakkaalle.

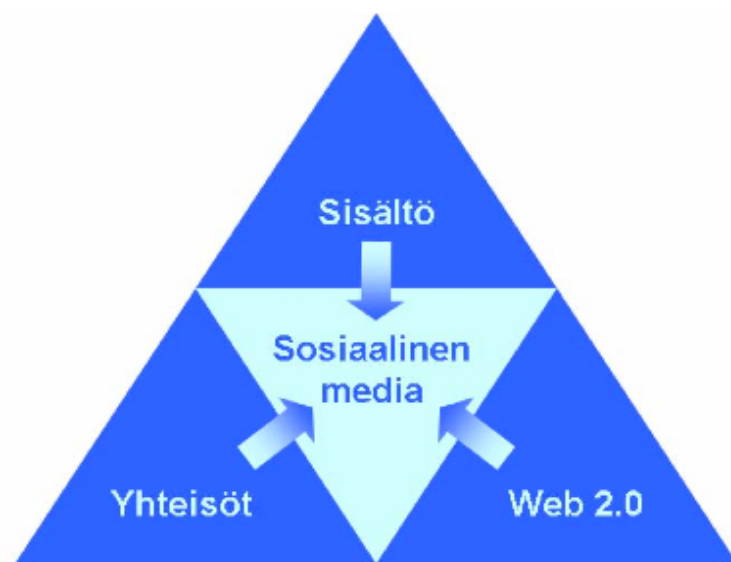
4 Sosiaalisen median käyttö yhteiskunnassa

4.1 Sosiaalinen media käsitteenä

Sosiaalisen median käsitteen voidaan sanoa olevan suhteellisen tuore, koska siitä on alettu puhua vasta vuoden 2008 jälkeen. Aiemmin siitä käytettiin muita nimityksiä, kuten Next Net, Live Web, sosiaalinen internet, yhteisöllinen internet ja tunnetuimpana Web 2.0. (Kananen & Pyykkönen 2012, 12.) Sosiaalisen median käsitettä ei voida kuvata yksiselitteisesti, koska kyse on monipuolisesta ja laajasta ilmiöstä. Sosiaalinen media eroaa perinteisestä mediasta palvelun käyttäjälähtöisyyden ja vuorovaikutteisuuden vuoksi. Perinteisen median aikana viestintä oli yksisuuntaista, kun nykyään se on monimuotoista ja -kanavaista.

Sosiaalisen median lyhyt oppimäärä -kirjassa julkaistun Suomisen artikkelin (2013, 285) mukaan sosiaalisen median vakiintuneeksi yleisnimeksi on lyhentynyt some, jota käytetään niin puhe- kuin kirjakielessäkin. Kotimaisten kielten keskus suosittelee käytettäväksi sosiaalisesta mediasta käsitettä yhteisöllinen media, koska sana sosiaalinen on niin monitulkintainen, ja sitä käytettäessä käsitteen merkitys ei helposti avaudu (Partanen 2009). Tässä työssä yhteisöllisestä mediasta käytetään kuitenkin käsitettä sosiaalinen media, koska se on usein käytetty lähdekirjallisuudessa ja vakiintunut puheeseen.

Eri tietolähteitä tutkittaessa sosiaalisen median käsite määritellään aina hieman eri tavalla sen mukaan, mitä alaa määrittelijä edustaa. Kangas, Toivonen ja Bäck (2007, 11) ovat määrittelleet sosiaalisen median kolmen osatekijän summaksi. Heidän luokituksensa mukaan sosiaalinen media koostuu web 2.0:sta, sisällöistä ja yhteisöistä (ks. kuva 4).



Kuva 3. Sosiaalisen median ydinkäsitteet (Kangas, Toivonen & Bäck 2007, 11).

Web 2.0:lla he tarkoittavat teknologioita, jotka mahdollistavat tämän kaiken eli sosiaalisen median tuottamisen ja jakamisen internetissä. Sisältö tarkoittaa erityisesti käyttäjien jakamaa ja tuottamaa sisältöä, joka voi olla muun muassa uutta sisältöä, kuten kuvia ja videoita, muokattua sisältöä eli erilaisia koosteita ja videoiden miksauksia sekä luokiteltua sisältöä, joita ovat esimerkiksi soittolistat ja arvostelut. Yhteisöt ovat yksi tyypillisimpiä piirteitä sosiaalisessa mediassa, minä vuoksi niitä ei voida sivuuttaa määrittelyssä. Yhteisöt toimivat ikään kuin väylinä käyttäjille löytää mielenkiintoista materiaalia. Sosiaaliseen mediaan liittyvät myös osallistuminen, avoimuus, keskustelu ja verkottuminen. Näiden piirteiden vuoksi sosiaalinen media eroaa perinteisestä yksisuuntaisesta mediasta. (Kangas ym. 2007, 11 - 16.)

Kangas ja muut ovat kuvailleet sosiaalisen median eri kanavia yhteisöiksi. Toisi- naan lähdekirjallisuudessa kanavista käytetään käsitettä sovellukset. Sovellukset voivat olla sellaisia, joissa käyttäjien toiminnalla on merkittävä rooli, niin sisällön luojana kuin sovelluksen tai palvelun arvon lisääjänä. Tästä ovat esimerkkinä erilaiset wikit, joihin käyttäjät saavat itse lisätä tietoa. (Mts. 15.)

Viestintätutkijat Seppänen ja Väliverronen katsovat sosiaalista mediaa enemmän vuorovaikutteisuuden näkökulmasta. He pitävät sosiaalisen median käsitettä hyödyllisenä, koska se kiinnittää huomiota uusiin vuorovaikutuksellisuuden ja yksilöllisyyden muotoihin. Puhekäytössä sosiaalisella medially on vakiinnuttu tarkoittamaan netinkäytön uutta vaihetta, jossa käyttäjän rooli on aktiivisempi. Joissain tapauksissa sosiaalinen media luokitellaan jopa yksiselitteisesti, että se on sosiaalista. (Suominen 2013, 13.)

2010-luvulla sosiaalista mediaa pidetään yläkäsitteenä, jolla viitataan lähes mihin tahansa nykyiseen verkkopalveluun, jossa on paljon sisältöä jakavia tai keskenään kommunikoivia käyttäjiä. Sosiaalisella medially viitataan tiettyyn aikakauden digitaaliseen verkkoviestintään ja viestinnän monikanavaisuuteen ja -aistisuuteen. Sosiaalinen media kärjistyy muutamiin kansainvälisiin suosikkipalveluihin, jotka perustuvat sisältöjen jakamiseen, verkostojen ja yhteisöjen ylläpitämiseen ja rakentamiseen. Sosiaalinen media, ja sen käyttötavat muuttuvat lyhyessä ajassa, joten nämäkään määritelmät eivät ole kovin pysyviä. (Suominen 2013, 13–17.)

Yllä kuvatuille määrittelyille yhtenäistä on, että sosiaalista mediaa määriteltäessä esiin nousevat sisällön jakaminen ja vuorovaikutteisuus. Sisältö voi olla esimerkiksi mielipiteitä, kokemuksia tai suosituksia. Sosiaalinen media koostuu myös yhteisöstä ja tietoliikenneteknologioista. Käyttäjät eivät epäröi julkaista sisältöä sosiaalisessa mediassa, koska jokaisella on yhtäläinen mahdollisuus ottaa kantaa keskusteluihin. Sosiaalisen median kanaville tyypillistä ovat avoimuus ja dynaamisuus. Kuten Mayfield (2008, 5) kirjoittaa sosiaalinen media on osallistumista, avoimuutta, keskustelua, yhteisöjä ja yhdistettävyyttä. Sosiaalinen media laajentunut lyhyessä ajassa ja jatkaa laajenemistaan. Kuvasta 4 näkee, että sosiaalinen media kattaa jo nyt valtavan määrän erilaisia palveluita.



Kuva 4. Sosiaalisen median kanavia (Solis & Thomas 2013).

Tutkijat Lietsala ja Sirkkunen (2008, 25 - 26) ovat luokitelleet sosiaalisen median palvelut tiiviimmin kuin yllä oleva kuva. He määrittelevät sosiaalisen palvelun, kunkin palvelun ominaisuuksien mukaan:

1. sisällöntuotanto- ja julkaisemispalvelut, blogit ja wikit
2. sisällönjakopalvelut, Flickr ja YouTube
3. sosiaaliset verkostopalvelut, Facebook ja LinkedIn
4. yhteisötuotannot, Wikipedia
5. virtuaalimaailmat, SecondLife
6. liitännäiset, muun muassa Googlen karttapalvelut.

Määritelmästä ei tule esille, että nykyään sosiaalisesta mediasta puhuttaessa viitataan lähes mihin tahansa verkkopalveluun, jossa käyttäjät jakavat sisältöä ja kommunikoivat yhdessä. Määritelmä ei ota huomioon esimerkiksi uutispalveluja sekä sanoma- ja aikakauslehtien verkkoversioita, jotka ovat helppo linkittää sosiaalisen median muihin palveluihin. (Suominen 2013, 15.)

Markkinoinnin professorit Andreas M. Kaplan ja Michael Haenlein ovat luokitelleet sosiaalisen median sen kanavien kautta, samaan tapaan kuin Lietsala ja Sirkkunenkin. Suomisen (2013, 16) artikkelista selviää, että Kaplanin ja Haenlain luokittelun mukaan sosiaalisen median kanavia ovat yhteistuotannolliset projektit, sisältöyhteisöt, sosiaaliset verkostoitumissivustot, virtuaaliset ja sosiaaliset pelimaailmat. Jotkut tutkijat hyväksyvät sosiaalisen median lajeiksi myös verkon keskustelupalstat (Mts. 16). Tässä on kuitenkin vain esitettynä murto-osa sosiaalisen median palveluista, koska uusia syntyy nopealla tahdilla ja osa palveluista myös poistuu.

4.2 Sosiaalisen median käyttäjät

Käyttäjillä on erilaisia rooleja sosiaalisessa mediassa saman lailla kuten arkielämässäänkin. Toiset käyttäjät haluavat käyttää joitakin sosiaalisen median palveluja täysin viihdekäyttöön vapaa-ajallaan, ja toiset taas käyttävät niitä työssään aktiivisesti. Yhdysvalloissa tehdyssä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, miksi käyttäjät käyttävät sosiaalista mediaa. Tutkimuksessa tehtiin 25 syvähaastattelua. Tutkittavista 52 % oli naisia ja 48 % miehiä. Tutkimuksessa on käytetty lähdekirjallisuudessa tunnistettujen seitsemän erilaisen sosiaalisen median käyttötavan yleisyyttä. Nämä seitsemän tunnistettua käyttötapaa ovat sosiaalinen kanssakäyminen, tiedonhankinta, ajan kulu, mainostaminen, rentoutuminen, tiedottaminen ja mahdollisuus käyttää palvelua, kun se itselle sopii. (Whiting & Williams 2013, 366–367.)

Tehdyn tutkimuksen mukaan vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa eniten (88 %) sosiaaliseen kanssakäymiseen, eli käyttäjät haluavat pitää yhteyttä sen välityksellä ystäviin ja tuttuihin. Toiseksi eniten (80 %) sosiaalista mediaa käytetään tiedonhankintaan. Käyttäjät etsivät tietoa muun muassa yrityksistä, tuotteista ja tapahtumista. 76 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa ajanvietteenään, silloin kun heillä ei ole muuta tekemistä. 64 % vastaajista sen sijaan käytti sosiaalista mediaa viihdyttääkseen itseään, kuten kuunnellakseen musiikkia tai katsellakseen videoita. Hieman yli puolet hakevat sosiaalisesta mediasta puheenaiheita, joista keskustella ystävien kanssa. Saman verran vastaajista vastasi käyttävänsä sosiaalista mediaa ilmaistakseen mielipiteitään. (Whiting & Williams 2013, 366–367.) Suoraan Yhdysvalloissa tehtyä tutkimusta ei voida yleis-

tää suomalaisiin sosiaalisen median palvelujen käyttäjiin, koska Yhdysvaltain yhteiskunta sekä tavat, tottumukset ja arvot ovat erilaisia. Tutkimuksesta kuitenkin on havaittavissa erilaisia käyttäjien tarpeita käyttää sosiaalisen median palveluja.

Monet tutkijat ovat tutkineet sosiaalisen median käyttäjien motiiveita. Yksiselitteistä syytä, mitkä motiivit ohjaavat ihmisiä käyttämään sosiaalista mediaa ei kuitenkaan tiedetä. Motiiveissa on erotettavissa kaksi puolta, joita ovat käyttömotiivit ja sisällön tuottamisen motiivit. Käyttömotiivit kertovat siitä, miksi ihmiset seuraavat erilaisia sosiaalisen median palveluita. Näitä motiiveja voidaan verrata perinteisen median käyttömotiiveihin. Sisällön tuottamisen motiivit kertovat siitä, miksi ihmiset haluavat kirjoittaa, keskustella, tallentaa niin kuvia kuin videoitaakin sosiaalisessa mediassa. (Matikainen 2011, 67.) Matikaisen artikkelista selviää, että tutkija Esa Sirkkusen mukaan sosiaaliseen mediaan osallistumisen motiivit ovat niin yksilöllisiä kuin yhteisöllisiäkin. Sirkkusen mukaan yksilöllisiä motiiveja ovat itsensä ilmaisu, omien taitojen kehittäminen, vertaispalautteen saaminen sekä suhdeverkostojen ja sosiaalisen pääoman kasvattaminen. Yhteisölliset motiivit ovat tässä tapauksessa tietojen ja taitojen jakamista muiden kanssa ja uudenlainen osuustoiminnallisuus. (Mts. 69.)

Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisun, *Silmät auki sosiaaliseen mediaan*, mukaan sosiaalista mediaa voidaan pitää eräänä vuosisadan vaihteen merkittävimmistä, ja vaikutuksiltaan laajimmista yhteiskunnallisista ilmiöistä. Siitä aiheutuneet muutokset ovat vaikuttaneet monilla tavoin yhteiskuntaan, organisaatioihin ja yksittäisiin ihmisiin. Yksittäisten ihmisten ajattelutapa on muuttunut sosiaalisen median ilmiön myötä. (Säntti & Säntti 2011, 17.) Kuten julkaisun kirjoittajat Risto ja Petra Säntti kirjoittavat:

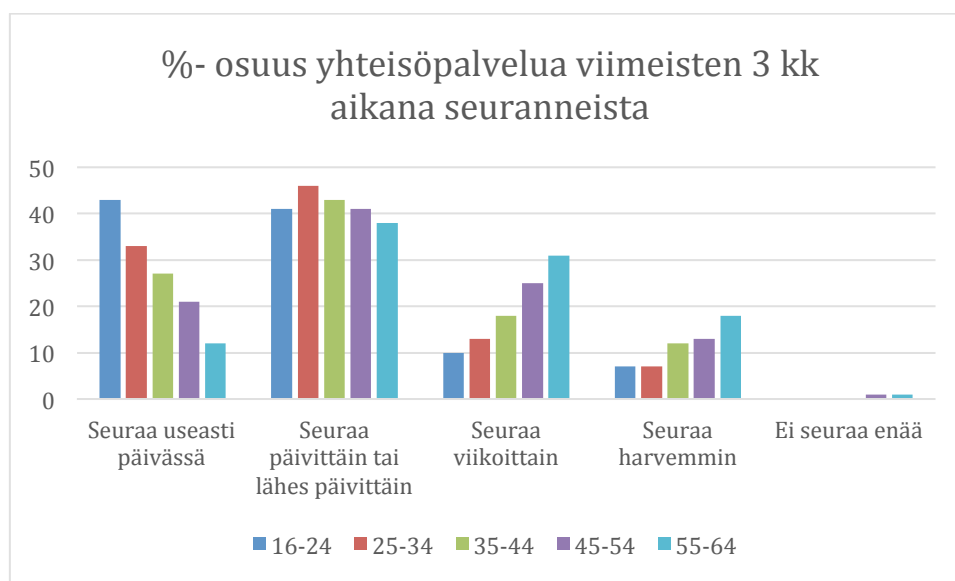
Sosiaalisen median ajattelutapa (social media mindset) on vallitseva, jatkuvasti muuttuva ja uuden tekniikan mahdollistama näkemys siitä, miten yhteiskunnassa, organisaatiossa ja ihmisten kesken on tapana toimia (Mts. 17).

Tästä voidaan tulkita, että sosiaalisen median palvelut tarjoavat valtavasti mahdollisuuksia ihmisille ja ihmisten tavat käyttää sosiaalista mediaa muuttuvat jatkuvasti. Sosiaalinen media on luonut myös paineita julkisille palvelun tarjoajille, koska ihmisten motiivit ja tavat toimia ovat muuttuneet.

Sosiaalisen median käyttäjien motiiveita on tutkittu laajalti ja niitä pitäisi hyödyntää kehitettäessä sosiaalisen median palveluja. Sosiaalisen median asiantuntija Harto Pönkä (2013) kirjoittaa blogissaan, että yritysten pitäisi käyttää sosiaalista mediaa enemmän käyttäjälähtöisesti. Yritysten on hyödyllistä kehittää sosiaalisen median kanaviaan vuorovaikutuksessa käyttäjiensä kanssa, ja sieltä esiin nousseiden asioiden pohjalta tarjota käyttäjilleen sellaisia sovelluksia ja palveluita, joita he haluavat, käyttävät ja tarvitsevat. Lopputuloksena syntyvät käyttäjiä kiinnostavat ja heidän tarpeilleen sopivia sosiaalisen median palveluja ja sisältöä.

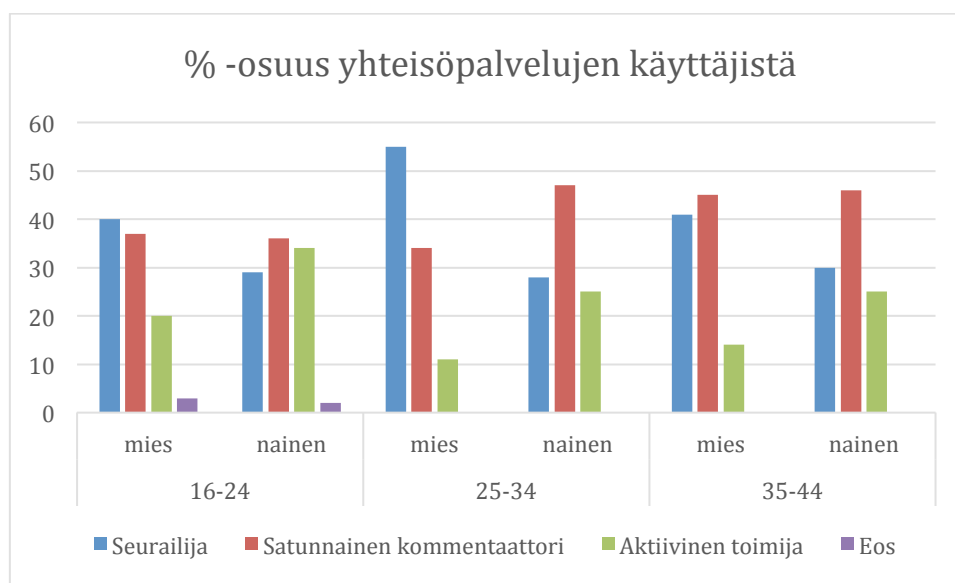
Tilastokeskus on julkaissut useampana vuonna suomalaisten sosiaalisen median käytöstä tietoa. Tässä kappaleessa sosiaalisesta mediasta on käytetty termiä yhteisöllinen media, koska Tilastokeskuksen tutkimuksissa tätä termiä käytetään yleisesti. Keväällä 2012 puolet 16–74-vuotiaista suomalaisista oli rekisteröitynyt johonkin yhteisöpalveluun ja seurasi vähintään tätä yhtä. Suomalaiset naiset ovat kiinnostuneempia yhteisöpalveluista kuin miehet, ja 35–44-vuotiaat naiset seuraavat ikäisiään miehiä enemmän yhteisöpalveluja. Kaiken kaikkiaan yhteisöpalveluja seuranneiden osuus on kasvanut vuonna 2012 edellisestä vuodesta neljä prosenttiyksikköä. (Tieto ja viestintätekniikan käyttö 2012, 19.)

Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2013 -tutkimuksen (ks. kuvio 1.) perusteella päivittäin useasti yhteisöpalveluja seuranneita on eniten 25–34-vuotiaissa ja toiseksi eniten 35–44-vuotiaissa. Jokaisessa ikäryhmässä yhteisöpalveluja seurataan päivittäin tai lähes päivittäin, poikkeuksena 16–24-vuotiaat, joissa seuraaminen on useita kertoja päivässä. Naisten yhteisöpalvelujen seuraaminen on tiiviimpää kuin miesten. Nuorten aktiivisempaa yhteisöllisten palvelujen seuraamista voidaan selittää lisääntyneillä mobiililaitteilla. Yhteisöllisen median seuraaminen on aktiivista 25–34-vuotiailla miehillä ja naisilla. Vastanneista naisista ja miehistä lähes puolet seuraa jotakin yhteisöpalvelua päivittäin tai lähes päivittäin. (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2013, 9.)



Kuvio 1. Yhteisöpalvelujen seuraamisen useus ikäryhmän mukaan. (Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2013, 9, muokattu.)

Yhteisöllisen median käyttäjillä on erilaisia rooleja. Toiset kommentoivat ja jakavat aktiivisesti sisältöä, kun taas toiset selailevat sivustoja (Ks. kuvio 2). Tutkimuksesta huomataan, että joka neljännes 25–34-vuotiaista ja 35–44-vuotiaisista naisista kertoo olevansa aktiivinen toimija. Lähes puolet 25–34-vuotiaisista naisista kertovat olevansa satunnaisia kommentoijia yhteisöpalveluissa. 25–34-vuotiaiden miesten ja naisten välinen ero on selkeä. Miehet ovat enemmän aktiivisia seurailijoita, kuin naiset, jotka ovat enemmän aktiivisempia toimijoita. (Kohvakka 2013.) Tilastokeskuksen luokittelu ei ota huomioon yhteisöllisen median sisällöntuottajien roolia. Nämä ovat käyttäjiä, jotka säännöllisesti tuottavat sisältöä yhteisöllisen median palveluihin muiden jaettavaksi ja kommentoitavaksi. Toisaalta kaikki yhteisöllisen median käyttäjät voidaan luokitella sisällöntuottajiksi, jos he kirjoittavat tai jakavat sisältöä yhteisöllisessä mediassa. Tilastokeskuksen luokittelu ei ota huomioon myöskään yhteisöllisen median ylläpitäjiä.



Kuvio 2. Yhteisöpalveluihin osallistumisen luonne iän mukaan (Kohvakka 2013, muokattu)

Yhteiskunnan tarjoamat palvelut ovat ihmisten uusien käyttötapojen ja kustannustehokkuuden myötä muuttuneet enemmän sähköisiksi. Suomalaiset ovat löytäneet sähköiset palvelut, ja tämä näkyy tilastokeskuksen vuonna 2013 tekemän väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimuksesta. Hieman yli 60 % 25–34-vuotiaista ja 35–44-vuotiaista on lähettänyt lomakkeen viimeisen kolmen kuukauden aikana viranomaisille tai muulle julkisen palvelun tuottajalle. Eniten suomalaiset käyttävät kuitenkin internetiä pankkiasioiden hoitoon, viestintään, tiedonhakuun ja eri medioiden seuraamiseen. (Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2013, 1-2.)

Leppäsen artikkelin (YLE 17.1.2014) mukaan sosiaalisen median trendeiksi vuodelle 2014 asiantuntijat arvelevat muun muassa asiakaspalvelun, liikkuvan kuvan ja jakamisen lisääntyvän. Artikkelissa on haastateltu eri sosiaalisen median asiantuntijoita, jotka ovat sitä mieltä, että sosiaalinen media, ja etenkin Facebook saavuttavat Suomessa jokaisen ikäryhmän sijainnistaan riippumatta.

4.3 Facebook – yksi sosiaalisen median palveluista

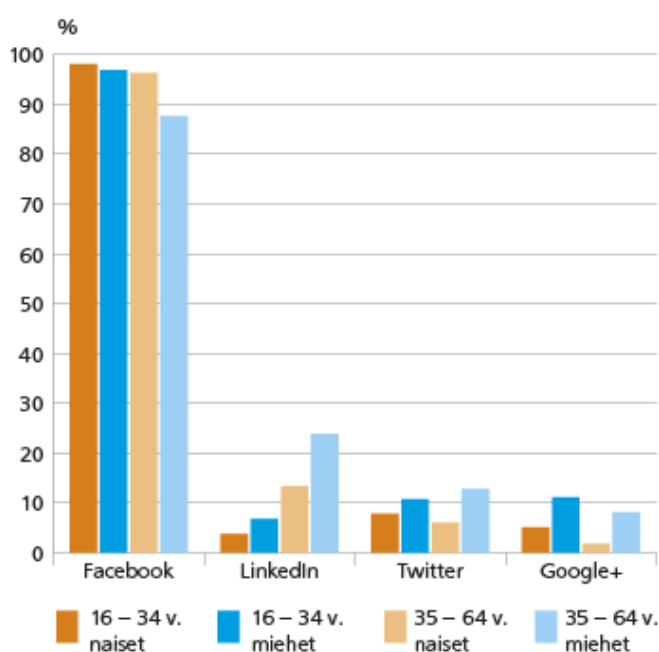
Facebook on internetissä toimiva ilmainen yhteisöpalvelu, jossa voi ylläpitää ihmissuhteita, tavata uusia ihmisiä, keskustella, tehdä testejä ja mainostaa oman mielenkiintonsa mukaan. Käytetty palvelu Facebook on yhteydenpitoon. Esimerkiksi eduskunnan tulevaisuusvaliokunta on ottanut Facebookin käyttöönsä ja näin ollen kansalaisilla ja poliitikoilla on yhteinen foorumi, jossa vaikuttaa ja ottaa kantaa kysymyksiin, joista eduskunta keskustelee, ja tekee päätöksiä valiokuntatasolla. (Haasio 2009, 9-10.)

Facebook on perustettu vuonna 2004. Perustajana ovat olleet kolme miestä, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz ja Chris Hughes. He suunnittelivat Facebookin, jotta voisivat pitää helposti yhteyttä Harvardin yliopiston vanhoihin opiskelukavereihinsa. Tarkoituksena ei ollut tehdä siitä maailmanlaajuista ja suosittua verkostoa, eikä sillä ollut mitään tekemistä mainonnan ja mainostamisen kanssa, toisin kuin nykyään. Facebookin missiona on edelleen antaa ihmisille kanava jakamiseen, ja tehdä maailmasta avoimempi ja verkottuneempi. Facebook on liikeyritys, joka tarvitsee tuloja varsinaisen missionsa toteuttamiseen. Tulot tulevat mainoksista, koska itse palvelun käyttö ei ole maksullista. (Juslén 2013, 20.)

Kaikkien odottamatta Facebook levisi pian Harvardin opiskelijoiden käyttöön, ja sitä kautta myös muihin suuriin yliopistoihin kuten Yaleen ja Stanfordiniin. Ensimmäisen toimintavuotensa jälkeen Facebookilla oli käyttäjiä jo liki miljoona. Vuosi tästä palveluun oli rekisteröitynyt 5,5 miljoonaa ihmistä. Aluksi perustajat pitivät Facebookin suljettuna yhteisönä, mutta vuonna 2006 sitä laajennettiin siten, että eri työyhteisöt pääsivät mukaan palveluun, ja melko pian tästä palvelu avattiin kaikille halukkaille. (Haasio 2009, 12 - 13.) Maailmanlaajuisesti Facebookia käyttää yli 500 miljoonaa ihmistä. Facebookin omistaa ja sitä ylläpitää samaista nimeä kantava yritys, Palo Altossa, Kalifornian osavaltiossa. (Seppälä 2011, 31.)

Suomessa ihmiset alkoivat käyttää Facebookia laajemmin vuonna 2007 ja suomenkielinen versio siitä ilmestyi vuonna 2008. Tällöin siitä kasvoi Suomessa iso ilmiö, ja nykyään se on suosituin sosiaalisen median palvelu Suomessa. (Haasio 2009, 13.) Suomalaisista 2,1 miljoonan ihmisen arvioidaan käyttävän Facebookia (Facebook jyrää Suomessa-muut some-palvelut ovat pikkutekijöitä 2013).

Ylivoimaisesti Facebookia Suomessa käyttävät nuoret. Yli 70 prosenttia suomalaisista 25–34-vuotiaista on Facebookissa ja 50 prosenttia 35–44-vuotiaista. (Seppälä 2011,31.) Kaiken kaikkiaan vuonna 2012 alle 35-vuotiaista suomalaisista Facebookia käytti neljä viidestä (Melkas 2013). Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan uusia suomalaiskäyttäjiä on Facebookilla enemmän kuin poistuneita (Hirvonen & Tebest 2013).



Kuva 5. Suosituimmat yhteisöpalvelut iän ja sukupuolen mukaan Suomessa. %-osuus yhteisöpalvelujen käyttäjistä (Melkas 2013.)

Tilastokeskuksen Tieto- ja trendit -blogista selviää, että suosituin sosiaalisen median palvelu suomalaisten keskuudessa on Facebook (ks. kuva 5). Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimuksen perusteella etenkin naiset suosivat Facebookia. Muita suosittuja yhteisöllisen median palveluja olivat Twitter, LinkedIn

sekä Google+. (Facebook jyrää Suomessa – muut some-palvelut ovat pikkutekijöitä 2013.)

Facebookista kerrottaessa ei pidä unohtaa viestinnän suojaa, koska Facebook perustuu viestintään. Facebookista palveluohjauksen toimintakenttänä on oleellista ottaa huomioon sähköistä viestintää koskeva tietosuojalaki. Tämän lain mukaan viesti, tunnistamistiedot ja paikkatiedot ovat luottamuksellisia, jollei muualla laissa toisin säädetä. (Pesonen 2013, 101.) Facebookissa käyttäjä voi lähettää yksityisviestejä, viestejä kaveripiirille tai rajatulle ryhmälle. Jos käyttäjä lähettää kaikille avoimen viestin, eivät viestit ole yleensä luottamuksellisia. Käyttäjän lähettäessä yksityisviestin yhdelle tai kahdelle palvelun käyttäjälle, on viesti luottamuksellinen ja suojattu sähköisen tietosuojalain nojalla. (Mts. 101.)

Hämeenlinnan lasten ja nuorten Facebook-sivuilla viestintä on suojattua yksityisviestintää, jos palveluohjattava lähettää yksityisviestin palveluohjaajalle. On kuitenkin huomattava, että tietosuoja Facebookissa ei ole aukoton. Facebook-sivujen viestinnässä on otettava huomioon myös, että palvelusivuilla esitetty kommentti, seinälle kirjoitettu kommentti tai profiilin tilapäivitys ovat verkko- viestejä, mutta eivät luottamuksellisia. Kyseiset viestit eivät ole luottamuksellisia, koska ne ovat tarkoitettu avoimelle vastaanottajajoukolle tai usean henkilön tietoon. Sosiaalisen median palvelun tarjoajan on noudatettava Suomen sähköisen viestinnän tietosuojalakia viestintään, joka on luottamuksellista. (Pesonen 2013, 103–104.)

4.4 Facebookin käyttö julkisissa palveluissa

Useat valtakunnalliset voittoa tavoittelemattomat palvelun tarjoajat löytyvät Facebookista. Tästä esimerkkinä Suomen poliisi, joka on palkittu useaan otteeseen työskentelystään Facebookissa. Vuoden 2013 lopulla Pohjois-Karjalan poliisilaitos sai Vuoden turvallisuusteko-palkinnon vaikuttavasta ja herättelevästä toiminnastaan Facebookissa. Pohjois-Karjalan poliisi on luonut omat Facebook-sivunsa vuoden 2012 lopulla ja kokee saavuttaneensa Facebookin kautta nuoret. Itä-Suomen aluehallintoviraston tiedotteesta selviää, että Pohjois-Karjalan poliisin viestintää on nähnyt sosiaalisessa mediassa yli 580 000 ihmistä, ja sivustolla

on yli 12 000 fania. (Vuoden turvallisuusteko -palkinto Pohjois-Karjalan poliisilaitokselle 2013.)

Myös yksittäisiä poliiseja on palkittu sosiaalisen median käytöstä. Vuoden poliisiksi 2011 valittiin virtuaalisen lähipoliisiryhmän ryhmäjohtaja Marko Forss, joka jalkautti poliisin toiminnan sosiaaliseen mediaan vuonna 2008. Hänet tunnetaan sosiaalisessa mediassa nettipoliisi Fobbana. (Vuoden Poliisi on nettipoliisi Fobba 2011.) Poliisi haluaa lisätä vuorovaikutusta yleisön ja poliisin välillä, lisätä kansalaisten tunnetta poliisin läsnäolosta ja madaltaa kansalaisten kynnystä ottaa yhteyttä poliisiin. Poliisin sivuilta selviää, että heidän tarjoamissaan palveluissa ei voida käsitellä luottamuksellisia tai yksityisyyden suojan piiriin kuuluvia tietoja. Vuonna 2013 poliisin sosiaalisen median parissa työskenteli 36 poliisia ympäri Suomea. Usea poliisi kirjoittaa ammatillista blogia, ja on perustanut oman Facebook-sivunsa. (Poliisit sosiaalisessa mediassa 2014.) Suomen poliisi kehittää jatkuvasti toimintaansa sosiaalisessa mediassa. Tästä esimerkkinä tietoturvallinen chattisovellus, joka on otettu käyttöön vuosien 2013–2014 vaiheessa. (STT, Poliisi ottaa käyttöön tietoturvallisen chattisovelluksen 2013.)

Kaikkia sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia ei osata vielä hyödyntää riittävästi, ja toiminnan odotetaan kasvavan tulevina vuosina merkittävästi. Internetissä tapahtuvien vaikutusmahdollisuuksien osalta Suomi on kuitenkin toistaiseksi selvästi jäljessä muista maista. Suomen poliisiammattikorkeakoulun julkaisussa kirjoitettiin United nations e-Government survey 2008 -tutkimuksesta, jossa tutkittiin eri valtioiden kansalaisilleen tarjoamia mahdollisuuksia osallistua ja vaikuttaa verkossa. Tässä tutkimuksessa Suomi sijoittui vasta sijalle 45. (Oksanen, Kilpeläinen & Ylikangas 2012, 244.)

Sosiaalinen median palvelut, kuten Facebook ovat hyviä välineitä kunnille edistää heidän ulkoista viestintää ja markkinointia. Niiden avulla kunnat voivat parantaa vuorovaikutusta kuntalaisten ja muiden sidosryhmien kanssa, ja tuoda esiin asukkaiden kuin työntekijöiden niin sanottua hiljaista tietoa, josta voi olla monelle hyötyä. Sosiaalisen median kanavia voidaan hyödyntää myös erilaisten innovaatioiden kehittämiseen. (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 34.) Vuorovaikutteisuuden lisääntymisen myötä palveluntarjoajat saavat palautetta ja erilaisia ideoita palveluiden kehittämiseen. Sosiaalista mediaa voidaan käyttää

myös asioiden valmisteluun, eri näkemysten hankintaan, palveluiden tunnetuksi tekemiseen ja maineenhallintaan. Sosiaalisen median palvelut eivät kuitenkaan korvaa vakiintuneita työ- ja toimintamuotoja, vaan täydentävät niitä. (Aalto 2010, 7-9.)

Julkisilla palveluntarjoajilla on erilaisia tapoja olla verkossa, riippuen mihin käyttöön sosiaalisen median kanavia hyödynnetään. Julkinen palveluntarjoaja voi olla sosiaalisessa mediassa kuuntelijan, osallistujan tai tarkkailijan roolissa tai olla aktiivisempi toimija. Se voi olla myös selkeästi pelkkä informaation tarjoaja, neuvoja ja opastaja. Käyttäjille on kuitenkin tehtävä selväksi, mitä asioita sosiaalisessa mediassa voi hoitaa, ja mitä sosiaalisen median palvelulla tavoitellaan. Sosiaalisen median kautta ne voivat julkaista ja jakaa erilaista sisältöä, suunnitella ja johtaa esimerkiksi ryhmäideoinnin ja -keskustelun kautta, järjestää erilaisia tapahtumia, kuten videolähetyksiä, tehdä markkinointikampanjoita sekä rakentaa yhteistyöverkkojaan kattavammaksi. (Aalto 2010, 7-9.)

Tarkkaa tietoa kuntien sosiaalisen median käytöstä saa lähinnä havainnoimalla, koska ilmiötä ei ole vielä paljon tutkittu. Tämä voi johtua osittain siitä, että kunnilla ei ole vielä ollut useaa vuotta käytössään Facebook-sivuja. Ensimmäinen koko Suomen kattava kysely on tehty vuoden 2011 lopulla. Kyselyyn vastasi kuntien verkkoviestinnästä vastaavat henkilöt. 17 % vastaajista ilmoitti, että kunnassa käytetään sosiaalisen median kanavia rekrytointimarkkinointiin säännöllisesti tai satunnaisesti, ja 16 %:lla se oli suunnitteilla. Muita tarkoituksia, joihin sosiaalisen median kanavia kunnissa käytetään, ovat asukkaiden osallistaminen ja päätöksenteon valmistelu, yhteishengen luominen, yhteisen osaamisen jakaminen, tiedottaminen, yhteydenpito ja markkinointi. (Tutkimus kuntien sosiaalisen median käytöstä n.d.) Facebook toimii kuntien yhtenä markkinointikanava, ja tämä on otettava huomioon viestinnässä. Haasteena kuntien Facebookissa oloon voi olla se, etteivät kuntalaiset halua käyttää Facebookiaan ensisijaisena välineenä lukiessaan kuntien tiedotteita. Haasteena voidaan pitää myös kovin arkaluontoisten ja intiimien asioiden markkinointia kohderyhmälle, kuten sosiaalietuuksista tiedottaminen (Vuokko 2004, 292 - 293).

Kunnilla pitää olla selkeä strategia, mitä ja keitä se Facebookilla tavoittelee (Kuntien verkkoviestintäohje 2010, 33). Minkä tahansa organisaation liittyminen Fa-

cebookiin pitäisi olla jatkuva prosessi, jota kehitetään ja, jonka tuloksia mitataan. Facebook-sivuista ei ole hyötyä, jos ne vain ovat, ja niitä ei päivitetä. Facebookia ei pitäisi mieltää, kuten ei muutakaan sosiaalisen median kanavaa, erillisenä toimintona muusta toiminnasta, vaan liittää se esimerkiksi osaksi johdonmukaista markkinointisuunnitelmaa. (Rasimus 2013, 5.) Facebookissa toimijoiden pitäisi olla avoimia dialogille käyttäjiensä kanssa ja muistaa, että kaikki mitä Facebookiin kirjoitetaan jää sinne, ja usein myös kaikkien näkyville. Tieto leviää myös nopeasti käyttäjien kesken. Toisinaan nämä ovat hyviä asioita, koska siten kaikki samojen asioiden kanssa pohtivat saavat tiedon. Tämä tehostaa myös esimerkiksi Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin tapauksessa sitä, ettei asiakkaiden tarvitsisi soittaa ja kysyä samaa asiaa, vaan tieto olisi esillä Facebookissa.

Hämeenlinnan kaupungilla on omat Facebook-sivunsa, ja siellä tiedotetaan kuntalaisia erilaisista tapahtumista, joita kaupungissa järjestetään. Hämeenlinnan Facebook-sivut ovat viestinnällisestä näkökulmasta rennot ja päivitysten tekstit ovat vapaamuotoisia. Facebook-sivun ei ole tarkoitus olla hämeenlinalaisille kanava vaikuttamiseen, vaan ennen kaikkea tiedon saamiseen. (Laaksonen 2014.) Usealla Hämeenlinnan kaupungin ”toimijalla” on omat Facebook-sivunsa. Kastellin lasten ja nuorten palvelut ovat näistä yksi. Tällä hetkellä Facebook-sivuilla ei ole rajattua kohderyhmää. Sivut ovat perustettu 11.12.2012. Sivulla oli (1.4.2014) tykkääjiä 117 ja suosituin ikäryhmä oli 25–34-vuotiaat ihmiset. Kyseistä Facebook-sivua päivitetään noin kerran viikossa.

Alla olevasta taulukosta 1 huomaa lasten ja nuorten Facebook-sivujen nykytilan. Tällä hetkellä Facebook-sivujen kuntalaiset lähettävät yksityisviestejä muutaman kerran viikossa, joihin pyritään vastaamaan viimeistään seuraavana päivänä. (Hämeenlinnan lasten ja nuorten palvelut Facebook-sivut 2014.)

Taulukko 1. Lasten ja nuorten palvelujen Facebook-sivujen nykytila-analyysi

<p>Vahvuudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook-sivujen olemassaolo? 	<p>Heikkoudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - selkeän tavoitteen ja kohderyhmän puuttuminen - sivujen puutteellinen analysointi - kohderyhmän tavoittaminen - päivitysten heikko kommentointi ja jakaminen
<p>Mahdollisuudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kustannustehokkuus → kuntalaisten tiedottaminen 	<p>Uhat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kääntyy palvelun tuottajaa vastaan, jos Facebook-sivuja ei kehitetä

Kuten taulukosta (ks. taulukko 1.) selviää, lasten ja nuorten palvelujen Facebook-sivut tarvitsevat selkeän tavoitteen, johon se tähtää. Selkeä tavoite auttaa myös viestien sisällön kohdentamisen kohderyhmälle. Sivujen sisällön selkeä tavoite voisi motivoida myös muita lasten ja nuorten palveluissa työskenteleviä ihmisiä paneutumaan Facebookin toimintaan. Jotta Facebookista hyötyy, sitä täytyisi analysoida kattavasti. Kohderyhmän tykkääjiä sivuilla olisi hyvä olla, jotta siellä kirjoitettu viesti tavoittaisi helposti ja vaivattomasti oikeat ja tarkoituksenmukaiset ihmiset. Tykkääjiä sivuille ei kuitenkaan tule hetkessä, vaan pitkäjänteisen työn tuloksena. Facebook-sivut voivat olla lasten ja nuorten palveluille kustannustehokas kanava ajankohtaisen ja tärkeän tiedon jakamiseen, jolloin päivähoitokäisten lasten vanhempien puhelinsoitot ja käynnit Kastellin lasten ja nuorten palveluihin vähenisivät. Opinnäytetyön tutkimus pureutuu yllä kerrottuihin asioihin ja selvittää, kuinka Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palvelujen Facebook-sivuja voisi hyödyntää alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa. Havainnoimalla on selvitetty, kuinka osa Suomen kaupun-

geista ja kunnista hyödyntää Facebook-sivujaan varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa.

5 Tutkimus Facebook-sivujen hyödyntämisestä palveluohjauksessa

5.1 Tutkimuskysymykset

Koko tutkimusprosessi lähtee käyntiin tutkimusongelman laatimisesta eli siitä, mitä tutkitaan. Tämän pohjalta laaditaan tutkimuskysymykset, joista saadaan aineisto tutkimukselle. Tällä tutkimuksella pyritään selvittämään, kuinka Kastellin lasten ja nuorten palvelut voivat hyödyntää Facebook-sivujen sisältöä alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa, ja kuinka osa Suomen kaupungeista ja kunnista hyödyntää Facebook-sivuja varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa. Tarkemmin tutkimusta selvennetään tutkimuskysymyksillä, jotka ovat

- 1. Miten lasten ja nuorten Facebook-sivuja voidaan hyödyntää alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa Kanta-Hämeenlinnassa?*
- 2. Kuinka muut Suomen kaupungit käyttävät Facebookia varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa?*

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuoda esille konkreettisia ideoita Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluohjaajille, kuinka hyödyntää heidän jo olemassa olevia Facebook-sivujaan palveluohjauksessa. Työn tavoitteena on lisäksi lisätä lasten ja nuorten palveluohjaajien tietoisuutta, kuinka osa Suomen kaupungeista hyödyntää varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa Facebook-sivuja.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Ennen tutkimusta aloitettaessa pitää miettiä, millainen tutkimus on hyödyllistä ja tarpeenmukaista tehdä. Tutkimus voi olla kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen eli määrällinen tai laadullinen. Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää kumpaakin menetelmää. Jotta lukijalle olisi selvempää kummasta tutkimuksesta on kyse,

käytetään tässä työssä kvantitatiivisesta tutkimuksesta käsitettä määrällinen tutkimus ja kvalitatiivisesta tutkimuksesta käsitettä laadullinen tutkimus.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusaineistoa voidaan kerätä esimerkiksi haastattelemalla ja havainnoimalla. Määrälliselle tutkimukselle tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat erilaiset kyselyt. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen erot eivät ole aina selviä, koska esimerkiksi määrällisen tutkimuksen kyselylomakkeessa voi olla avoimia kysymyksiä, jotka luetaan laadullisen tutkimuksen aineistonkeruun menetelmäksi.

Määrällisessä tutkimuksessa otos on huomattavasti suurempi kuin laadullisessa. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on saada tietoa, joka on yleistettävissä. (Kvantitatiivisen analyysin perusteet, n.d.). Määrällisessä tutkimuksessa on ensin teoria ja sitten käytäntö (deduktio), kun laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään ilmiötä (induktio) (Kananen 2011, 15).

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen pyrittiin saamaan vastaus määrällisellä survey-tutkimuksella. Laadullisella tutkimuksella pyrittiin samaan vastaus toiseen tutkimuskysymykseen. Molemmat tehdyt tutkimukset olivat poikittaistutkimuksia, koska aineistot kerättiin yhdellä ajankohdalla, eikä esimerkiksi usean vuoden ajan (Vastamäki 2010,128).

Määrällisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä

Määrällisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmäksi opinnäytetyössä valikoitui puolistrukturoitu kysely, jolloin se sisälsi myös avoimia kysymyksiä. Avoimia jatkokysymyksiä sisältävä kysely kertoo syvällisemmin vastaajan motiiveista, esimerkiksi mitä sosiaalisen median palveluja vastaajalla tulee ensimmäisenä mieleen. Kysely mahdollisti laajan otoksen tutkimukselle. Kyselytutkimuksella ei saada kuitenkaan syvällistä tietoa käyttäjien motiiveista ja todellisista tarpeista. Kuluttajien ja tässä tapauksessa käyttäjien mielipiteitä kysyttäessä pitää ottaa huomioon, että vastaajien käyttäytyminen saattaa poiketa vastauksista, koska käyttäjien motiivit muuttuvat eri tilanteiden mukaan.

Ennen kyselylomakkeen laatimista tutkijan pitää tuntea tutkittava ilmiö, jotta hän osaa kysyä oikeita asioita (Kananen 2010, 74). Määrällisen tutkimuksen peruskäsitteenä pidetään muuttujaa, joka on ominaisuus, jota mitataan. Tässä tut-

kimuksessa muuttujina ovat esimerkiksi ikä ja lasten määrä perheessä. (Kananen 2011, 57.) Mitattavia muuttujia mitataan erilaisilla mittareilla, joita ovat nominaali-, ordinaali-, intervalli- ja suhdeasteikko ja sanallinen mittaaminen. (Kananen 2011, 60–63.)

Kyselylomake (ks. liite 4.) etenee yleisistä kysymyksistä koskien sosiaalisen median käyttöä kohti Kastellin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöä. Kyselylomake koostui 13 kysymyksestä, joista kaksi oli avointa ja loput strukturoituja. Kyselylomakkeen kolme ensimmäistä kysymystä ovat kaikille vastaajille pakollisia, ja ne mittaavat demografisia tietoja, kuten ikää, sukupuolta ja lapsien määrää perheessä. Näitä mitattiin nominaali- eli laatueroasteikolla. Jos kysymyksessä 4. vastaaja ilmoitti, ettei käytä sosiaalista mediaa, näkyi hänelle vain kyselylomakkeen kysymykset 12. - 13.

Kysymykset 4.-9. käsittelevät vastaajan sosiaalisen median käyttöä ja käyttäytymistä ja käyttäjän roolia. Näitä mitattiin intervalliasteikoilla. Kysymykset 5. ja 6. ovat tyypillisiä kuluttajatutkimuksissa käytettäviä kysymysmalleja. Kysymyksessä 6. annetut vaihtoehdot sosiaalisen median palveluista pohjautuvat lähdekirjallisuuteen. Kysymysten 4., 7. ja 8. vastausvaihtoehdot ovat samat, joita Tilastokeskus käyttää tutkiessaan kuluttajien sosiaalisen median käyttöä. Likert-asteikkoa käytettiin kysymyksissä 10. ja 11. Likert-asteikko on yleisesti käytetty mitattaessa kuluttajien asenteita ja käyttäytymistä ääripäästä toiseen olevilla, kuten täysin samaa mieltä tai täysin eri mieltä vaihtoehdoilla, joita tässäkin tutkimuksessa käytettiin (Mittaaminen: Muuttujien ominaisuudet2007). Likert-asteikko sisälsi kohdan ”ei samaa, eikä eri mieltä”, jotta otettiin huomioon, että vastaajalla on mielipide. Jos kyselylomakkeessa olisi ollut vaihtoehtona ”en osaa sanoa”, olisi tämä tarkoittanut, että vastaaja ei osaa sanoa asiasta mitään tai ei halua kertoa mielipidettään. (Kananen 2011, 64.)

Kysymysten 10. ja 11. avulla pyrittiin selvittämään Hämeenlinnan palvelukeskus Kastellin lasten ja nuorten Facebook-sivujen hyödyllisyyttä käyttäjille sekä toiveita ja tarpeita Facebook-sivujen sisällöstä. Kysymyksen 11. väittämät perustuvat muiden kaupunkien varhaiskasvatuksen Facebook-sivuilla esiintyviin asioihin ja tyypillisiin Facebook-sivujen piirteisiin ja toiminnollisuuksiin. Kysymyksellä kaksitoista pyritään ottamaan selvää, mitä kautta kuntalaiset haluaisivat saada

lasten ja nuorten palveluista tietoa. Tällä kartoitetaan, onko kannattavaa laittaa lisää resursseja Facebook-sivujen sisällön kehittämiseen, jos se ei tuottaisi kuntalaisille lisäarvoa. Lopuksi kyselylomakkeessa on mahdollisuus vapaisiin omiin kommentteihin, jotta vastaajilla oli mahdollisuus kertoa toiveitaan ja kommenttejaan kyselystä ja Facebook-sivuista.

Kyselylomaketta laatiessa tutkijan on tärkeää kiinnittää huomiota sen ulkoasuun ja asetteluun. Hyvin suunniteltu lomake houkuttelee ihmisiä vastaamaan. Lomakkeessa on tärkeää huomioida, että muuttajat ovat numeroitu, kuten myös muuttujien saamat arvot. Kyselyn yhteyteen on liitettynä myös saatekirje. Saatekirjeellä lähestytään vastaajaa (ks. liite 3). Tällä myös pyritään motivoimaan vastaajia vastaamaan,

ja annetaan tietoa tutkimuksen tärkeydestä ja luotettavuudesta. (Kananen 2011, 44–46.) Tämän kyselyn saatekirjeenä toimii kyselylomakkeen alussa oleva lyhyt teksti, joka pyrki innostamaan vastaajia vastaamaan. Kyselylle yritettiin saada vastaajia myös arvonnalla. Kyselyyn oli mahdollista vastata myös, vaikka arvontaan ei halunnut osallistua. Arvonnassa jätetyt yhteystiedot eivät synkronoituneet vastausten kanssa. Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin kaksi kappaletta Iittalan Kastehelmi-sarjan tuikkukippoa.

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä

Opinnäytetyön laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui strukturoitu havainnointi, koska siten Facebook-sivujen sisältöä voi seurata ja analysoida parhaiten. Havainnoinnin suurimpana etuna pidetään sitä, että sen avulla saadaan välitöntä, suoraa tietoa organisaation toiminnasta ja käyttäytymisestä (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 208). Havainnointia pidetään yhtenä vanhimmista tieteellisen tutkimuksen menetelmistä, ja sillä saadaan monipuolista tietoa. Havainnoinnin muodot ovat piilohavainnointi, suora, osallistava ja osallistuva havainnointi. Tässä tutkimuksessa käytettiin piilohavainnointia, jolloin tutkimuskohteilla ei ole ollut tietoa tutkijasta ja hänen toiminnastaan. (Kananen 2008, 71.)

Laadullisen tutkimuksen havainnoitava aineisto kerättiin eri kaupunkien ja kuntien varhaiskasvatuksen Facebook-sivuilta. Varhaiskasvatuksen sivut olivat ha-

vainnoinnin kohteena, koska ne vastaavat eniten Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palvelujen tarjontaa. Aineisto koostui Oulun, Helsingin, Hämeenlinnan, Rauman ja Alavuden kaupunkien sekä Hämeenkyrön kunnan varhaiskasvatuksen sekä Hämeenlinnan lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisällöstä. Hämeenlinna valikoitui havainnoitavien kaupunkien joukkoon, koska sivujen nykytilaa verrattiin muihin kohteisiin. Helsingin varhaiskasvatuksen sivut valittiin, koska kyseessä on Suomen pääkaupunki. Hämeenkyrön kunta valikoitui sen vuoksi, että heidän varhaiskasvatuksen Facebook-sivut ovat nimikoidut yhdelle ihmiselle, ja näin ollen poikkeaa muista. Kyseessä on myös huomattavasti muita paikkakuntia väestöluvullisesti pienempi paikka. Oulussa on ollut erilaisia kokeiluja ja kaupunki on kehittänyt paljon viime vuosina sähköisiä palveluitaan. Rauman varhaiskasvatuksen Facebook-sivut valikoituivat, koska ne ovat tykkääjä määrältään yhtä suuret kuin Kastellin lasten ja nuorten palveluiden sivut.

Facebook-sivujen havainnointi koskee vain käyttäjälle julkisesti näkyvään tietoon. Facebook-sivuilta havainnointiin sivun tykkääjien määrää, sivujen tykkääjien keski-ikää, millaista sisältöä sivuilla julkaistiin, milloin Facebookiin on liitytty, mihin käyttöön sivuja käytettiin, kuinka usein sivuja on päivitetty ja kuinka paljon sivut sisältävät kuvia. Nämä valikoituivat havainnoitaviksi teemoiksi, koska ne ovat tyypillisiä piirteitä Facebook-sivuille ja näkyviä osia jokaiselle sivuilla vierailevalle kävijälle. Tarkempi havainnointitaulukko ja -runko ovat työn liitteinä (ks. liite 1 ja 2).

5.3 Tutkimuksien toteutus

Määrällisen tutkimuksen kohderyhmä rajautui alle kouluikäisten lasten vanhempiin Hämeenlinnassa, koska Kastellin lasten ja nuorten palveluissa pääasiallisesti palvelullaan heitä. Lasten ja nuorten palvelut -nimensä mukaisesti palvelee myös nuoria, mutta heille on suunnattu jo useammat eri Facebook-sivut, kuten Etsivän Nuorisotyön ja Hämeenlinnan kaupungin nuorisotoimen Facebook-sivut, joiden kautta he saavat tietoa myös Kastellin tarjoamista palveluista, kuten palvelusetelistä. Määrällisen tutkimuksen kohderyhmä rajautui Kanta-Hämeenlinnalaisiin, koska palveltava joukko koostuu pääasiallisesti kyseiltä alueelta.

Tieto kyselystä jaettiin sosiaalisen median kautta, koska kohderyhmää oli muuten hankala tavoittaa. Riittävän suurta otantaa olisi muilla keinoilla haasteellista saada. Otantamenetelmät jaetaan kahteen ryhmään: ei-todennäköisyysotokset ja todennäköisyysotokset. Ei-todennäköisyysotoksia ovat harkinnanvarainen otos, kiintiöpoiminta sekä mukavuusotos. Todennäköisyysotoksia ovat yksinkertainen satunnaisotos, systemaattinen ja osoitettu otos sekä ryväsotos. (Kananen 2011, 68.) Tutkimuksen perusjoukko oli Hämeenlinnalaiset alle kouluikäisten vanhemmat. Tässä tutkimuksessa otosmenetelmä oli yksinkertainen satunnaisotos, jolloin kaikilla kohderyhmän ihmisillä oli yhtä suuri mahdollisuus päästä tutkimukseen mukaan.

Kyselylomakkeen valmistumisen jälkeen tehtiin esitutkimus. Esitutkimuksen tarkoituksena oli saada jonkinlainen kuva kyselyn osioiden toimivuudesta ja siitä, kysytäänkö tutkittavilta oikeita asioita. Esitutkimuksen jälkeen myös turhat kysymykset karsittiin pois ja osioita selkiytettiin. Esitutkimus tehtiin kymmenelle tuttavalleni, jotka kuuluivat kohderyhmään. He vastasivat kyselyyn maanantain 31.3.2014 aikana. (Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007.) Kysely testattiin myös Webropol-ohjelmalla, ja ohjelma vastasi 20 vastaajan puolesta. Ennen varsinaista kyselyä testivastaukset poistettiin.

Määrällinen tutkimus oli itsevalikoitunut verkkokyselytutkimus, jolloin vastaajiin ei otettu yhteyttä henkilökohtaisesti, vaan kyselystä tiedotettiin kohderyhmälle Hämeenlinnan kaupungin, lasten ja nuorten Facebook-sivuilla ja neuvoloiden ilmoitustauluilla. Sosiaalinen media valittiin pääasialliseksi aineistonkeruun paikaksi, koska tutkimuksella pyritään kehittämään yhtä sosiaalisen median kanavan sisältöä. Sosiaalisessa mediassa tieto myös liikkuu nopeasti, jolloin tieto kyselystä menee mahdollisimman monen kohderyhmään kuuluvan tietoon.

Yksinään Facebook aineistonkeruun paikkana olisi ollut liian yksipuolinen, koska on otettava huomioon myös ne, jotka eivät kyseistä palvelua käytä. Jokaiseen Kanta-Hämeenlinnan neuvolan ilmoitustaululle jaettiin tiedotteet, joissa oli www-osoite ja qr-koodi kyselyyn. Neuvolan työntekijöille annettiin pienempiä lappuja, joissa oli sama tieto, joita he jakoivat asiakkailleen henkilökohtaisesti. Pienempiä lappuja jaettiin kaiken kaikkiaan 150 kappaletta. Tiedotteet neuvoloihin jaettiin 2.4. Kyselyyn oli mahdollista vastata 2.4 – 13.4 välisenä aikana. Linkki

Webropol-kyselyyn jaettiin 2.4.2014 lasten ja nuorten Facebook-sivuilla ja Hämeenlinnan kaupungin virallisilla Facebook-sivuilla. Näiden lisäksi tutkija jakoi linkin kyselyyn Facebookissa ja saatekirjeenä oli tieto, että linkkiä saa ja on toivottavaa jakaa muillekin. Kaiken kaikkiaan seitsemän henkilöä jakoi linkin omalla Facebook seinällään. Vastaukset kyselystä käsiteltiin Webropol-kyselyohjelman avulla. Tulosten analysoinnissa ei ollut tarpeenmukaista käyttää tyypillisiä analysointimenetelmiä, kuten tunnuslukuja, ristiintaulukointia ja riippuvuusanalysointia, koska tutkimuksen otanta oli pieni (Kananen 2011, 85). Tulokset ovat kirjoitettuna myöhemmin raporttiin.

Havainnointi suoritettiin kirjallisten aineistojen eli tässä tapauksessa eri kaupunkien varhaiskasvatuksen Facebook-sivuja havainnoimalla (Mts. 81). Työn liitteenä (ks. liite 1. ja 2.) löytyvät havainnointirunko ja -taulukko, joiden pohjalta havainnointi suoritettiin. Havainnoitavat asiat esiintyvät lähdekirjallisuudessa, ja ovat Facebook-sivuille tyypillisiä piirteitä. Havainnointi suoritettiin helmikuussa. Havainnointitaulukkoon on merkittynä myös sivujen tykkääjien määrä ja sivujen suosituin ikäryhmä 1.4, jotta tieto olisi mahdollisimman tuoretta.

5.4 Tutkimuksien luotettavuus

Tutkimuksella pyritään saamaan mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Tuloksia on kuitenkin syytä tarkastella kriittisesti ja pohtia niiden luotettavuutta. Arvioitaessa tutkimuksen luotettavuutta käytetään käsitteitä validiteetti ja reliabiliteetti.

Validiteetti-käsitteellä tarkoitetaan sitä, onko tutkija mitannut ja tutkinut oikeita asioita tutkimusongelman kannalta (Kananen 2010, 129). Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten pysyvyyttä, eli toistettaessa tutkimus tuottaisi saman alkuperäisen tuloksen (Kananen 2011, 118). Reliabiliteetti käsitteen alakäsitteinä ovat stabiliteetti ja konsistenssi. Myös nämä ovat otettava huomioon tutkimusta tehdessä. Stabiliteetti mittaa mittarin pysyvyyttä ajassa ja konsistenssi sitä, että mittarin eri osat mittaavat samaa asiaa. Jotta reliabiliteetti voidaan varmistaa, täytyisi tehdä aina uusi tutkimus, joka on kallista ja aikaa vievää. Myös ilmiö voi muuttua ajan kuluessa, joten uusintatutkimukseen ei välttämättä takaisi tutkimuksen reliabiliteettia. (Kananen 2010, 129.)

Määrällisen tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliteetin voidaan sanoa olevan hyvä, mikä ilmenee siten, että tutkimuksessa on kysytty samaa asiaa kahteen kertaan ja vastaukset ovat lähes samat. Määrällisen tutkimukseen vastasi 58 henkilöä, joka on erittäin pieni määrä verrattuna alle kouluikäisten lasten vanhempien määrään Hämeenlinnassa. Siksi tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää kattamaan koko populaatiota. Toisaalta tulosten kautta tulleita kehittämisideoita voidaan hyödyntää.

Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää käyttää oikeita mittareita, jotta mitataan juuri sitä, mitä tutkitaan. Sisältövaliditeetti käsittää juuri oikeiden mittareiden käyttöä ja mittaa eräänlaista mittarin tarkkuutta. Sisältövaliditeetin toteutumista on vaikea näyttää, mutta tutkimuksessa käytetyt mittarit ovat syytä perustella ja dokumentoida, kuten tässä tutkimuksessa on tehty. Tutkijan on tärkeää määrällistä tutkimusta tehdessä määritellä käyttämiään käsitteitä, jotka ovat johdettu teorioista. Tätä mitataan rakennevaliditeetilla, ja senkin toteennäyttäminen on hankalaa. Opinnäytetyön teoriaosiossa on käytetty samoja käsitteitä kuin kyselylomakkeessakin. Sisältövaliditeetin kolmas alakäsite on kriteerivaliditeetti. Tämä tarkoittaa sitä, että jos aiheesta on tehty muita tutkimuksia, voi tutkija viitata niihin, ja näin ollen saa tukea omille tutkimustuloksilleen. (Kananen 2010, 130–131.) Opinnäytetyössä on viitattu useisiin tutkimustuloksiin, jotka tukevat saatuja tuloksia. Esimerkkeinä näistä ovat Tilastokeskuksen tekemät väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimukset.

Määrällinen tutkimus oli itsevalikoituva verkkokysely, joka on nykyään suosittu tutkimusmenetelmä, mutta sen luotettavuutta on pohdittu. Todellisuudessa ei voida tietää, kuka on kyselyyn vastannut, ja onko vastaaja vastannut kyselyyn useamman kerran (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013, 88–89.) Tutkimus toteutettiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella eli kyselyssä oli sekä avoimia kysymyksiä, että valmiita vastausvaihtoehtoja. Kysymysten asettelussa on tärkeää ottaa huomioon, etteivät ne johdattele vastaajaa. Kyselyyn päädyttiin, koska tiedusteltavia asioita oli suhteellisen vähän ja kohderyhmä suuri ja laajalle levinnyt. Kyselyn haasteena on se, että se tehdään vain kerran, jolloin tutkija ei voi olla varma onko vastaaja ymmärtänyt kaikki kysymykset oikein ja tarkoitettulla tavalla. (Järvinen & Järvinen 2000,155.) Kyselylomakkeen kysymykset pyrittiin teke-

mään mahdollisimman selkeiksi, jotta vastaajat ymmärtävät ne oikein ja kysymykset eivät johdattelisi vastaajaa. Esitutkimuksella on pyritty myös minimoimaan kyselyn kysymysten ja osioitten väärinymmärryksen riskiä. Määrällisen tutkimuksen otos jäi pieneksi, joten tuloksia ei voida yleistää kattamaan koko kohderyhmää. Tutkimuksen vastaajien katoa olisi voinut minimoida haastatteleamalla kohderyhmän edustajia.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa pitää ottaa huomioon reliabiliteetti ja validiteetti, kuten määrällisessäkin tutkimuksessa. Reliabiliteetilla laadullisessa tutkimuksessa tarkoitetaan sitä, että aineiston tulkituksista riippumatta tulokset ymmärretään samanlaisina. Tutkimuksessa havainnoitiin Facebook-sivujen sisältöä, ja tutkittavat kohdat olivat lähdekirjallisuudessa esille nousseita asioita. Reliabiliteetti voidaan myös ymmärtää ajallisena pysyvyytenä. Facebook-sivujen sisältö kuitenkin muuttuu tiiviisti, joten reliabiliteetin onnistumista on hankala arvioida. Ulkoisen validiteetin voidaan sanoa olevan luotettava, koska tuloksia voidaan yleistää muihin vastaaviin Facebook-sivuihin. Havainnointi oli järjestelmällistä, josta osoituksena ovat havainnointirunko ja -taulukko. Nämä osoittavat, että havainnointi on ollut johdonmukaista ja tuloksia on kirjattu ylös. (Kananen 2008, 124–125.)

Laadullisen tutkimuksen arviointiperusteina voidaan pitää myös aineiston riittävyyttä, analyysin kattavuutta, arvioitavuutta ja toistettavuutta. Tutkimuksen riittävyyttä eli saturaatiota voidaan pitää hyvänä, koska havainnointikohteissa alkoi tulla useita toistensa kanssa samanlaisia asioita esille. Tutkimuksen kattavuutta voidaan kritisoida, koska havainnot perustuivat osittain satunnaisiin aineiston osiin. Analyysin arvioitavuus on kattava, koska havainnoinnin dokumentointi oli tarkkaa ja kattavaa. Näiden vuoksi tutkimus on myös helppo toistaa. (Kananen 2008, 123–125.) Vaikka havainnointi ei ole aukottoman luotettava tutkimuksessa, antaa se kuitenkin näkemyksen toimeksiantajalle, kuinka osa Suomen kaupungeista ja kunnista käyttää Facebookia hyödykseen varhaiskasvatuspalveluisa.

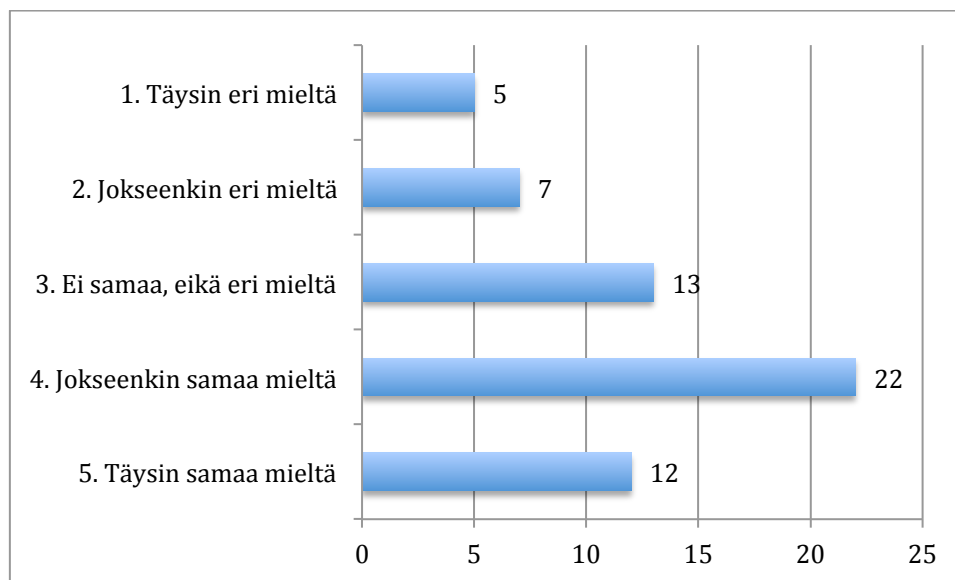
6 Tutkimustulokset

6.1 Facebook-sivujen hyödyntäminen Kastellin lasten ja nuorten palveluohjauksessa

Kyselyyn vastasi 58 henkilöä, joista 44 oli naisia ja loput miehiä. Vastaajien keski-ikä sijoittui 30–34-vuotiaisiin. Kyselyyn ei vastannut lainkaan alle 20-vuotiaita. Se saattaa johtua siitä, että harvalla alle 20-vuotiaalla on lapsia. Vastaajien perhekoon keskiarvo oli 1,62 lasta. Vain neljällä vastaajalla oli perheessä kolme lasta, ja yksikään suurperheen vanhempi ei kyselyyn vastannut. Jos kyselyyn olisi vastannut enemmän suurperheiden vanhempia, olisi tutkimuksen tuloksista voinut analysoida, vaikuttaako perheen koko siihen, koetaanko lasten ja nuorten Facebook-sivut hyödyllisiksi.

Tuloksien pohjalta voidaan sanoa, että sosiaalisen median käyttö on erittäin yleistä kohderyhmässä. Tuloksista ilmeni, että kaikki vastaajista käyttivät sosiaalisen median palveluja ja yli puolet vastaajista ilmoitti käyttävänsä niitä useita kertoja päivässä. Reilu kolmannes vastaajista vastasi käyttävänsä sosiaalisen median palveluja päivittäin tai lähes päivittäin. Yleisesti sosiaalista mediaa vastaajat ilmoittivat käyttävänsä eniten yhteydenpitoon ja viihdekäyttöön. Sosiaalisen median käytön tarkoitus näkyi myös vastaajien vastauksissa kysyttäessä, mitä sosiaalisen median palveluita vastaajat käyttävät. Palveluista nousi esille selkeimmin yhteisöpalvelu Facebook. Avoimesta kysymyksestä nousivat esille myös kuvapalvelut Instagram ja Pinterest, blogit ja vieraampi Path-sovellus. Nämä tutkimustulokset viittaavat siihen, että lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöä on tarpeenmukaista kehittää, koska Facebookin käyttö on aktiivista ja suosittua kohderyhmässä. Tätä väittämää tukevat myös tutkimustulokset siitä, että lasten ja nuorten Facebook-sivut koetaan tarpeellisiksi. Vastauksen keskiarvo oli 3,49, mikä kertoo siitä, että vastaukset painottuivat siihen suuntaan, että sivut koetaan tarpeelliseksi. Kysymyksen keskihajonta oli 1,9, mikä tarkoittaa sitä, että vastauksissa oli jonkin verran hajontaa (ks. Kuvio 3). Se, että jopa 13 vastaajaa oli ilmoittanut, ettei ole samaa eikä eri mieltä väittämän kanssa, voi johtua siitä, etteivät he tienneet, mitä tietoa sivuilla on tai voisi olla. Vastauk-

siin saattoi vaikuttaa myös se, etteivät vastaajat tiedä kokonaisuudessaan Kastellin lasten ja nuorten palveluiden palvelutarjontaa.



Kuvio 3. Lasten ja nuorten Facebook-sivujen tarpeellisuus

Huomattavaa oli, että kaikista vastaajista vain kolme oli kuullut Kastellin lasten ja nuorten Facebook-sivuista. Vastauksista ei käynyt kuitenkaan ilmi, mistä he olivat sivuista kuulleet. Avoimissa kommentteissa oli myös kommentoitu, että tutkija oletti, että kyseiset sivut ovat olemassa, koska vastaaja ei itse tiennyt niiden olemassa olosta. Näiden tuloksien pohjalta voidaan sanoa, että Kastellin lasten ja nuorten Facebook-sivujen tunnettavuutta kohderyhmässä pitää lisätä.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan sanoa, että vastaajat olivat enemmän seurailijoita ja satunnaisia kommentoijia Facebookissa kuin aktiivisia kommentoijia. Tämä tutkimustulos viittaa siihen, että Kastellin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivut olisivat käyttäjille enemmän tiedonhakukanava kuin vuorovaikutuksellinen vertaistuen hakemisen kanava. Tätä päätelmää tukevat myös väittämien vastaukset lasten ja nuorten Facebook-sivujen sisällöstä. Lasten ja

nuorten Facebook-sivuja olisi tuloksien perusteella tarpeellista käyttää tiedotuskanavana (ks. kuvio 4).

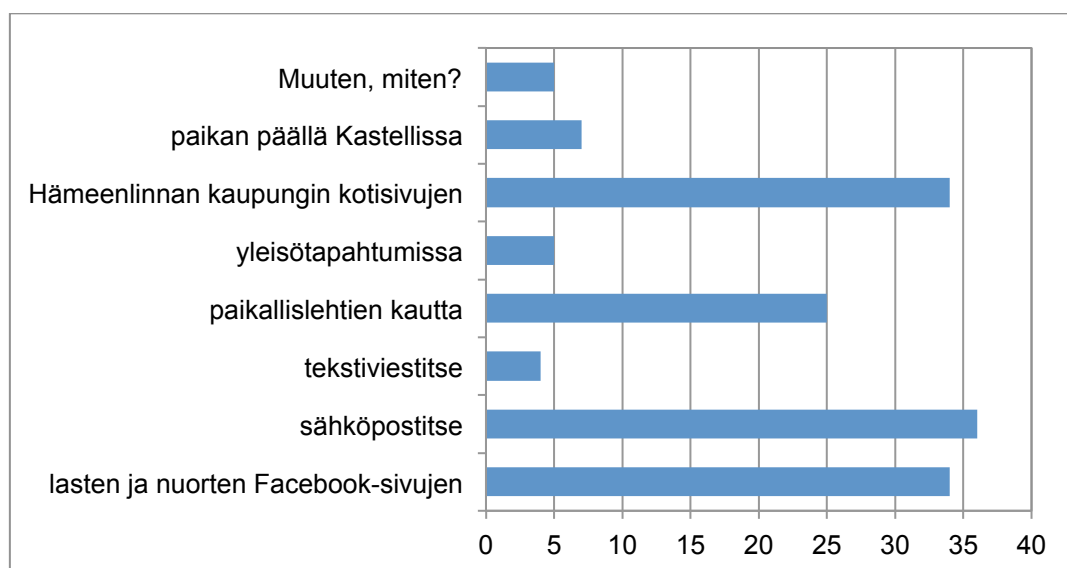


Kuvio 4. Mitä mieltä vastaajat olivat väittämistä koskien lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuista

Vastaajat halusivat, että Facebook-sivuilla olisi esillä kaupungin tarjoamia palveluja lapsiperheille. Siihen ehdotettiin avoimissa kommentteissa tapahtumakalenteria välineeksi. Vähiten vastaajat kokivat tarvitsevansa mahdollisuutta varata aikaa palveluohjaukseen Facebook-sivuilla.

Vaikka suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivut ovat tarpeelliset, haluavat he saada yleensä tietoa Kastellin lasten ja nuorten palveluista lähinnä Hämeenlinnan kaupungin kotisivujen ja sähköpostin välityksellä. Facebookia tiedotuskanavana ei täysin kuitenkaan tyrmätty. Tut-

kimustulokseen saattoi vaikuttaa, että kysymyksessä sai valita myös useamman vaihtoehdon, ja niin oli myös tehty. Yhteensä vastauksia kysymykseen tuli 150 kappaletta, eli lähes jokainen vastaaja oli merkinnyt kaksi vaihtoehtoa. Vastaajat olivat vastanneet avoimiin kommentteihin tiedotuskanaviksi myös neuvolan ilmoitustaulut, päiväkodin kautta tulevat tiedotteet, kirjeet postitse ja Wilma-järjestelmän. Vastaajien keski-ikä näkyi kysymyksen vastauksissa perinteisen median tiedotuskanavien suosiona. 150 vastauksesta kahdeksassakymmenessä oli vastattu ”perinteiset mediat ja www-sivut tiedotuskanavina”.



Kuvio 5. Haluaisin, että Kastellin lasten ja nuorten palvelut tiedottaisivat minua seuraavien kanavien kautta

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä oli mahdollisuus vapaisiin kommentteihin, ja siinä nousi esille, etteivät Facebook-sivut ole oikea paikka palautteen antamiseen. Eräs vastaaja ei halunnut Facebookin kautta mitään tiedotteita.

Yhteenvetona tuloksista voidaan todeta, että Kastellin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöä kannattaa kehittää. Sivuja pitäisi aluksi tehdä tun-

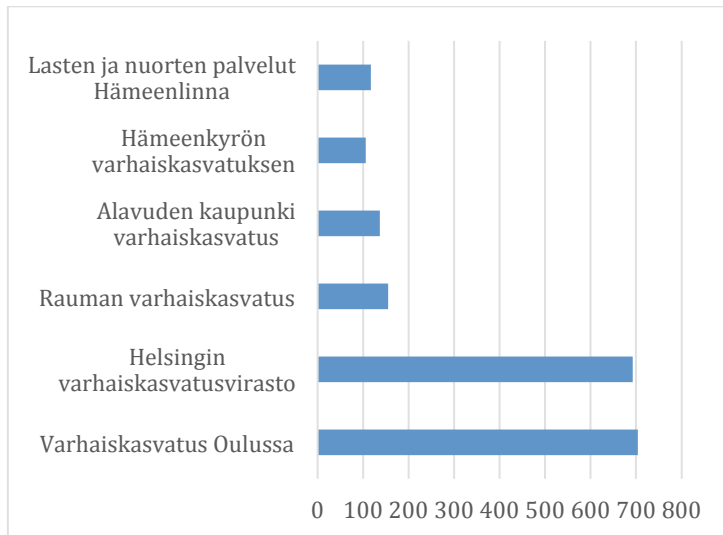
netuksi esimerkiksi erilaisten kilpailujen kautta. Tulosten pohjalta voidaan sanoa, että sivut toimisivat käyttäjille tiedonhakukanavana päiväkotiin liittyvissä asioissa ja kanavana saada tietoa kaupungin järjestämistä tapahtumista lapsiperheille. Yleisesti vastaajat kokivat, että Facebook-sivut voisivat olla myös palautteen antamiseen hyvä kanava. Omat tutkimustulokseni vahvistavat hämeenlinnalaisten alle kouluikäisten vanhempien positiivisen suhtautumisen Facebookiin osana palveluohjausta.

6.2 Facebookin hyödyntäminen varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa valtakunnallisesti

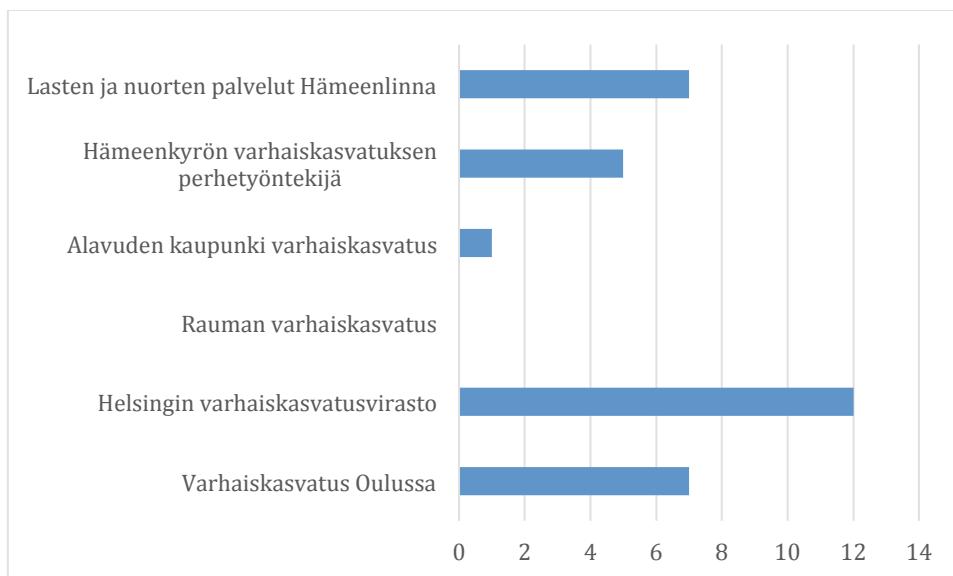
Havainnoinnin tuloksena on todettava, ettei Facebook-sivujen mahdollisuuksia ole osattu hyödyntää varhaiskasvatuksen palveluohjauksen tukena Suomessa. Havainnoinnin pohjalta edelläkävijöitä tämän palvelun käytön hyödyntämisessä ovat Helsingin, Oulun, Rauman, Hämeenlinnan ja Alavuden kaupungit sekä Hämeenkyrön kunta.

Rauman varhaiskasvatuksen Facebook-sivut oli havainnoinnissa mukana olleista sivuista perustettu ensimmäiseksi, vuonna 2011. Alavuden ja Hämeenlinnan varhaiskasvatuksen Facebook-sivut olivat perustettu vuonna 2012. Marras- ja joulukuussa 2013 on perustettu Oulun, Helsingin ja Hämeenkyrön varhaiskasvatuksen Facebook-sivut. Viimeksi luetelluiden Facebook-sivuja oli päivitetty selkeästi aktiivisimmin kuin vuosina 2011 ja 2012 perustettuja sivuja. Se saattaa selittyä sillä, etteivät sivujen ylläpitäjät ole kokeneet sivuja tarpeeksi tehokkaiksi ja ovat lopettaneet niiden kehittämisen. Yhtenä selityksenä voi olla myös, että Facebook-sivuista vastaava henkilö on vaihtanut työpaikkaa ja kenellekään ei ole määritelty sivujen ylläpitoa.

Havainnoinnin ja sen tuloksista muodostettujen kuvioiden 6 ja 7 perusteella voidaan todeta, että mitä enemmän sivuja oli päivitetty, sitä enemmän sivuilla oli myös tykkääjiä. Havainnoitavien sivujen tykkääjien pienen määrän vuoksi voidaan sanoa, että kohderyhmä ei ole löytänyt sivuja.



Kuvio 6. Facebook-sivujen tykkääjien määrä 1.4.2014



Kuvio 7. Facebook-sivujen päivityksien useus helmikuussa 2014 aikana

Havainnoinnissa mukana olleiden kaupunkien varhaiskasvatuksen Facebook-sivuilla ei ollut selkeästi näkyvillä sosiaaliselle medialle tyypillistä vuorovaikutteisuutta. Tämä ilmeni päivitysten sisällöstä sekä siitä, etteivät käyttäjät olleet

jakaneet tai kommentoineet päivityksiä. Päivitykset olivat tiedottavia ja toteavia, eivät kysyviä. Vuorovaikutteisuutta oli kuitenkin yritetty lisätä erilaisten kyselyiden ja ajankohtaisten uutisten jakamisen kautta. Helsingin varhaiskasvatusviraston sivuilla yritettiin kaikista eniten osallistaa sivujen seuraajia ajankohtaisten uutisten esille tuomisina ja asiakaskyselyinä. Yhdelläkään havainnoitavista sivuista ei oltu käytetty Facebookin omaa kyselymahdollisuutta. Kyselyt, joita sivuilla oli, olivat virallisia, usein kaupungin järjestämiä. Sivuilla oli usein linkki kyselyyn, joka vei erilliseen ja viralliseen kyselylomakkeeseen.

Helsingin varhaiskasvatusvirasto oli ainoa, joka hyödynsi Facebookia myös rekrytoinnissa. Sivuilla ilmoitettiin varhaiskasvatuksen avoimista työpaikoista ja tuotiin hakuprosessia julki kuvien muodossa.

Kahta poikkeusta lukuun ottamatta jokaisen havainnoitavan kaupungin varhaiskasvatuksen Facebook-sivujen suosituin ikäryhmä oli 35–44-vuotiaat. Hämeenlinnan lasten ja nuorten ja Alavuden varhaiskasvatuksen sivujen suosituin ikäryhmä oli 25–34-vuotiaat. Havainnoitavien paikkakuntien Facebook-sivujen ikäryhmät olivat oikeat, koska 25–44-vuotiaat ihmiset käyttävät varhaiskasvatuksen palveluja. Kaikkien havainnoinnissa mukana olleiden paikkakuntien Facebook-sivujen päivitykset olivat selkeästi suunnattu päiväkotij- ja ala-asteikäisten lasten vanhemmille, mikä tulee esille päivityksien sisällöistä, kuten myös sivujen suosituimmasta ikäryhmästä. Poikkeuksena on Hämeenlinnan lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivut, jotka ovat suunnattu tällä hetkellä enemmän nuorille käyttäjille aikuisten sijaan.

Facebookille on tyypillistä, että käyttäjät jakavat kuvia muiden katseltavaksi ja kommentoitavaksi. Varhaiskasvatusten sivuilla ei ole paljon kuvia. Yleensä kuvia oli jaettu alle 10 kappaletta. Poikkeuksena ovat Oulun (18 kuvaa) ja Helsingin kaupungin (31 kuvaa) sivut, jotka ovat viimeisimmäksi perustetut. Ne olivat laittaneet aktiivisimmin kuvia. Alavuden kaupungin varhaiskasvatus oli jakanut sivuilleen aktiivisesti kuvia (32 kuvaa), vaikka sivut ovat perustettu jo vuonna 2012. Tätä selittää se, että sivuilla on yhdestä yksittäisestä tapahtumasta useampi kuva. Varhaiskasvatusten Facebook-sivuilla julkaistut kuvat ovat päiväkotien arjesta ja lapsiperheille järjestetyistä tapahtumista. Kuvia on myös varhaiskasva-

tuksen toimipisteistä. Osalla sivuista oli käytetty myös ns. piirrettyjä kuvia, kuten Hämeenlinnan lasten ja nuorten Facebook-sivuilla.

Hämeenkyrön kunnan Facebook-sivut eroavat muista havainnoitavista, koska sivut ovat nimetty yhden työntekijän mukaan. Sivujen nimi on ”Varhaiskasvatuksen perhetyöntekijä Saija, Hämeenkyrön kunta”. Tällainen sivujen nimeäminen yhden viranomaisen mukaan on tyypillistä Suomen Poliisille. Useammalla yksittäisellä poliisilla on Facebook-sivunsa ja bloginsa. Hämeenkyrön kunta on pieni, reilu 10 000 asukkaan kunta, minkä vuoksi sen ei ole varmasti järkevää perustaa jokaiselle varhaiskasvatusasioita hoitavalle yksikölle omaa Facebook-sivua (Hämeenkyrö-Tavastkyro).

Havainnoinnin tulosten analysoinnin loppupäätelmänä on, että varhaiskasvatuksen Facebook-sivuja pidetään lapsiperheiden tiedonhaun ja tiedottamisen välineenä. Tämä ilmenee Facebook-sivujen päivitysten sisällöistä ja palvelun käyttäjien käytöksestä sivuilla.

7 Kehittämisideat lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöön

Aluksi on hyvä ottaa huomioon, ettei Facebook ole oikea kanava hoitaa luottamuksellisia asioita, koska riittävää tietoturvaa ei pystytä takaamaan. Facebook-sivut ovat Kastellin lasten ja nuorten palveluiden asiakkaille tukipalvelu. Sivut voisivat toimia yhtenä kanavana tiedottaa perheille ajankohtaisista tapahtumista ja erilaisista alle kouluikäisiin lapsiin liittyvistä asioista esimerkiksi tapahtumakalenterin muodossa. Ajankohtainen kalenteri voisi löytyä myös Kastellin lasten ja nuorten internet-sivuilta, josta sen voisi ladata suoraan omaan matkapuhelimeen. Tapahtumakalenterin sisällön toteuttamisen kanssa palveluohjaajien olisi hyödyllistä olla yhteistyössä Mannerheimin lastensuojelu liiton ja seurakuntien edustajien kanssa, koska he järjestävät paljon tapahtumia lapsiperheille. Ongelmana tässä voi olla se, että tapahtumia ei tiedetä tarpeeksi etukäteen ja tapahtumakalenteri muuttuu jatkuvasti.

Facebook-sivuilla voisi olla yhteinen koonti lapsiperheille suunnatuista tuki- ja palveluhakemuksista. Nämä voisivat olla esillä kuvien tai videoiden muodossa. Videolla voisi kuvata ja ohjata hakemiseen liittyvän prosessin, ja tuoda esille tyyppisiä ongelma- ja virhekohtia. Tämä helpottaisi palveluohjaajien työtä, kun hakemukset olisivat kerralla tehty oikein, ja auttaisi kuntalaisia löytämään ja täyttämään tarvittavat kaavakkeet. Tuki- ja palveluhakemuksista voisi tehdä myös selkeän ja ytimekkään oppaan, jonka voisi jakaa Facebook-sivuilla. Facebookia oli hyödynnetty Väestöliiton oppaiden jakamiseen Hämeenkyrön perhetyöntekijän Facebook-sivuilla.

Vastaajat kokivat yleensä tarvetta, että sivuilla olisi tietoa päiväkotien arjesta. Tämä olisi hyvä, esimerkiksi niille, jotka pohtivat mistä päiväkotipaikkaa hakevat. Tämä olisi myös niille vanhemmille mukava lisä, joiden lapset ovat jo päivähoidossa, jolloin he voivat saada lisätietoa arjesta kuvien, videoiden ja päiväkotityöntekijöiden blogien välityksellä. Kuvia voisi olla esillä myös instagram-tilillä, koska vastaajat mainitsivat käyttävänsä myös sitä. Kuvien julkaisemisessa pitää ottaa huomioon tietoturva. Kun lapsi aloittaa päivähoidon, Hämeenlinnan kaupungin perustietokaavakkeessa kysytään, saako lasta kuvata. Tämä kattaa kaiken kuvaamisen, niin videot kuin kuvatkin. Osassa Hämeenlinnan päiväkodeista lupaa kysytään vielä erikseen. Nämä luvat pitää ottaa huomioon, ennen materiaalin jakamista. Facebook-sivuilla ei ole tarkoituksen mukaista jakaa lapsista tai henkilökunnasta lähikuvia, vaan laajemmin otetut kuvat riittäisivät.

Jotta sivuille saataisiin lisää käyttäjiä, kannattaisi miettiä jokin arvonta tai kilpailu, johon osallistumalla pitää tykätä lasten ja nuorten Facebook-sivuista. Facebook-sivujen nimestä voisi esimerkiksi järjestää kilpailun, käyttämällä Facebookin omaa kyselyominaisuutta. Tällöin kyseessä olisi vapaamuotoisempi kysely. Facebook-sivujen tykkääjien kiinnostuksen ylläpitämiseksi, lasten ja nuorten Facebook-sivujen päivytysten kieli pitäisi olla rentoa, mutta asiallista.

Chat-palvelua Facebook-sivuilla kannattaisi kokeilla, koska tulosten perusteella vastaukset jakaantuivat tasaisesti puolesta ja vastaan. Tämän voisi toteuttaa siten, että palveluohjaaja olisi tavattavissa chatissa tiettyinä aikoina. Myös lasten ja nuorten internet-sivuilla voisi olla hyödyllistä tehdä reaaliaikainen kommentointipalvelu. Tällöin sivujen alareunaan tulisi palkki, jossa kysyttäisiin esimerkiksi

”voimmeko olla avuksi?”. Vastaajien mukaan Facebook-sivut olisivat hyvä kanava kysyä lasten päivähoitoon liittyvistä asioista, ja chat-palvelu voisi toimia tässä toteutuksena. Chat-palvelussa riskinä ovat tietoturva-asiat, kuten aiemmissakin ehdotuksissa on tullut esille. Chat-palvelussa tulisi kertoa heti aluksi, mitä tietoa siellä saa jakaa, ja millaisiin kysymyksiin palveluohjaaja voi vastata. Chat-palvelun avautuessa voisi siihen ilmestyä käyttäjäehdot, jotka hyväksymällä palvelua voi alkaa käyttää.

Nykyään rekrytoinnissa hyödynnetään yhä lisääntyvässä määrin sosiaalisen median kanavia. Hämeenlinnan kaupungin palvelupiste Kastelli, voisi kasvattaa mainettaan edelläkävijänä ja käyttää lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuja yhtenä rekrytointi-ilmoitusten jakamisen kanavana. Esimerkkiä voisi ottaa Helsingin varhaiskasvatusviraston Facebook-sivuilta. Rekrytointi-tilanteessa pitää kysyä hakijalta erikseen lupa, saako hänestä julkistaa tietoja. Hakijalle tietojen julkaiseminen olisi hyvä asia, koska silloin hänen tuttavansa voisivat kirjoittaa kannustavia kommentteja ja suositteluja päivityksen yhteyteen. Facebookin hyödyntäminen rekrytoinnissa ei kuitenkaan ole ensisijainen asia lasten ja nuorten Facebook-sivuilla.

Havainnoiduissa kohteissa oli hyödynnetty Facebook-sivuja ajankohtaisten uutisten jakamiseen. Tämä voisi olla hyödyllistä lasten ja nuorten Facebook-sivuille, koska vastausten tulosten pohjalta käyttäjät ovat kiinnostuneita ajankohtaisista uutisista. Tämä päätelmä on johdettu siitä, että vastaajat haluavat tietoa Kastellin lasten ja nuorten palveluista perinteisen median kanavien kautta. Tässä on kuitenkin huomioitava tarkasti sivujen kohderyhmä, jotta uutiset kiinnostavat ja puhuttelevat heitä.

Kuten aiemmin olen jo todennut, Facebook-sivujen sisältöä kehitettäessä pitää ottaa erittäin tarkasti huomioon tietoturva. On muistettava, että kaikki kirjattu tieto jää internetin maailmaan, ja niitä voidaan käyttää hyödyksi. Siksi lasten ja nuorten Facebook-sivuilla pitäisi olla kattavat ja ytimekkäät ohjeet selkeästi näkyvillä sivujen käyttäjille.

Haasteena esitetyissä kehittämissideoissa tietoturvan lisäksi on palveluohjaajien kouluttaminen Facebook-sivujen käyttöön. Useampi lasten ja nuorten palveluohjaajista ei käytä vapaa-aikanaan Facebookia, joten se on lähes vieras palvelu heil-

le. Palveluohjaajille olisi hyvä järjestää koulutuspäivä, jossa esitellään Facebook-sivujen hyödyt ja haitat, ja kuinka kehittämisideat käytännössä toteutetaan. Palveluohjaajille on tarpeellista tiedottaa myös Facebookin tietoturvaan liittyvistä asioista sen tärkeyden vuoksi.

8 Pohdinta

Työn tavoitteena oli tutkia, kuinka lasten ja nuorten Facebook-sivuja voidaan hyödyntää alle kouluikäisten lasten vanhempien palveluohjauksessa. Kehittämisideoiden kautta lasten ja nuorten palveluohjaajilla on mahdollisuus alkaa hyödyntää enemmän Facebook-sivuja työssään. Kohderyhmänä tutkimuksessa olivat alle kouluikäisten lasten vanhemmat Kanta-Hämeenlinnassa, koska lasten ja nuorten palveluiden palvelutarjonta on suunnattu pääasiassa heille. Nuoret rajattiin tutkimuksesta pois, koska heille on tarjolla useita eri Facebook-sivuja, joista he saavat tietoa lasten ja nuorten palveluiden tarjonnasta. Työn toisena tavoitteena toimeksiantajan edustajat kokivat tarpeelliseksi saada tietoa, kuinka muut Suomen kaupungit hyödyntävät Facebook-sivuja varhaiskasvatuksen palveluohjauksessa.

Opinnäytetyön tuloksien pohjalta näyttää siltä, että lasten ja nuorten Facebook-sivujen sisältöä kannattaa kehittää aktiiviseksi tiedonvälityskanavaksi. Vastaajat kokivat tarvetta saada Facebook-sivuilta tietoa perheille suunnatuista palveluista. Kehittämisideoina kyselyn vastausten pohjalta ovat chat-palvelu, tapahtumakalenteri, opastavien videomateriaalien käyttäminen ja kuvien lisääminen lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuille. Varhaiskasvatusasioihin liittyvää tiedonvälitystä esiintyy myös havainnoitujen kaupunkien käytössä olevilla varhaiskasvatuksen Facebook-sivuilla. Sivujen päivitykset eivät ole sosiaaliselle medialle tyypillisesti vuorovaikutteisia, vaan tiedottavia ja toteavia. Tekemäni tutkimuksen pohjalta lasten ja nuorten palveluohjaajat saivat myös tietoa, mitä kautta kohderyhmään kuuluvat kuntalaiset haluavat tulla tiedotetuksi lasten ja nuorten palveluiden palveluista.

Kyselyni oli tärkeä, koska kohderyhmän sosiaalisen median tarvetta ja käyttäytymistä ei ole tutkittu. Tästä syystä en voi myöskään verrata tutkimustuloksiani

esimerkiksi Tilastokeskuksen väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö – tutkimukseen, jossa on tutkittu koko väestön sosiaalisen median käyttöä. Toisaalta Tilastokeskuksen tutkimuksien vastaajien määrä on niin suuri, että osa heistä on myös tämän tutkimuksen kohderyhmää. Kuten Tilastokeskuksen väestön tieto- ja viestintekniikan käyttö -tutkimuksissa on tullut ilmi, kohderyhmä käyttää aktiivisesti sosiaalisen median palveluja, mikä tuli esille myös tämän työn tuloksissa.

Tutkimuksien onnistuminen

Määrällisen tutkimuksen ei voida sanoa täysin onnistuneen, koska kyselyyn vastasi pieni määrä ihmisiä kohderyhmän kokoon nähden. Kysely oli esillä Facebookissa ja jokaisen Kanta-Hämeenlinnan neuvolan ilmoitustaululla kahden viikon ajan. Tämä ei ollut yksinomaan paras vaihtoehto, koska vastausten määrä jäi pieneksi. Tutkimuksen luotettavuus olisi ollut myös parempi, jos olisin jalkautunut tarkoin valittuihin neuvoloihin ja päiväkoteihin. Vastausaktiivisuus olisi ollut todennäköisesti korkeampi, jos olisin tehnyt kyselyn henkilökohtaisesti paikan päällä osassa Hämeenlinnan neuvoloita ja päiväkoteja, ja tämän lisäksi Facebookissa. Vastaajien katoon saattoi vaikuttaa myös, että Hämeenlinnan kaupungilla oli monia kyselyitä saman aikaan auki.

Kyselyn kysymyksiä olisi kannattanut miettiä vieläkin tarkemmin. Se tuli esille analysoitaessa tuloksia. Vastaajien ikää olisi kannattanut kysyä avoimella kysymyksellä, mikä olisi mahdollistanut vertaamaan, onko iällä merkitystä Facebookin käyttöön varhaiskasvatuksen palveluohjauksen tukena. Kyselyssä olisi ollut hyvä ottaa huomioon, minkä ikäinen lapsi/lapset perheessä ovat, koska se todennäköisesti vaikuttaa siihen, mitä tietoa käyttäjät kaipaavat. Miesten ja naisten välisiä eroja ei ollut kannattavaa verrata, koska se ei ollut kyselyn tuloksille tarkoituksen mukaista. Kyselyyn vastasi enemmän naisia kuin miehiä, joten tuloksia ei ollut kannattavaa tämänkään vuoksi verrata. Haasteena kyselyssä oli myös, että ei tiedä tiesikö vastaaja, mitä kaikkia palveluita lasten ja nuorten palvelut tarjoavat. Tätä olisi kannattanut kysyä, koska vastaajat olisivat voineet esittää erilaisia toiveita Facebook-sivujen sisältöön, jos he tietäisivät laajasti toimeksiantajan palvelun tarjonnasta.

Kyselyn kysymysten ja vaihtoehtojen pohtimiseen olisi kannattanut käyttää enemmän aikaa. Kysymyksessä 8. olisi voinut vaihtoehdoksi lisätä Facebook-sivujen ylläpitäjän roolin. Muutama vastaaja oli maininnut tämän kysymyksen avoimessa kohdassa. Kysymyksessä 12. olisi pitänyt olla valittavissa vain yksi vaihtoehto, ja kysymyksen asettelu olisi pitänyt olla toisenlainen, jotta tietoon olisi tullut, mitä kautta vastaajat ensisijaisesti haluavat tiedon lasten ja nuorten palveluista. Kysymyksessä 6. oli luettelo sosiaalisen median palveluista, johon vastaajat saivat merkitä, käyttävätkö yllä kirjattujen palvelujen lisäksi niitä. Tämä kysymys oli huono, koska vastaajat olivat vastanneet siihen samoja, kuin yllä olevaan kysymykseen. Tähän saattaa vaikuttaa myös, etteivät vastaajat olleet lukeeet kysymystä kunnolla. Kysymys 6. olisi pitänyt tulla näkyville vasta, kun vastaaja oli vastannut aiempaan kysymykseen, jotta hän ei olisi voinut katsoa vaihtoehtoja alemmaa, vaan olisi vastannut todella, mitä mieleen ensimmäisenä tulee. Kyseisen kysymyksen asettelua olisi voinut myös parantaa, koska muutama vastaaja oli ymmärtänyt kysymyksen väärin. Kysymyksen 11. väittämät olisivat pitäneet olla tarkemmat. Esimerkiksi väitteessä ”Haluaisin saada vertaistukea Fb-sivujen kautta?”, olisi pitänyt olla tarkemmin, minkälaista vertaistukea kaipaa. Olisi pitänyt siis kysyä haluaako vastaaja vertaistukea esimerkiksi parisuhteeseen tai lasten päivähoitoon liittyvissä asioissa vai vertaistukea paikkakunnalle muuttaneena. Kysymysten tarkempi sisältö olisi kertonut vielä tarkemmin, millaista tietoa sivuilla olisi tarpeen olla.

Tuloksia analysoidessa huomasin, että Likert-asteikollisissa kysymyksissä keskiarvo oli käänteinen totutusta. Yleensä kyselyiden Likert-asteikot ovat muodostettu siten, että suurin arvo tarkoittaa parasta tai täysin samaa mieltä olevaa ja pienin päinvastoin. Tässä kyselyssä kuitenkin 5 tarkoitti täysin eri mieltä ja 1 täysin samaa mieltä. Tuloksia analysoitaessa taulukkoa muokattiin siten, että 5 tarkoitti täysin samaa mieltä ja 1 täysin eri mieltä. Näiden muutosten pohjalta tehtiin tuloksien lopullinen analysointi.

Jos tekisin opinnäytetyön uudestaan, tutkisin muiden kaupunkien Facebook-sivujen sisältöä kyselyn avulla. Kyselyn avulla tulokset olisivat laajemmat ja sivujen ylläpitäjien mielipiteet tulisivat myös esille. Tutkittavia kaupunkeja voisi lähestyä Facebookin yksityisviestillä, joka sisältäisi saatekirjeen ja kyselyn. Tässä tutkimuksessa tulokset pohjautuvat tutkijan havainnointiin.

Opinnäytetyöprosessi ja jatkokehitysideat

Kuten yllä esitettyjen asioiden perusteella voi päätellä, oli kyselyn tekeminen haastavimmista opinnäytetyön vaiheista. Kysymysten miettiminen oli erittäin haastavaa, koska piti miettiä, mitä on relevanttia kysyä ja mitä ei, ja mitä mittareita kyselyssä on tarpeen käyttää. Kyselyni runko kaventui lopulliseen muotoonsa esitutkimuksen jälkeen. Olin tekemässä kyselyä jo erittäin varhaisessa vaiheessa, mutta opinnäytetyöni ohjaaja neuvoi minua perehtymään syvemmin tietoperustaan. Tietopohjani kasvaessa havaitsin itsekin, että olisin tehnyt kyselyn liian varhaisessa vaiheessa ymmärtämättä aiheesta kattavasti.

Opinnäytetyöprosessi kokonaisuudessaan oli erittäin opettavainen. Prosessi opetti minulle pitkäjänteisyyttä, koska palveluohjauksen tietoperusta ja Hämeenlinnan Kastellin lasten ja nuorten palveluiden palvelutarjonta olivat minulle aiemmin vieraita. Käytin opinnäytetyöprosessistani pitkän ajan tietoperustaan ja toimeksiantajan toimintaan perehtymiseen. Selvitystyö ja sen vaatima aika opetivat minulle pitkäjänteisyyttä.

Koin haastavaksi työn tietoperustan rajaamisen, koska sekä palveluohjauksesta että sosiaalisesta mediasta löytyi niin paljon tietoa. Erityisen haastavaksi koin sosiaalisen median tietoperustan hyödyntämisen, koska kirjallisuudessa on usein käsitelty aihetta liiketoimintayritysten näkökulmasta.

Olin ensimmäinen opiskelija, joka tekee opinnäytetyönsä Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluille. Uskon, että toimeksiantajan edustajat ovat oppineet ammattikorkeakoulun opinnäytetyöprosessista. Koen, että minun opiskelijana olisi ollut syytä pitää tiiviimpää yhteyttä toimeksiantajaan, jotta siellä olisi oltu paremmin tietoisia opinnäytetyöni eri vaiheista. Toivon myös, että opinnäytetyöni kautta kuluttajapalveluiden restonomien koulutus tulisi tunnetummaksi työelämässä.

Jatkotutkimuksena voisi tehdä tutkimuksen, jolla selvitetään, kuinka lasten ja nuorten palveluiden asiakkaat kokevat sähköiset palvelut. Siinä voisi käyttää esimerkiksi Living Lab -menetelmää, joka antaa syvällisempää tietoa käyttäjien kokemuksista, toiveista ja tarpeista.

On mielenkiintoista seurata, kuinka Facebook-sivujen sisällön kehittäminen tulee muovaamaan kohderyhmään kuuluvien kuntalaisten käyttäytymistä. Uteliaana odotan, aktivoiko tutkimukseni muita Kastellin yksiköitä hyödyntämään palveluissaan sosiaalisen median eri kanavia, ja kiinnostuvatko muut Suomen kaupungit tutkimukseni tuloksista.

Lähteet

Aalto, T. 2010. Sosiaalisen median mahdollisuudet hallinnolle. Oikeusministeriö

Demokratia- ja kieliasioiden yksikön katsaus 4.6.2010. pdf-tiedosto.
<http://www.tyosuojelu.fi/upload/katsaus.pdf>

Facebook jyrää Suomessa - muut some-palvelut ovat pikkutekijöitä. 2013. Talouselämä. Kirjoitettu 27.9.2013. Viitattu 16.3.2014.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/facebook+jyraa+suomessa++muut+somepalvelut+ovat+pikkutekijoi+a2206307>

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

Hakkarainen, L-M. 2014. Palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluohjaaja. Hämeenlinnan kaupunki. Haastattelu 6.2.2014.

Hankkeet. N.d. Tietoa Valtiovarainministeriön internet-sivuilla tietoa käynnissä olevista hankkeista. Viitattu 9.5.2014.
https://www.vm.fi/vm/fi/05_hankkeet/index.jsp

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. p., osin uud.p. Helsinki: Tammi.

Hirvonen, A. & Tebest, T. 2013. YLE. Katso, kuinka moni ikäisesi suomalainen on Facebookissa. Viitattu 12.3.2014.
http://yle.fi/uutiset/katso_kuinka_moni_ikaiesi_suomalainen_on_facebookissa/6522711

Hoitopaikan hakeminen. 27.1.2014. Hämeenlinnan kaupungin kotisivuilla tietoa hoitopaikan hakemisesta. Viitattu 18.2.2014.
<http://www.hameenlinna.fi/Palvelut/Perheidenpalvelut/paivahoito/Hakeminen/>

Hyppönen, J. 2012. Uuden sukupolven palveluohjaus. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveystieteiden kehittämissuunnitelman ja johtamisen koulutusohjelma. Viitattu 14.3.2014.
http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/48334/jonna_hypponen.pdf?sequence=2.

Häkkinen, H. 2000. Palveluohjaus vanhuspalvelujen koordinoinnissa. Pro gradu -tutkielma.

Hämeenkyrö – Tavastkyro. Viitattu 15.3.2014.
<http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/108.html>

Hämeenlinnan lasten ja nuorten palvelut. Facebook-sivut. Viitattu 31.3.2014.
<https://www.facebook.com/lastenjanuortenpalvelupiste/info>

Hänninen, K. 2007. Palveluohjaus. Asiakaslähtöistä täsmäpalvelua vauvasta vauriin. Stakesin raportteja 20/2007. Pdf – dokumentti. Viitattu 21.1.2014.

http://www.sosiaaliportti.fi/File/ccf535bf-3261-4646-a782-a0544989d97d/Hanninen_palveluohjaus.pdf

Juslén, J. 2013. Facebook mainonta. Akatemia 24/7.

Järvinen, P. & Järvinen, A. 2000. Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan Kirja.

Kananen, J. & Pyykkönen, R. 2012. Digimarkkinoinnin ja sosiaalisen median opas.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja –sarja.

Kananen, J. 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 118.

Kangas, P., Toivonen, S. & Bäck, A. 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja. Valtion Teknisen Tutkimuskeskuksen-tiedotteita 2369. PDF-dokumentti. Viitattu 12.2.2014.
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>

Kastelli. 2014. Palvelupiste Kastellin esittely Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla. Päivitetty 27.1.2014. Viitattu 14.2.2014.
<https://www.hameenlinna.fi/Asiointi/Palvelupisteet/Kastelli/>

Kohvakka, R. 2013. Julkaistu Tilastokeskuksen hyvinvointikatsauksessa 2/2013. Viitattu 20.1.2014. https://www.stat.fi/artikkelit/2013/art_2013-06-03_001.html?s=0.

Kuntien verkkoviestintäohje. 2010. Kuntaliiton verkkojulkaisu. PDF-tiedosto. Viitattu 14.2.2014.
<http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/viestinta/kuntien-viestinta/kuntaviestinnan-ohjeet/Documents/Verkkoviestintaopas.pdf>

Kvantitatiivisen analyysin perusteet. N.d. Virtuaali ammattikorkeakoulun sivuilla tietoa kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Viitattu 21.3.2014.
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289328583/1194289824724.html>

Laaksonen, R. 2014. Viestintäsihteeri. Hämeenlinnan Kaupunki. Haastattelu 6.2.2014.

Laaksonen, S-M., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Bookwell.

Lasten ja nuorten palveluohjaus. 2014. Esittely lasten ja nuorten palveluohjauksesta Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla. Sivuja muokattu 27.1.2014 Viitattu 14.2.2014.
<https://www.hameenlinna.fi/Asiointi/Palvelupisteet/Kastelli/Lasten-ja-nuorten-palvelut/>

Leppänen, M. YLE. 2014. Asiantuntijat : Nämä ovat sosiaalisen median trendit 2014. 17.1.2014. Viitattu 6.3.2014.

http://yle.fi/uutiset/asiantuntijat_nama_ovat_sosiaalisen_median_trendit_vuonna_2014/7028857

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. University Of Tampere.

Matikainen, J. 2011. Miksi ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa. Artikkelijulkaisu teoksessa Silmät auki sosiaaliseen mediaan. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2011. Aaltonen-Ogbeide, T., Saastamoinen, P., Rainio, H. & Vartiainen, T. (Toim.) http://www.ttlry.fi/sites/ttl.ttlry.mearra.com/files/file-uploads/Arkisto_2011/Silmat_auki/Silm%C3%A4t%20auki%20sosiaaliseen%20mediaan%202%20painos%20PDF.pdf.

Mayfield, A. 2008. What is Social Media? Sähköinen julkaisu. Viitattu 27.1.2014. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_i_Crossing_ebook.pdf

Melkas, P. 2013. Facebook hallitsee yhteisöpalvelujen käyttöä. Tilastokeskuksen Tieto&Trendit-blogi. Viitattu 25.2.2014. <http://tietotrenditblogi.stat.fi/facebook-hallitsee-yhteisöpalveluiden-kayttoa/>

Mittaaminen : Muuttujien ominaisuudet. 2007. KvantiMOTV Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 21.3.2014. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/ominaisuudet.html>

Mäensivu, K. N.d. Palveluohjauksen käsikirja. Artikkelikokoelma taustoista ja käytännöistä. Pdf-tiedosto. Viitattu 12.3.2014. http://www.innopark.fi/attachments/uudet_hankeaineistot/palveluohjauksen_kasikirja.pdf

Nuorten chat. 2014. Tietoa chat-palvelusta nuorille Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla. Päivitetty 7.2.2014. Viitattu 25.3.2014. <https://www.hameenlinna.fi/Palvelut/Nuoret/Apu/nuortechat/>

Nuorten Chat-palvelu ohjaa ja neuvoo. 2014. Tietoa chat-palvelusta Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla. Päivitetty 18.3.2014. Viitattu 25.3.2014. <https://www.hameenlinna.fi/Kaupunki-info/Viestinta/Tiedotteet/Nuorten-chat-palvelu-neuvoo-ja-ohjaa/>

Oksanen, J-P., Kilpeläinen, T. & Ylikangas, M. 2012. Sosiaalisen median uhat ja mahdollisuudet. Poliisiammattikorkeakoulun katsaus 2012. PDF-dokumentti. Viitattu 12.2.2014. [http://www.polamk.fi/poliisi/poliisioppilaitos/home.nsf/files/9727CB482DEFDE79C2257A000028B67F/\\$file/Raportteja102_web.pdf](http://www.polamk.fi/poliisi/poliisioppilaitos/home.nsf/files/9727CB482DEFDE79C2257A000028B67F/$file/Raportteja102_web.pdf)

Palvelujen kuntalais- ja asiakaslähtöisyys. N.d. Kunnat.net-internetsivuilla julkaistu selvitys Kunta 2017 -visioista. Viitattu 14.3.2014. <http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/projektit/uusikunta2017/uusikuntavisiio/kokonaiset/Sivut/default.aspx>

Palveluohjaus. 2014. Mannerheimin lastensuojeluliiton lasten ja nuorten kuntoutussäätiö. Viitattu 12.3.2014. <http://www.lastenkuntoutus.net/palvelut-perheille/palveluohjaus/>

Palvelupisteet 2014. Hämeenlinnan kaupungin sivuilla tietoa palvelupisteistä. 27.1.2014. Viitattu 18.2.2014. <http://www.hameenlinna.fi/Asiointi/Palvelupisteet/>

Palvelupisteet. 2014. Esittely palvelupisteistä Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla. Sivustoa muokattu 31.3.2014. Viitattu 18.2.2014. <http://hameenlinna.fi/Asiointi/Palvelupisteet/>

Palvelut ja tiedot käytössä. 2013. Valtiovarainministeriön julkaisu, Julkisen hallinnon ICT:n hyödyntämisen strategia 2012-2020. Viitattu 14.3.2014. http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/03_muut_asiakirjat/julkict-strategia-2012-2020.pdf

Partanen, H. 2009. Yhteisöllinen mieluummin kuin sosiaalinen media. Kotimaisien kielten keskus. Viitattu 26.1.2014. <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=3345>

Pesonen, P. 2013. Sosiaalisen median lait. Lakimiesliiton kustannus.

Pietiläinen, E & Seppälä, H. 2003. Palveluohjaus asiakastyössä ja organisaatiossa. 3.p. Kehitysvammaliitto.

Poliisit sosiaalisessa mediassa. 2014. Tietoa poliisista Poliisin internet-sivuilla. Viitattu 27.1.2014. <https://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/www/poliisit-somessa>

Pönkä, H. 2013. Ennakointia : sosiaalisen median trendit vuodelle 2014. Blogikirjoitus. Viitattu 6.3.2014. <http://harto.wordpress.com/2013/12/12/ennakointia-sosiaalisen-median-trendit-vuodelle-2014/>

Rantanen, T. 2013. Kunnan asiakaspalvelu. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.

Rasmus, M. 2013. Some - markkinoinnin trendit 2014. Kurio. PDF-dokumentti. Viitattu 6.3.2014. <http://kurio.fi/kurio/wp-content/uploads/2013/12/Kurio-some-markkinoinnin-trendit-2014-low-res.pdf>

Seivo, P. Vastaamo.fi. N.d. Viitattu 2.4.2014. <http://hameenlinna.fi/vastaamo/>
<http://www.lapsenaani.fi/VERKKOPALVELUT/VASTAAMO2/Vastaamo%20uutiskirje%2025%202013.pdf>

Seppälä, P. 2011. Kiinnostu & Kiinnosta: Näin markkinoit järjestöäsi sosiaalisessa mediassa. Helsinki: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF.

Solis, B. & Thomas, J. 2013. The 2013 Social Media Landscape. Päivitetty 8.7.2013. Viitattu 25.3.2014. <http://www.briansolis.com/2013/07/the-2013-social-media-landscape-infographic/>

Sosiaali- ja terveydenhuollon palvelurakennemuutos. 2014. Kunnat.net-sivuilla tietoa kuntauudistuksesta. Viitattu 12.3.2014.

<http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/kuntaudistus/Sivut/sote-palvelurakennemuutos.aspx>

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2005. Sosiaali- ja terveydenhuollon lakisääteiset palvelut. Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2005:7. PDF-dokumentti. Viitattu 3.3.2014.

http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=28707&name=DLFE-3673.pdf&title=Sosiaali_ ja_ terveydenhuollon_ lakisaateiset_ palvelut_ fi.pdf

STT. 2013. Poliisi ottaa käyttöön tietoturvallisen chattisovelluksen. Hämeen Sanomat. 31.12.2013

STT. 2014. Ylijohtaja: Jyväskylänkin vero toimisto saatetaan sulkea. Keski-Suomalainen 4.3.2014. Viitattu 5.3.2014.

<http://www.ksml.fi/uutiset/kotimaa/ylivohtaja-jyvaskylankin-verotoimisto-saatetaan-sulkea/1778570>

Suominen, J. 2013. Johdanto – sosiaalisen median aika. Artikkelin osa Sosiaalisen median lyhyt historia –kirjaa. Gaudeamus.

Sähköisen asioinnin ja demokratian vauhdittamisohjelma. N.d. Valtiovarainministeriö. Viitattu 14.3.2014.

http://www.vm.fi/vm/fi/05_hankkeet/023_sade/index.jsp

Säntti, R. & Säntti, P. 2011. Tiedosta, määrittele ja hyödynnä. Artikkelin julkaistu teoksessa Silmät auki sosiaaliseen mediaan. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2011. Aaltonen-Ogbeide, T., Saastamoinen, P., Rainio, H. & Vartiainen, T. (Toim.) http://www.ttlry.fi/sites/ttl.ttlry.mearra.com/files/file-uploads/Arkisto_2011/Silmat_auki/Silm%C3%A4t%20auki%20sosiaaliseen%20mediaan%20%20painos%20PDF.pdf.

Tutkimus kuntien sosiaalisen median käytöstä. N.d. Tiedote tutkimuksen tuloksista Kuntarekry.fi-sivuilla. Viitattu 14.2.2014.

<http://www.kuntarekry.fi/TietoaKuntarekrysta/Ajankohtaista/Arkisto/Sivut/Kuntien-sosiaalisen-median-kayttö.aspx>

Valtiovarainministeriö. 2012. Asiakaspalvelu 2014 –hankkeen esittely. Viitattu 9.5.2014.

https://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/03_muut_asiakirjat/Asiakaspalvelu2014_esittelymateriali%282%29.pdf

Vastaamo 2014. Hämeenlinnan kaupungin www-sivuilla tietoa Vastaamo-palvelusta. Päivitetty 27.1.2014. Viitattu 25.3.2014.

<http://www.hameenlinna.fi/Palvelut/Perheiden-palvelut/Tukipalveluja-perheille/Vastaamo/>

Vastaamo.fi. Facebook-sivut. Päivitys tehty 5.9.2012 Viitattu 2.4.2014.

<https://www.facebook.com/vastaamo>

- Vastamäki, J. 2010. Kyselylomaketutkimus: tutkimusasetelman ja mittareiden valinta. Artikkelijulkaisu Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 –teoksessa. 6. p., uud. p. PS-kustannus.
- Whiting, A. & Williams, A. 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*. Volume: 16, Number: 4
- Vilkkä, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Kustannusosakeyhtiö Tammi: Helsinki
- Virtuaali ammattikorkeakoulu. 2007. Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen. Viitattu 25.3.2014.
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>
- Voutilainen, T. 2006. Hyvä sähköinen hallinto. Edita Publishing.
- Vuoden Poliisi on nettipoliisi Fobba. 2011. Poliisi www-sivuilla julkaistu tiedote. Viitattu 27.1.2014.
<http://poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/BF776BACD3AFD527C2257934001C0709?opendocument>
- Vuoden turvallisuusteko – palkinto Pohjois-Karjalan poliisilaitokselle. 2013. Aluehallintoviraston tiedote. Viitattu 27.1.2014. <http://www.avi.fi/web/avi/-/vuoden-turvallisuusteko-palkinto-pohjois-karjalan-poliisilaitokselle-ita-suomi-#.UuZ4BSiQmt8>
- Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. WS Bookwell.
- Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2013. Tilastokeskus. Verkkojulkaisu. Viitattu 14.2.2014 http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_fi.pdf

Liitteet

Liite 1. Havainnointirunko

Havainnointipohja Oulun, Helsingin, Rauman, Alavuden, Hämeenkyrön varhaiskasvatuksen sekä Hämeenlinnan kaupungin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisällön tutkimiseksi.

Mikä oli Facebook-sivujen tykkääjien määrä 1.4.2014?

Mikä oli Facebook-sivujen suosituin ikäryhmä 1.4.2014?

Koska Facebookin oli liitytty?

Mihin tarkoitukseen Facebook-sivut oli luotu?

Mitä sisältö sivuilla on?

Kuinka monta kuvaa löytyy kansioista?

Kuinka usein Facebook-sivuja on päivitetty helmikuun 2014 aikana?

Mikä oli päivitysten sisällön merkitys?

Liite 2. Havainnointitaulukko

	Varhaiskasvatus Oulussa	Helsingin varhaiskasvatusvirasto	Rauman varhaiskasvatus	Alavuden kaupunki varhaiskasvatus	Hämeenkyrön varhaiskasvatuksen perhetyöntekijä	Lasten ja nuorten palvelut Hämeenlinna
Facebook-sivujen tykkääjien määrä 1.4.2014	703	693	155	137	106	117
Sivujen suosituin ikäryhmä 1.4.2014	35-44	35-44	35-44	25-34	35-44	25-34
Liittynyt Fb:iin	19.11.2013	28.10.2013	13.4.2011	2012	16.10.2013	10.12.2012
Mihin tarkoitukseen Fb-sivut ovat tehty?	Tiedottaminen päivähoitoon liittyvissä asioissa, tapahtumista lapsiperheille, päiväkotien arjesta	Rekrytointi, tapahtumista ja päiväkotien arjesta tiedottaminen, kanava vaikuttamiseen erilaisten kyselyiden kautta	Tiedottaminen päiväkotien arjesta ja lapsiperheille suunnatuista tapahtumista	Tiedottaminen päiväkotien arjesta ja lapsiperheille suunnatuista tapahtumista ja päivähoitoon ja kouluun hakemisesta	Tiedottaminen päivähoitoon liittyvissä asioissa, tapahtumista lapsiperheille, päiväkotien arjesta, tietoa työntekijän työarjesta	Tiedottaminen tapahtumista lapsiperheille ja nuorille sekä tietoa päivähoitoon hakemisesta ja maksuista
Mitä sisältöä sivuilla on?	Kuvia, tekstiä, tiedotteita, linkkejä kyselyihin ja ajankohtaisiin aiheisiin	Kuvia, tekstiä, tiedotteita, linkkejä kyselyihin ja ajankohtaisiin aiheisiin	Kuvia, tekstiä, tiedotteita, linkkejä ajankohtaisiin aiheisiin	Tekstiä, kuvia, linkkejä kyselyihin ja kaupungin lapsiperheille tarjoamiin palveluihin	Kuvia, tekstiä, tiedotteita, linkkejä kyselyihin ja ajankohtaisiin aiheisiin, ladattavia oppaita	Tekstiä, kuvia
Löytyykö sivuilta sovelluksia?	ei	ei	ei	ei	ei	ei
Kuinka usein Facebook-sivu on päivitetty helmikuun 2014 aikana?	7	12	0	1	5	7
Kuinka monta kuvaa löytyy kansioista?	19	31	10	32	3	6
Päivitysten sisällön merkitys?	tiedottava	tiedottava, herättelevä	tiedottava	tiedottava, herättelevä	tiedottava	tiedottava

Liite 3. Tiedote kyselystä

**ALLE KOULUIKÄISEN LAPSEN VANHEMPI! VASTAA JA VAIKUTA KASTEELIN PALVELUIHIN JA AUTA TEKEMÄÄN PALVELUISTA ARKEASI HELPOTTAVIA! KYSELYN QR-KOODIN TAKAA TAI OSOITTEESTA:
<http://goo.gl/rD1gyl>**



Liite 4. Kyselylomake



Kysely Kastellin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuista

Hei!

Kyselytutkimus on kohdistettu Hämeenlinnalaisille alle kouluikäisten lasten vanhemmille. Tarkoituksena on selvittää, mihin suuntaan lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivujen sisältöä pitäisi kehittää. Kyselyyn vastaamalla pääset antamaan mielipiteesi ja autat kaupunkia kehittämään palveluitaan asiakaslähtöisemmin.

Kysely vie aikaasi noin viisi minuuttia. Vastanneiden kesken arvotaan Iittalan Kastehelmi-sarjan kaksi kynttilälyhtyä.

1. Olen iältäni *

- alle 20 vuotta
- 21-25-vuotta
- 26-29-vuotta
- 30-34-vuotta
- yli 35-vuotta

2. Olen: *

- nainen
- mies

3. Kuinka monta alle kouluikäistä lasta on perheessänne? *

- 1. lapsi
- 2. lasta
- 3. lasta
- enemmän kuin kolme lasta

4. Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa?

- useita kertoja päivässä
- päivittäin tai lähes päivittäin
- viikoittain
- harvemmin
- en käytä sosiaalista mediaa

5. Nimeä sosiaalisen median palveluita, joita käytät

6. Käytätkö yllä mainitsemiesi somepalveluiden lisäksi myös näitä?

- Facebook
- YouTube
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Flickr
- Google +
- Wikipedia
- SecondLife
- Googlen karttapalvelut
- Suomi24
- Blogit

7. Mihin tarkoitukseen käytät pääasiallisesti somea? Voit valita useamman.

- yhteydenpitoon
 - viihdekäyttöön
 - tiedonhakuun
 - verkostoitumiseen
 - työnhakuun
 - muuhun, mihin?
-

8. Minkälainen on roolisi Facebookissa?

- aktiivinen kommentoija
 - satunnainen kommentoija
 - seurailija
 - jokin muu, mikä?
-

9. Oletko kuullut Hämeenlinnan palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluiden Facebook-sivuista?

kyllä

jos kyllä, mistä?

ei

10. Kokisin, että lasten ja nuorten palveluiden Fb-sivut olisivat tarpeelliset itselleni?

1. Täysin samaa mieltä

2. Jokseenkin samaa mieltä

3. Ei samaa eikä eri mieltä

4. Jokseenkin eri mieltä

5. Täysin eri mieltä

11. Mitä mieltä olet alla olevista väittämistä koskien lasten ja nuorten Facebook-sivuja?

	1. Täysin samaa mieltä	2. Jokseenkin samaa mieltä	3. Ei samaa eikä eri mieltä	4. Jokseenkin eri mieltä	5. Täysin eri mieltä
1. Lapsieni päivähoitoon liittyvissä kysymyksissä Fb-sivut olisivat hyvät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Fb-sivut olisivat hyvä kanava antaa palautetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Chat-palvelu olisi hyödyllinen Fb-sivuille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Haluaisin, että sivuilla olisi videoita lasten ja nuorten palveluiden toiminnasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Lasten ja nuorten Fb-sivut olisi hyvä kanava antaa palautetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Fb-sivut olisi hyvä kanava vaikuttaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Haluaisin saada vertaistukea Fb-sivujen kautta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Haluaisin, että Fb-sivuilla olisi tietoa päiväkotien arjesta
9. Fb-sivuilla olisi esillä kaupungin tarjoamia palveluja lapsiperheille
10. Haluaisin varata aikaa palveluohjaukseen Fb-sivuilta
11. Fb-sivuilla olisi linkkejä tärkeisiin päivähoitoon liittyviin lomakkeisiin

12. Haluaisin, että Kastellin lasten ja nuorten palvelut tiedottaisivat minua seuraavien kanavien kautta. Voit valita useamman.

- lasten ja nuorten Facebook-sivujen kautta
- sähköpostitse
- tekstiviestitse
- paikallislehtien kautta
- yleisötapahtumissa
- Hämeenlinnan kaupungin kotisivujen kautta
- paikan päällä Kastellissa
- Muuten, miten?

13. Avoimet kommenttisi:

Olen Jyväskylän ammattikorkeakoulun palveluiden tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelman opiskelija. Teen opinnäytetyöni Hämeenlinnan kaupungin palvelupiste Kastellin lasten ja nuorten palveluille.

Lämpimät kiitokseni ajastanne jo etukäteen!