



SAVONIA
AMMATTIKORKEAKOULU

Tekniikka

Palopäällystön koulutusohjelma

SOSIAALISEN MEDIAN HYÖDYNTÄMINEN PELASTUSTOIMESSA
Case:Asema

Niclas Wickström

16.4.2018 Raija Hämäläinen

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU - TEKNIikka, KUOPIO		
Koulutusohjelma Palopäällystön koulutusohjelma		
Tekijä Niclas Wickström		
Työn nimi Sosiaalisen median hyödyntäminen pelastustoimessa		
Työn laji Opinnäytetyö	Päiväys 16.4.2018	Sivumäärä 54 + 33
Työn valvoja yliopettaja Raija Honkanen	Yrityksen yhdyshenkilö Marko Partanen	
Yritys Asema		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyö keskittyi pelastustoimen sosiaalisen median hyödyntämiseen. Tarkastelun kohteeksi valikoitui työn tilaaja, sosiaalisen median kanava Asema, joka julkaisee pelastus- ja ensihoitoalaan liittyvää materiaalia.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda kehitysehdotuksia Asemalle. Myös pelastuslaitosten yleinen sosiaalisen median hyödyntäminen nostettiin esille kymmenessä henkilöhaastattelussa. Aseman kehittämiseksi laadittiin lisäksi sähköinen kyselylomake, johon määräaikaan mennessä vastasi yhteensä 330 henkilöä.</p> <p>Teoriaosuudessa käsiteltiin sosiaalisen median yleistä kehitystä ja näkyvyyttä yhteiskunnassamme. Tietopohjaa työlle kerättiin sosiaalisen median liittyvän kirjallisuuden ja tutkimusten kautta. Suomalaisten sosiaalisen median käyttäminen oli myös esillä, sillä opinnäytetyön tilaaja on suomalainen pelastusalan julkaisu.</p> <p>Yhteenvedossa pystyttiin havainnoimaan selkeitä parannusehdotuksia Aseman tulevaisuutta ajatellen. Lisäksi hyvin laaditut henkilöhaastattelut toivat mukanaan uusia ajatuksia ja pohdintaa pelastuslaitosten sosiaalisen median hyödyntämiseen. Opinnäytetyön haastattelu- ja kyselymateriaalia on mahdollista käyttää uudelleen Aseman tutkimisessa.</p>		
Avainsanat sosiaalinen media, yhteydenpito, pelastustoimi		
Luottamuksellisuus julkinen		

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES		
Degree Programme Fire Officer (engineer)		
Author Niclas Wickström		
Title of Project Utilisation of social media in emergency services		
Type of Project Final Project	Date 16.4.2018	Pages 54 + 33
Academic Supervisor Mrs Raija Honkanen, Head instructor	Company Supervisor Mr Marko Partanen	
Company Asema		
Abstract <p>The thesis is focused on emergency services and social media. A more closely look up was on the social media channel Asema which was also the orderer of the thesis. Asema is publishing material including both emergency services and emergency medical services.</p> <p>The target of the thesis was to create improvement suggestions for Asema. The common use of social media in the rescue departments was also discussed in the ten interviews. Beside the interviews was a questionnaire made. The questionnaire was answered by 330 persons.</p> <p>In the theory part the social media advancement and coverage was in a closer inspection. The theory for the thesis was collected from literature and researches about social media. The use of social media by Finnish people was also on view because the orderer of the thesis is a Finnish emergency services publisher.</p> <p>The summary is clearly showing how to improve Asema. The well-made interviews brought also fresh thoughts and deliberation about the use of social media in the rescue departments. The interviews and the questionnaire can be reused to study Asema in the future.</p>		
Keywords social media, communication, emergency service		
Confidentiality public		

	4
SISÄLTÖ	
1 JOHDANTO	6
2 SOSIAALINEN MEDIA	9
2.1 Historia	9
2.2 Nykytila	10
2.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen	11
2.4 Vastuut ja velvollisuudet	12
2.5 Älylaitteet	14
2.6 Sosiaalinen media ja Suomi	16
3 SOSIAALINEN MEDIA JA PELASTUSALA	21
3.1 Asema	21
3.2 Pelastuslaitokset	23
4 TUTKIMUS	27
4.1 Tutkimuksen esittely	27
4.2 Henkilöhaastattelujen yhteenveto	29
4.3 Aseman sähköinen kyselylomake	37
5 NICLAS214	46
6 SUOSITUKSET ASEMAN KEHITTÄMISEEN	48

	5
7 POHDINTA	50
LÄHTEET	52
LIITTEET	54

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media ja verkostoituminen kuuluvat varsin selkeästi nyky-yhteiskunnan jatkuvaan globaaliin muutokseen. Modernin teknologian ja monipuolisten viestintävälineiden kehittyminen mahdollistavat tiedon nopean siirron datavastaanottimien välillä. Pysytymme yhä nopeammin ja entistä tehokkaammin hyödyntämään viestintävälineitä kaikilla yhteiskunnan osa-alueilla ja yhteiskunnan tasoilla. Sosiaalinen media on näkyvillä erittäin vahvasti ja turvallisesti hyvinvointivaltioiden arjessa. Sosiaalipsykologisesta näkökulmasta voimmekin kysyä itseltämme, olemmeko kenties ”someriippuvaisia” vai tahdommeko olla jatkuvasti ajan hermolla ja tietää, mitä ympärillämme tapahtuu.

Pelastusalan näkökulmasta sosiaalisen median hyödyntäminen olisi tarpeellista varsinkin nuorten ja nuorten aikuisten tavoittamisessa. Näin ollen sosiaalisen mediaan keskittyvän opinnäytetyön tekeminen tulee tarpeeseen.

Tavatessani Marko Partasen ensimmäisen kerran Klaukkalan paloasemalla työvuorossa elokuussa 2017 havaitsimme tarpeen ruotia ja tutkia sosiaalisen median tärkeyttä pelastusalan ammattilaisten näkökulmasta. Lyhyen jutustelun jälkeen päätimme ottaa tutkimuskohteeksi Aseman ja sen lukijakunnan sosiaalisessa mediassa.

Opinnäytetyössä tarkastellaan sosiaalisen median kehitystä alkutaipaleelta nykypäivään sekä siitä, miten se vaikuttaa Asemaan ja pelastuslaitoksiin. Asema on elokuussa 2016 perustettu pelastus- ja ensihoitoalan julkaisu, jonka tarkoituksena on tuottaa laadukasta ja monipuolista sisältöä pelastus- ja ensihoitoalasta kiinnostuville henkilöille. Varsinainen tiedonkeruu tapahtuu sähköisellä kyselylomakkeella Aseman lukijoille sekä haastatteleamalla henkilökohtaisesti kymmentä Asemaa Facebookissa seuraavaa henkilöä. Opinnäytetyön tekijänä koeponnistan sosiaalista mediaa luomalla blogin Aseman sivuille sekä myös Instagram-tilin. Molemmat kantavat nimeä ”Niclas214”, etunimi sekä Keski-Uudenmaan pelastuslaitoksella palomiesvakanssinumeroa.

Tavoitteena on tuoda esille lukijakunnan näkökulmia pelastusalan sosiaalisen median sivustojen kehittämiseksi ja samalla luoda suunnannäyttäjää ”pioneerityötä” keskittymällä

nykypäivän viestintään. Tavoitteena on myös luoda työkalu Asema-sivuston jatkojalostamista varten. Päämääränä on luoda ammattimainen sivusto, joka palvelisi kaikkia pelastusalalla ja ensihoitoalalla työskenteleviä ja opiskelevia henkilöitä sekä näistä ammatikunnista kiinnostuneita.

Opinnäytetyössä perehdyn pelastustoimen tuoreimpaan sosiaalisen median tulokkaaseen, Asemaan. Kyseinen sivusto on ollut julkisesti avoin ja kaikkien luettavissa myös sosiaalisessa mediassa Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä noin reilun vuoden verran. Sivusto on nauttinut melkoista suosiota heti perustamisensa jälkeen, mainittakoon vuodessa rikkoutunut 100 000 sivunlatauskerran rajapyykin saavuttaminen.

Asema valikoitui hyväksi kohteeksi, sillä kyseessä on uusi pelastusalan sivusto, joka toimii käytännössä jokaisessa suosituimmassa sosiaalisessa mediassa. Toisin sanoen Asemaa pystyy lukemaan Aseman omilla verkkosivuilla www.asema.eu sekä seuraamaan Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä. Myös Aseman ylläpitäjien asenne on erittäin positiivinen sosiaalisen median ja verkostoitumisen ympärillä.

Opinnäytetyöprosessia vauhditti myös Pelastusopiston kiinnostus. Useassa työryhmässä on pohdittu, miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää tulevaisuudessa paremmin. Aiemmat opinnäytetyöt ovat keskittyneet sosiaalisen median osalta vaaratiedottamiseen tai johonkin muuhun jo olemassa olevan entisajan tiedottamisen modernisointiin. Opinnäytetyöni keskittyisi nyt verkostoitumiseen alan sisällä sekä ulkopuolisten sosiaalisen median käyttäjien tavoittamiseen mahdollisimman tehokkaasti.

Myös työnantajani Keski-Uudenmaan pelastuslaitos suhtautui äärimmäisen positiivisesti aihealueeseen. Viestintäpäällikkö Terhi Karhuniemen kanssa käydyssä puhelinkeskustelussa 2.2.2018 sain lisää motivaatiota koettaa saada mahdollisimman tarkasti selville, mitä ihmiset alan sisällä tahtovat sosiaaliselta medialta ja miten pelastustoimen tulisi näkyä tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön yhtenä visiona alkuvaiheissa oli siis luoda mahdollisimman hyödyllinen selvitys nykytilanteesta pelastustoimen ja sosiaalisen median ympärillä. Tämä opinnäytetyö tehdään siis ihmisille.

Opinnäytetyön Case:Asema ympärille muodostui myös kokeilemisen tunne. Siispä heittädyin mukaan Aseman hyväksynnällä ja aloin kirjoittaa blogia Aseman verkkosivuilla. Tämän lisäksi päädyin pitämään Instagram tiliä. Molemmat kantavat nimeä ”Niclas214”, joka muodostuu etunimestäni ja vakanssinumerostani työpaikallani. Koin tarpeen verkostoitua nuorten ja nuorten aikuisten joukossa aktiivisemmin. Kuten Tilastokeskuksen tutkimus, väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus 2017, osoittaa, koostuu suurin osa sosiaalisen median käyttäjistä ikäryhmästä 16 – 24 vuotta (taulukko 1). Näin ollen tämä käyttäjäkunta on se, joka hyödyntää tehokkaimmin sosiaalista mediaa elämässään. Keskusteltuani Aseman Marko Partasen sekä opinnäytetyön ohjaajani yliopettaja Raija Honkasen kanssa ryhdyin koekaniiniksi. Tarkoitukseni on seurata, kuinka paljon näkyvyyttä Aseman julkaisema blogini sekä Instagram-tilini saa. Materiaali, jolla koetan lähestyä kohderyhmääni, on videot ja kuvat työpaikaltani sekä vapaapäiviltäni. Tahdon siis luoda aivan uudenlaisen suhteen viranomaistoimijan ja kansalaisen välille. Koetan saada aikaiseksi henkilökohtaisen suhteen lukijoideni ja seuraajieni välille aivan uudella tavalla tuomalla itseni henkilökohtaisesti näkyviin.

Taulukko 1. Yhteisöpalvelujen käyttö 2017, %-osuus väestöstä (Tilastokeskus 2017)

	Rekisteröitynyt ainakin yhden yhteisöpalvelun käyttäjäksi	Rekisteröitynyt useamman yhteisöpalvelun käyttäjäksi	Seurannut jotain yhteisöpalvelua 3 kk aikana
16-24v	95	68	96
25-34v	91	55	92
35-44v	80	50	81
45-54v	64	25	64
55-64v	43	15	44
65-74v	25	5	26
75-89v	11	2	12

2 SOSIAALINEN MEDIA

2.1 Historia

Sosiaalisen median läpimurto voidaan katsoa alkaneeksi vuonna 1993, kun Tim Berners-Lee julkaisi ensimmäisen helppokäyttöisen graafisen www-selaimen (CERN 2013). Tämä mullistava innovaatio nosti internetin suuren yleisön ja liike-elämän tietoisuuteen. Tämän pohjalta myös kaupallinen ala ja muut toimijat alkoivat kehittämään internetteknikkaa ja monipuolistamaan www-palveluita. Ensimmäiset sosiaalisen median peruspiirteet kehitettiin jo 1990-luvun puolivälissä. Alussa sosiaalisen median kehitystä hidastivat heikot verkkoyhteydet ja tiedonjakamisnopeudet. 2000-luvun alussa kehitetty laajakaistateknologiaan perustuva internetyhteys ja internettallennustila alkoivat vasta toden teolla vauhdittaa sosiaalisen median kehitystä. (Hintikka 2007.)

Ilmiönä sosiaalinen media on saavuttanut varsinkin Suomessa erittäin vakaan aseman suomalaisten arjessa. Ikäjakaumakin on tasoittumassa laajemmalle alueelle sosiaalisen median vaikutusvallan takia esimerkiksi työelämässä. Näin ollen sosiaalinen media on saamassa yhä edelleen uusia ulottuvuuksia käyttäjien tarkoituksen suhteen. Alun perin sosiaalinen media oli uusi tapa verkostoitua ihmisten välillä. Uusimpien teknologisten innovaatioiden johdattamana se alkoi syrjäyttää muita aiemmin aktiivisessa käytössä olleita viestintävälineitä kuten esimerkiksi tietyiltä osin matkapuhelimien tekstiviestitointoja. Voidaan siis tehdä johtopäätös siitä, että ihmisten tapa kommunikoida ja viestittää keskenään on muuttunut melkoisesti. Suurimpana helpotuksena on huomioitava aikaan, tilaan, tiedonsaantiin ja osallistumiseen liittyvät rajoitteet. Yhdellä palvelun käyttäjällä on siis lukemattomia erilaisia mahdollisuuksia osallistua keskusteluihin ja tiedonjakoon. Ainoana vaatimuksena on, että käyttäjällä tulee olla laite, joka tukee tiedonsiirtoa ja kyseistä palvelua. (Hintikka 2007.)

2.2 Nykytila

Tunnuspiirteet

Tämä monivivahteisuus sosiaalisen median ympärillä luo vaikeasti ymmärrettävän kokonaisuuden. Toisin sanoen sosiaalista mediaa ei olla pystytty tarkasti ja seikkaperäisesti määrittelemään, vaikkakin sitä on tutkittu monesta eri suunnasta ja eri tieteenalan näkökulmista. Yhteisiksi tunnuspiirteiksi sosiaaliselle medialle voidaan määrittää tärkeimpänä yhteisöllisyys ja mahdollisuudet kommunikoida muiden palvelun käyttäjien kanssa sekä jakaa tietoa monimuotoisesti helppokäyttöisten internet-perustaisten työkalujen avulla sekä hyödyntämällä uuden sukupolven web 2.0 -teknologioita. (O'Reilly 2005.) Yksinkertaistettuna kyseessä on kahden tai useamman henkilön välinen kommunikointi, joka hyödyntää dataliikennettä ja www-teknologiaa jollakin tapaa.

Esimerkkejä sosiaalisista medioista

Sosiaalista mediaa voidaan nykyisin virheellisesti sekoittaa ainoastaan ryhmä- ja keskustelukanaviin (esim. WhatsApp, Facebook ja Facebook Messenger). Sosiaalinen media kattaa kuitenkin alleen laajemman sisällön, esimerkiksi seuraavaa (Pönkä 2017, 113 - 199.):

- pilvitalennuspalvelut ja dokumenttien teon verkossa (esim. Google Drive, Microsoft OneDrive)
- kurssi- ja luokkahuonepalveluita (esim. Eliademy, Edmodo)
- aloitussivuja ja ilmoitustauluja (esim. Padlet, Thinglink)
- projektinhallinta, organisointi ja tehtävälisterohjelmaa (esim. Trello, Doodle)
- blogeja (esim. Blogger, Tumblr)
- wikejä (esim. Wikipedia, Google Sites)
- verkostoitumiseen suunnattuja palveluita (esim. Twitter, LinkedIn)
- sosiaalisia kirjanmerkkejä ja kokoelmia (esim. Pinterest, Pearltrees)
- käsite- ja miellekarttoja sekä piirrosohjelmia (esim. Mindomo, Mindmeister)

- kuvanjakopalveluita (esim. Instagram, Flickr)
- esityksiä ja digitaalisia tarinoita (esim. SlideShare, Sway)
- videopalveluita (esim. YouTube, Vimeo)
- videokeskustelu, etäopetus ja webinaaripalveluja (esim. Skype, Google Hangouts)
- kielten opetussivustoja (esim. Quizlet, Duolingo)
- matematiikan ja koodauksen opiskeluun suunnattuja palveluja (esim. GeoGebra, Scratch).

2.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen

Palveluiden tuottajat osaavat hyödyntää perinteisen median viestintämuotoja niin tehokkaasti ja uudella tavalla, joka saa käyttäjän tuntemaan palvelut hyödyllisiksi ja käytännöllisiksi. Monen sosiaalisen median palvelun kohdalla on osattu liittää yhteen monta erilaista verkostoitumismahdollisuutta ja yhteisöllisyyttä. Esimerkkeinä ovat sivustot, joiden avulla käyttäjä pystyy osallistumaan muiden organisaatioiden keskusteluun, jakamaan itse kuvia, lähettämään yksityisviestejä muille käyttäjille tai vaikkapa katselemaan videoita. Suurimmat sosiaalisen median palvelut hyödyntävät juurikin mahdollisimman monia erilaisia tietotekniikan ja internetin luomia mahdollisuuksia. Perinteisen tietokoneen rinnalle höystettynä sovellukset kannettaviin älylaitteisiin ja älypuhelimisiin houkuttelevat myös käyttäjiä laajemmalla tasolla. Vahvuutena suurimmilla palveluntuottajilla on palvelun helppokäyttöisyys eri laitteilla ongelmitta. Tällä on myös psykologinen vaikutus siltä osin käyttäjään, että hän haluaa käyttää palveluita enemmän. (Heinonen 2011, 356-364.)

Jakaminen

Vapaus tiedostojen ja kirjoitusten jakamiseen on yksi avainasia sosiaalisessa mediassa. Tiedon jakaminen onnistuukin vaivatta ja nopeasti eri palveluiden pohjalta. Suositua on,

että omia kirjoituksia jaetaan vertaisten tai samaa työtä tekevien kanssa, jotta itse voisi saada kommentteja liittyen omaan kirjoitelmaan. Käyttäjän halu parantaa esimerkiksi omaa kirjoitustaan ajaa hänet hyödyntämään sosiaalisen median palveluita. (Rongas 2011.)

2.4 Vastuut ja velvollisuudet

Sosiaalisen median palveluiden hyödyntäminen ei ole yksiselitteistä vaan se sisältää myös vastuita ja velvollisuuksia. Näistä vastuista palveluiden ja sivustojen ylläpitäjillä sekä käyttäjillä on tekijänoikeuksien omaksuminen ja sisäistäminen. Näin ollen joissakin palveluissa on selkeitä ohjeistuksia tekijänoikeuksien ja henkilötietolain suhteen.

Tekijänoikeus

Useimmissa teollisuusmaissa tekijänoikeus on voimassa vähintään 70 vuotta teoksen tekijän kuolinvuoden päättymisestä. Tekijänoikeus ei kuitenkaan koske teoksia, joiden suoja-aika on mennyt umpeen. Tällöin ne muuttuvat ”public domain” -teoksiksi, eli ne ovat vapaasti käytettävissä. (Boyle 2008, 38.) Mikäli palvelun käyttäjä rikkoo rangaistavasti tekijänoikeuksia Suomessa, voidaan rikoksen tekijä tuomita maksamaan sakkoja tai jopa kahden vuoden vankeuteen. Yleensä tuomion lisäksi henkilö saattaa joutua maksamaan korvauksia tekijälle, joka on luonut materiaalin tai jonka aineisto on kopioitu ja levitetty luvattomasti. (Tekijänoikeuslaki 1961/404 43 §, 56 §.)

Henkilötietolaki

Henkilötietolain rikkomuksesta voidaan rangaista, sillä se rinnastetaan yleensä kunnianloukkaukseksi. Henkilötietolain rikkomukset ovat yleensä vaikeasti tulkittavissa, sillä tapauksia on monia, ja se, mikä koetaan vakavaksi rikkomukseksi, vaihtelee yksilöiden välillä. Kuitenkin on syytä pitää mielessä henkilötietoihin liittyviä perusasioita, joiden levittäminen saatetaan kokea henkilötietolain rikkomisena. Esimerkkejä näistä ovat etnisen taustan, uskontoon, yhdistysjäsenyyteen tai seksuaaliseen suuntautumiseen liittyvät tiedot. Vastaanottavan yleisön määrällä ei ole suoranaista merkitystä, onko teko rangaistava tai ei. Iltalehti haastatteli 19.1.2009 informaatio-oikeuden professoria Jukka Kempistä aiheesta, ja hän muistutti, ettei yleisön pieni lukumäärä tee tekoa lailliseksi. (Henkilötietolaki 1999/523; Thorslund 2007, 102-105.)

Tietoturva

Henkilötietolain lisäksi sosiaalisen median käyttöä Suomessa säätelee sähköisen viestinnän tietosuojalaki. Vuonna 2004 Suomessa voimaan astuneen lain tarkoituksena on sähköisen viestinnän yksityisyyden ja luottamuksellisuuden turvaaminen. Tarkoituksena on edistää ja kehittää sosiaalisen median palveluja tulevaisuudessa oikeaan suuntaan ja säilyttää yksityisyys käyttäjien toiminnoissa. Laki selkeyttää käyttäjille ja ylläpitäjille tietoturvan toteuttamismahdollisuuksia ja säättää esimerkiksi paikkatietojen ja evästeiden käyttämiseen liittyvää käsittelyä.

Viestit, paikkatiedot ja tiedot joista tietty henkilö voidaan tunnistaa, ovat lain mukaan luottamuksellista tietoa. Palveluista kertyvien evästeiden yhteydessä huomioidaan luottamuksellisuus myös siltä osin, että edelleen jaettavat tiedot käyttäjistä eivät päädy eteenpäin. Tämä säädös ei luonnollisesti koske yleisessä käytössä olevia evästeitä, jotka ovat kaikkien vastaanotettavissa. (Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 2004/516 4 §, 7 §.)

Laki säättää myös vaitiolovelvollisuutta siltä osin, että väärälle vastaanottajalle lähetettyjä viestejä ja paikkatietoja ei saa lähettää edelleen tai käyttää hyväkseen oman edun paran-

tamiseksi. Lakia ei sovelleta viranomaistoimintaan viranomaisverkossa tai eri tahojen turvallisuuteen liittyvissä viestintäverkoissa. (Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 2004/516 3 §, 5 §.)

2.5 Älylaitteet

Tulevaisuuden ihminen viettää yhä enemmän ja enemmän aikaa digitaalisessa ympäristössä. Sosiaalinen media ja muuttuvat kommunikaatiomahdollisuudet vaikuttavat ihmisten arkeen uudella tavalla. Uudet ja kehittyneet sovellukset korvaavat vanhoja verkkopalveluita varsinkin älylaitteiden saralla. Suurin osa verkkopalvelujen tarjoajista on ottanut käyttöön perinteisen verkkopalvelun rinnalle uuden oman palvelusovelluksen. Flurry Analytics 2015 -tutkimuksen mukaan 90 % matkapuhelimen datakäytöstä kuluukin sovellusten parissa, kun taas ainoastaan 10 % ajasta vietetään tavanomaisissa verkkoselaimissa. Esimerkiksi vuonna 2017 arvioitiin, että erilaisia mobiililaitteille suunnattuja sovelluksia ladataan ja asennetaan maailmanlaajuisesti lähes 270 miljardia kertaa. Matkapuhelimiin suunnattujen sovellusten tuottama liikevaihto on seitsenkertaistunut viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tämä on osoitus ihmisten ja ihmiskuntaan kohdistuvasta muutoksesta teknologian ympärillä. On arvioitu, että matkapuhelinsovellusten ympärillä tapahtuva liikevaihto kasvaa vuoteen 2020 mennessä aina 190 miljardiin dollariin maailmanlaajuisesti. (Lehti & Rossi 2017, 397.)

Älypuhelin

Kannettavat älylaitteet kuten älypuhelimien ja tablettien yhtenä suosion salaisuutena on sosiaalisen median kasvu. Apple julkaisi ensimmäisen suosituksen kosketusnäyttöpuhelimensa vuonna 2007 samoihin aikoihin, kun sosiaalinen media oli tekemässä läpimurtoaan yhteiskunnassamme. Sosiaalisen median läpimurron voidaan katsoa alkaneeksi viimeistään vuonna 2008, kun Applen sovelluskauppa App Store avattiin. Tuolloin suosituim-

pien ladattujen sovellusten kärkisijoilla olivat sosiaalisen median ensimmäiset mobiilipalvelut, verkostoitumiseen suunniteltu Twitter ja pilvitallennuspalvelu Evernote. Räjähdyksmäisen sosiaalisen median suosion johdosta voidaankin tehdä johtopäätöksiä siitä, että sosiaalisen median palvelut ovat muokanneet myös älypuhelinominaisuuksia ja kehitystä. Tällä hetkellä Android-käyttöjärjestelmä hallitsee mobiililaitteiden markkinointia lähes 90 %:n osuudella ja Applen iOS-käyttöjärjestelmä on toisena reilulla 10 %:lla. Perusteluna on Androidin tekemä läpimurto maailman myydyimmäksi käyttöjärjestelmäksi jo vuonna 2011. Androidin salaisuutena on pidetty monipuolista sovellusvalikoimaa ja lähes täydellistä markkinahallintaa edullisimpien älylaitteiden markkinoilla. (Pönkä 2017, 206 – 207.)

Tabletit

Pelkästään älypuhelimien suosio ei ole ollut kasvussa. Uusimpana tulokkaana älypuhelimien rinnalle tuli ensimmäisenä vuonna 2010 Applen julkaisema iPad-tabletti. Valtaisan suosion saavuttanut ensimmäinen tabletti sai hyvinkin nopeasti seuraajia huokeammista Android-tableteista ja kalliimmista Windows-tableteista. Varsinkin Suomessa tabletit saavuttivat nopeasti suosion, ja vuoteen 2015 asti noin puolella suomalaisista kotitalouksista oli ainakin yksi tabletti. Tällä hetkellä suosituin tabletti on Androidin käyttöjärjestelmällä, ja sillä on noin 66 %:n markkinaosuus tablettimyynistä. Toisena tulee Applen iOS noin 22 %:n osuudella ja kolmantena Microsoftin Windows noin 11 %:n osuudella. Pääasiallisena syynä tablettien myynnin laskuun vuosina 2014 - 2015 on niiden kestävyys ja uutuudenviehätyksen häviäminen käyttämisen jälkeen. (Pönkä 2017, 208 – 209.)

Sosiaalinen media ja älylaitteet

Viime vuosien saatossa julkaistut sosiaalisen median palvelut onkin juuri suunnattu älypuhelimille ja muille älylaitteille. Suosituimpina näistä palveluista ovat Instagram, WhatsApp ja Snapchat, jotka luotiin ensisijaisesti älypuhelimia varten. Trendi on maailman-

laajuinen, ja siihen voidaan viitata mobiilisiirtymällä ja sillä, että verkkopalvelujen suunnittelua tulisi ajatella mobiili ensin (engl. mobile first). (Pönkä 2017, 207.) Myöhemmin WhatsAppista ja Instagramista on tehty myös www-formaatissa toimiva sivusto, jota käyttäjä voi käyttää samoilla tunnuksilla kuin älylaitteella.

Älylaitteet ja opiskelu

Varsinkin nuorille suunnattuja sosiaalisen median sovelluksia ja palveluita älylaitteille suunnitellaan jatkuvasti enemmän. Syynä tähän kehittämiseen on se, että yleensä nuorten ensimmäinen dataviestintäväline on älypuhelin. Opetusmaailmassa onkin törmätty muutokseen älylaitteiden yhteydessä. Aiemmin älylaitteita ja älypuhelimia pidettiin ja painotettiin kognitiivisina työkaluina. Näiden avulla oppilas kykenee ratkaisemaan tehtäviä, joihin hänen oma ajattelu- ja muistamiskykynsä ei riitä. Kuitenkin tilanne on siinä käännekohtassa, että älypuhelimesta on muodostumassa pääasiallisesti sosiaalinen työkalu, jolla ylläpidetään monitasoisia sosiaalisia suhteita unohtamatta omaa verkkoidentiteettiämme. (Pönkä 2017, 207.)

2.6 Sosiaalinen media ja Suomi

Sosiaalisen median hyödyntäminen omassa toiminnassa vaatii palvelun tai sivuston ylläpitäjältä ymmärrystä siitä, miten sosiaalista mediaa käytetään. Opinnäytetyöni aiheena on pelastusalan sosiaalisen median sivusto Asema, joten keskityn tutkimaan tarkemmin suomalaisten käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa.

Suomalaisten sosiaalisen median käyttö

Suomalaisista yli puolet ikäryhmässä 15 - 55 vuotta käyttää aktiivisesti päivittäin jotain sosiaalista mediaa. MTV:n vuonna 2015 teettämän tutkimuksen mukaan alle 10 % 15 - 55 -vuotiaista suomalaisista ei ollut käyttänyt sosiaalista mediaa viimeisen kolmen kuukauden aikana (Lehti & Rossi 2017, 692). Suosituin kyseiselle tarkastelussa olevalle ikäryhmälle oleva sosiaalisen median palvelu on videopalvelu YouTube, jota käyttää lähes 80 % MTV:n tutkimukseen vastanneista. Seuraavana tulee monimuotopalvelu Facebook, joka on vain muutaman prosenttiyksikön jäljessä. Twitter on kasvattanut suosiotaan Suomessa koko ajan symbioosissa televisio-ohjelmien kulutuksen kanssa. Yleisin tapa osallistua nykyisiin suomalaisiin televisio-ohjelmiin on niin kutsuttu ”tweettaus”, joka perustuu käyttäjän lähettämään maksimissaan 280 merkin pituiseen dataviestiin käyttäen Twitter-sovellusta joko älylaitteella tai muuta palvelua tukevalla datalaitteella. (Lehti & Rossi 2017, 692 – 693.) Kuvassa 1 näkyy suomalaisten käytetyimmät sosiaalisen median sovellukset ensimmäisellä vuosineljänneksellä 2017.

Vaikkakin sosiaalinen media on meille nykypäivänä tavanomainen tapa kommunikoida keskenämme, asia ei ole aivan samanlainen muualla maailmassa. Esimerkiksi laajamittaista sensuuria internetpalveluissa suosivissa maissa kuten Egyptissä ainoastaan vähemmistö käyttäjistä tuottaa aktiivisesti sisältöä sosiaaliseen mediaan (Lehti & Rossi 2017, 693).



Kuva 1. Suomalaiset sosiaalisessa mediassa ensimmäisellä vuosineljänneksellä 2017 (Pönkä 2017)

Sosiaalisen median käyttäjäkunta Suomessa

Tuoreen Tilastokeskuksen tekemään tutkimukseen peilattaessa voidaan havaita sosiaalisen median käyttäjäkunnan olevan nuoria ja nuoria aikuisia. Enemmistö 16 – 24 -vuotiaista käyttää myös useampaa kuin yhtä sosiaalisen median palvelua. Pääasiallinen käyttäjäkunta koostuu opiskelijoista sillä, 97 % on rekisteröitynyt jonkin sosiaalisen median palvelun käyttäjäksi. Suurin osa käyttäjistä kuuluu siis ikäryhmään ja käyttäjäkuntaan, jota varten esimerkiksi Mark Zuckerberg kehitti ryhmä- ja keskustelukanava Facebookin vuonna 2004 opiskellessaan psykologiaa Harvardissa (Phillips 2007).

Sosiaalisen median tulevaisuus Suomessa

Teoksessa Digitaalinen Suomi 2017 käsitellään myös sosiaalisen median tulevaisuutta Suomessa. Tällä hetkellä suurinta suosiota nauttii sosiaalisen median videopalvelu YouTube. Jatkuvassa kasvussa sosiaalisen median käyttäjien keskuudessa ovat sovellukset

Periscope, Meerkat ja Snapchat. Nämä ovat sosiaalisen median palveluita, joiden käyttötarkoitus perustuu kuvien, videoiden ja viestien poistumiseen muutaman sekunnin tai sen jälkeen, kun viestin vastaanottanut henkilö on sen avannut. Toisaalta esimerkiksi Snapchat on saanut uusien päivityksien myötä lisäosia siten, että käyttäjä voi halutessaan tallentaa viestin sovellukseen tai valokuvan omaan älylaitteeseen. Molemmissa tapauksissa vastapuolista käyttäjää tiedotetaan sovelluksen puolesta asiasta, että esimerkiksi kuva on tallennettu. Näin ollen toinen käyttäjä tietää, kuka on ottanut kuvan itselleen. Muissa suosituissa virtuaalimaailman keskustelusovelluksissa kuten WhatsAppissa tätä toiselle henkilölle kantautuvaa tietoa toisen käyttäjän toiminnasta ei ole. Poikkeuksellinen eroavaisuus näiden kahden sosiaalisen median palvelun välillä on myös se, että WhatsApp toimii käyttäjän dataliittymän puhelinnumerolla ja Snapchat toimii ainoastaan käyttäjän luomalla omalla käyttäjätunnuksella. Voidaankin esittää kysymys, kumpi suojaa yksityisyyttämme paremmin.

Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlavuotena määritellyt tulevaisuuden näkymät ovat Smarpin perustajan sanoin valoisat: ”Vaikka suomalaiset eivät ole perinteisesti tunnettuja avoimesta viestinnästään, on ilo nähdä, kuinka monet suomalaiset yritykset ovat tässä suhteessa jopa edellä kansainvälisiä kilpailijoitaan” -Roope Heinilä. (Lehti & Rossi 2017, 693.)

Sosiaalisen median palveluiden kehittyminen

Tulevaisuuden sosiaalisen median palveluihin uskotaan sisältyvän livevideoiden jakamisen. Uusimmat innovaatiot pohjautuvatkin videomateriaaliin ja sen tuomaan elävän kuvan kiinnostavuuteen palveluiden käyttäjissä. Some-palvelut Instagram ja Facebook ovatkin jo lisänneet mahdollisuuden jakaa livevideoita muiden käyttäjien keskuuteen. Toimijoiden ja yhteisöiden tulevaisuuden kannalta on tärkeää ymmärtää ja sisäistää sosiaalisen median mukana tuoman käyttäytymisdatan merkitys, sillä viestintä sosiaalisessa mediassa kasvaa vuosien saatossa entisestään. Yritykset ovatkin jo valmistautuneet muutokseen toiminnassaan siten, että jatkossa yksilöiden väliset nopeat ja lyhyet viestit määrittävät, mitä kuluttajat tekevät ja ostavat. Mukana tulevien käyttäjätottumusten myötä myös

viestikontrolli pienenee, sillä viestien määrä kasvaa niin suureksi, että sitä olisi mahdotonta tarkasti suodattaa esimerkiksi yritysten tarpeisiin. Varsinkin suomalaisten yritysten ja toimijoiden sosiaalisessa mediassa tuleekin keskittyä enemmän avoimuuteen ja läpinäkyvämpään viestintään. (Lehti & Rossi 2017, 695.)

Dataverkkoyhteydet

Sosiaalisen median käyttäminen älylaitteilla tai tietokoneella vaatii toimivan dataverkko-liittymän, arkikielellä toimivan Internet-yhteyden. Suomessa jokaisella on oikeus saada vakituiseen asuinpaikkaansa tai yrityksensä toimipisteeseen kohtuuhintainen ja moitteetomasti toimiva puhelinliittymä sekä vähintään 2 Mbit/s laajakaistaliittymä. Lisäksi kuulo- ja puhevammaisilla on oikeus saada tekstiviestit mahdollistava puhelinliittymä ja videopuhelut mahdollistava internetyhteys. (Viestintävirasto 2016.)

Perinteisen matkaviestiverkon kuuluvuus vaihtelee operaattoreittain ja alueittain Suomessa. Kuitenkin GSM-matkaverkko kattaa lähes koko Suomen pinta-alan, ja nopea datatiedonsiirtoon mahdollistavan 3G-matkaviestinverkon kuuluvuus on hyvin laaja. Tällä hetkellä nopein 4G-verkko kasvaa ja laajenee koko ajan alkaen tiheään asutuilta alueilta. (Viestintävirasto 2016.)

Viestintäviraston internetsivujen julkaisussa 16.1.2018 kertoo viestintävirasto antamisestaan kokeiluluvista huippunopean 5G-verkon testaamista varten. 5G-verkon testausluvut koskevat älyliikenteen ja teollisuusautomaation kehittämistä. Suomella on selkeä tavoite olla maailman kärkimaa 5G-teknologian suhteen. 5G:lle osoitettavista lopullisista taa-juuksista päätetään maailmanlaajuisesti vuonna 2019 radioviestintäkonferenssissa.

3 SOSIAALINEN MEDIA JA PELASTUSALA

3.1 Asema

Aseman muodostuminen ja perustaminen pohjautuvat tarpeeseen. Aiemmin pelastusalan sosiaalisen median sivustot käsittivät ainoastaan alakohtaisten lehtien luomia sosiaalisen median sivustoja, jotka ovat tukena perinteiselle lehtimuodossa julkaistavalle aineistolle. Aseman perustajat hyödynsivät alun perin ainoastaan sosiaalisen median voimaa perustaessaan Asemaa. Ilmiönä Asema tuo siis jotain uutta ja hyödyllistä pelastusalalle ja tiedottamiselle alakohtaisista asioista.

Taustat

Marko Partasella, joka on toinen Aseman perustaja, on kokemusta usealta vuodelta erilaisten julkaisujen kuten Pelastustiedon ja Systolen ympäriltä. Näin ollen Partasella oli jo alun perin tietotaito ja osaaminen luoda yhdessä tuttavansa kanssa uutta sivustoa. Jutellessani Partasen kanssa huomasin heti, että kyseessä on mies, joka haluaa sivuston palvelevan kaikkia pelastusalalla työskenteleviä ammattilaisia ja vapaaehtoisia sekä yhteistyöviranomaisia aivan uudella tavalla. Partanen toi hyvin esille sen, että pelastusala tarvitsee jonkinlaisen internetsivuston tai sosiaalisen median verkostoitumissivuston, jossa jaetaan alalle hyödyllisiä juttuja lyhyesti ja ytimekkäästi. Aseman perustajien puheista ilmeni se, että alalla on jo hienoja ja hyödyllisiä julkaisuja, mutta ne eivät välttämättä hyödynnä sosiaalista mediaa riittävän tehokkaasti. Tämä oli yksi syy Aseman perustamiseen. Tiedon jakaminen on nopeutunut huomattavasti sosiaalisen median tuoman vapauden pohjalta, kertoo Partanen. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että blogeja tai artikkeleita pystytään jakamaan eri sivustoilla todella nopeasti ja tehokkaasti. Tarkoituksena olisi myös pyrkimys houkuttelemaan nuorisoa ja nuoria aikuisia lukemaan pelastusalan artikkeleita tehokkaasti, mikäli ne heitä kiinnostavat. Taulukosta 1 sivulla 8 ilmenee sosiaalisen median käyttäjien ikäjakauma.

Toimintatapa

Aseman yhtenä alkuperäisajatuksena on luoda vaivattomasti luettava ja sosiaalisessa mediassa seurattava sivusto. Tarkoituksena on lyhentää artikkeleiden pituutta ja kirjoittaa ne lyhyesti ja ytimekkäästi, jotta lukija ymmärtäisi mahdollisimman nopeasti, mikä kirjoitus on kyseessä. Yleensä artikkelit tai blogit ovat pelastusalalta tai ensihoidosta, mutta aina joskus sivustolla on nähtävillä yhteistyöviranomaisten julkaisuja. Sivuston tarkoituksena on hyödyntää siis sosiaalisten medioiden ja älylaitteiden mahdollisuuksia.

Kohderyhmä, joka halutaan tavoittaa, on poikkeuksellisen selkeä. Sivusto palvelee kaikkia henkilöitä, joita kiinnostaa pelastus- ja ensihoitoala sekä muu viranomaistoiminta näiden kahden ympärillä. Tällä hetkellä merkittävä osa kävijöistä koostuu henkilöistä, jotka ovat töissä viranomaisalalla tai ovat jotenkin kytköksissä viranomaistoimintaan. Tämä tieto perustuu Aseman Facebook-sivun tykkääjiin.

Suosio

Asema perustettiin elokuussa 2016. Vuoden aikana Asemalla on ollut 79 496 istuntoa, 50 774 uniikkia käyttäjää ja sivunäyttöjä yhteensä 103 285 (Google Analytics 2017). Sivuston kävijöistä yli 93 % on tullut Suomesta. Uusia kävijöitä, jotka käyttivät sivustoa ensimmäistä kertaa, oli kaiken kaikkiaan 60 %. Loput 40 % olivat palaavia käyttäjiä eli palanneet sivustolle uudelleen. Viikoittaisia kävijöitä sivustolla on vaihdellen 1000 - 3000 kävijän ja sivunäytön välillä viikon aikana julkaistujen artikkeleiden vastaanoton mukaan.

Suosio on erittäin laajamittainen Partasen mukaan, sillä sivustoa on tehty sivutoimisena ja käytännössä kokonaan ilman markkinointia. Luvuista voi myös päätellä, että Aseman on saavuttanut jonkinlaisen vakiolukijakunnan. Tämä pohjautuu viikoittaisiin kävijämäärälukuihin. Suurin osa jutuista koskettaa pelastusalaa ja ensihoitoalaa. Aseman tavoitteellinen artikkeleiden julkaisumäärä on keskimäärin noin 2 - 3 juttua viikossa.

Tulevaisuus

Tulevaisuudessa Asema panostaa lehteen ja sivustoon liittyvän perustyön tekemiseen. Aseman tarkoituksena on olla yhä enemmän kanava, joka tarjoaisi kenelle tahansa alan toimijalle mahdollisuuden tuoda esiin hyviä käytäntöjä, kertoa näkemyksiään ja keskustella sekä herättää keskustelua mielestään tärkeistä alan asioista. Uudet kirjoittajat ja julkaisijat ovat tulevaisuudessa tervetulleita. Asema tarjoaa yleisön ja mahdollisimman suuren levikin ja näkyvyyden artikkeleille. Uusien kirjoittajien ei tarvitse säännöllisesti kirjoittaa vaan uudet satunnaiskirjoittajat toisivat myös hyvän lisän sivustolle.

Aseman sivuston tekninen kehitys jatkuu edelleen. Seuraavaa ulkoasumuutosta on suunniteltu ja palautteen perusteella sivustoa koetetaan parantaa lukijan kannalta oikeaan suuntaan. Tulevaisuudessa Asema toivoo pystyvänsä entistä laajemmin kertomaan eri viranomaisten toiminnasta. Tämän toteutumiseksi tarvittaisiin kirjoittajia muilta aloilta. Aseman tulevaisuus näyttää kuitenkin valoisalta, ja projekti saa kehittyä omalla painollaan. Hyvällä perustyöllä, selkeillä linjoilla ja tasalaatuisuudella Asema pyrkii tulevaisuudessa kasvattamaan suosiotaan.

3.2 Pelastuslaitokset

Suomessa on yhteensä 22 pelastuslaitosta. Käytännöt tiedottamisen ja sosiaalisen median käyttämisen suhteen vaihtelevat toimialueittain. Sosiaalista mediaa aktiivisesti käyttävät ihmiset, jotka seuraavat pelastuslaitoksia tai muita pelastusalan sivustoja, huomaavat eron, miten sosiaalista mediaa voidaan viestinnässä ja tiedottamisessa hyödyntää.

Tiedottaminen

Pelastuslaitoksien velvollisuutena on tiedottaa kansalaisille omasta toiminnastaan sekä ylläpitää turvallisuusviestintää (Pelastuslaki 2011/379 27 §). Esimerkiksi jokaisen vuoden alussa pelastuslaitos voi järjestää tiedotustilaisuuden ja/tai toimittaa tiedotteen edellisen vuoden toiminnastaan (Viestintäopas 2015, 6). Sosiaalista mediaa oikealla tavalla hyödyntämällä voi pelastuslaitos levittää tehokkaasti informaatiota suurelle yleisölle. Yleisimmät omasta toiminnasta kertovat asiat jaetaan myös pelastuslaitosten internetsivuilla, Facebookissa ja esimerkiksi Twitterissä. Tarkoituksen on mahdollisimman monen ihmisen tavoittaminen erilaisten medioiden ja sosiaalisen median keinoin nopeasti ja tehokkaasti.

Palvelutasopäätös

Palvelutasopäätös on lakisääteinen ja pohjautuu pelastuslaissa 2011/379 annettuihin vaatimuksiin. Pelastuslaitoksen palvelutasopäätöksen tulee vastata paikallisia tarpeita ja onnettomuusuhkia. Palvelutasoa määriteltäessä on otettava huomioon myös toiminta poikkeusoloissa. (Pelastuslaki 2011/379 28 §) Pelastuslaitos päättää palvelustaan kuntien kuulemisen jälkeen. Yhteistyössä kuntien kanssa pelastuslaitos kartoittaa alueen uhat, riskit sekä erityispiirteet ja määrittää edellä mainituiden perusteluiden jälkeen voimavaransa ja tavoitteensa. Palvelutasopäätös tulee toimittaa aluehallintovirastolle. Palvelutasopäätöksen ollessa puutteellinen palauttaa aluehallintovirasto asiakirjan täydennettäväksi. (Sisäasiainministeriön julkaisu 17/2013.)

Palvelutasopäätöksessä on viime vuosien aikana otettu huomioon myös sosiaalinen media. Varsinkin tiedottamisen osalta sosiaalisen median hyödyntäminen on laajentunut huomattavasti. Pelastuslaitosten sosiaalisen median käyttö ja hyödyntäminen vaihtelevat alueittain. Eräät pelastuslaitokset ovat ottaneet haltuunsa kaikki suosituimmat sosiaalisen median viestintäkeinot. Esimerkiksi Keski-Uudenmaan pelastuslaitos hyödyntää Facebookia, Instagramia ja Twitteriä. Yhtenä tarkoituksena on päästä mahdollisimman nopeasti ja laajasti tiedottamaan esimerkiksi laajamittaisista onnettomuuksista ja niiden vaikutuksista yhteiskuntaan ja infrastruktuurin toimivuuteen.

Kaikissa palvelutasopäätöksissä ei ole mainintaa sosiaalisesta mediasta tai sen hyödyntämisestä pelastuslaitoksen toiminnassa. Erillisen maininnan puuttuminen ei kuitenkaan ole rajoittanut pelastuslaitosten sosiaalisen median käyttöä. Nykyhetkessä kaikilla pelastuslaitoksilla on käytössään vähintään Facebook -sivusto.

Pelastuslaitoksien näkyvyys sosiaalisessa mediassa

Yhdeksi turvallisuusviestinnän kanavaksi voidaan siis huomioida sosiaalinen media, sillä varsinkin nuorten tavoitettavuus on sosiaalisen median kautta varsin tehokasta. Pelastuslaitoksen viestinnän strategiassa sosiaalinen media on ulkoisen tiedottamisen moderni työkalu. Hyvin suunniteltu sosiaalisen median sivusto antaa selkeän kuvan siitä, mikä on pelastuslaitoksen kannanotto eri asioihin. (Viestintäopas 2015, 9.)

Työntekijöiden vastuut

Pelastuslaitoksen henkilöstön osallistuminen sosiaalisen median keskusteluihin vapaaajalle tulee ottaa huomioon pelastuslain 2011/379 86 §, joka määrittelee asiaa vaitiolovelvollisuudesta ja sen laiminlyönnin seurauksista. Liitteessä 1 on pelastuslaitoksen kumppanuusverkoston laatimat tarkemmat ohjeistukset pelastuslaitoksen henkilöstön sosiaalisen median pelisäännöistä.

Keski-Uudenmaan pelastuslaitos ja sosiaalinen media

Keski-Uudenmaan pelastuslaitos hyödyntää sosiaalista mediaa tiedottamisessa, valistuksessa ja oman toimintansa esittelemisessä. Pelastuslaitos hyödyntää Facebookia tekstipohjaisen sisällön jakamiseen yleensä kuvan kanssa. Twitter-tilin tarkoituksena on tiedottaa lyhyitä ja nopeita tilanteita kuten esimerkiksi liikenneonnettomuuksista aiheutuvaa haittaa tienkäyttäjille. Instagram-tilin periaatteena on kuvien ja videoiden jakaminen lyhyen tekstin kera.

Keski-Uudenmaan pelastuslaitoksen sosiaalisen median sisällöstä ja materiaalin tuottamisesta vastaa erillinen sosiaalisen median työryhmä, joka koostuu reilusta kymmenestä pelastus- ja ensihoitoalan henkilöstä. Näillä henkilöillä on omat vastualueensa, joihin he erityisesti panostavat oman normaalin työtehtävänsä ohella. Myös ryhmään kuulumattomat henkilöt tuottavat materiaalia ja välittävät sitä eteenpäin sosiaalisen median työryhmälle.

Yksi syy työryhmän perustamiselle oli tarve saada toimintaa ja päivityksiä mahdollisimman organisoidusti eteenpäin. Panostaminen sosiaaliseen mediaan pohjautuu yhteiskunnan muutokseen, jossa sosiaalinen media on näkyvästi esillä ihmisten arkipäivässä. Sosiaalisen median toiminnan tarkoituksena on olla siellä, missä kansalaiset ovat.

4 TUTKIMUS

4.1 Tutkimuksen esittely

Opinnäytetyön keskittyessä kehittämään ja luomaan suosituksia sosiaalisen median käytön hyödyntämiseen pelastusalan on tutkimusosiossa keskitytty nykytilanteen kartoittamiseen perehtymällä Asemaan ja sen lukijakuntaan. Tutkimuksia tehtiin kahdella eri tavalla. Yhtenä tutkimuksena oli Aseman seuraajille luotu kyselylomake. Kyselylomakkeen vastaaminen onnistui tietokoneella tai älylaitteella internetissä Aseman Facebook-sivulla ja www.asema.eu-verkkosivulla olleen linkin kautta. Toinen tutkimusmenetelmä oli perinteisempi. Kyseessä oli henkilöhaastatteluja Aseman käyttäjien kanssa. Haastattelun tarkoituksena oli saada tietoa Aseman kehittämistä varten sekä kehitysehdotuksia pelastusalan sosiaalisen median parantamiseen. Haastattelut tehtiin puhelimitse ja kasvokkain haastateltavien kanssa. Tutkimuksiin vastanneiden henkilötiedot ovat luottamuksellisia, jotta niitä ei julkaista.

Rajaaminen

Tutkimuksen rajaaminen tehtiin opinnäytetyön alkuvaiheessa. Rajaaminen päätettiin tehdä siten, että pääasiallinen keskittyminen olisi sosiaaliseen mediaan, Asemaan ja pelastusalaan. Opinnäytetyön tutkimuksissa on painotettu pelastusalan näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Tutkimukset ja haastattelut on luotu yhteistyössä opinnäytetyön tilaajan Aseman kanssa. Lopputuloksena oli molempia osapuolia miellyttävä ratkaisu, jonka tarkoituksena on löytää mahdollisimman paljon parannusehdotuksia sosiaalisen median ja pelastusalan ympärille.

Validiteetti, reliabiliteetti ja vinoumat

Tutkimuksen validiteetti on hyvä, sillä haastattelun kohderyhmä on valikoitu pelastus- tai ensihoitoalalla työskentelevistä henkilöistä. Kaikki haastatteluihin vastaavat henkilöt seuraavat myös Asemaa sosiaalisessa mediassa, joten heille Asema on entuudestaan tuttu. Kysymykset on laadittu siltä pohjalta, että tutkimuksen kannalta kysymyksistä saadaan mahdollisimman tarkkoja vastauksia, jotka tukevat tutkimuksen yhteenvedoa loppuvaiheissa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

Reliabiliteetti toteutuu esittämällä samat kysymykset jokaiselle haastateltavalle. Jokainen haastateltava seuraa Asemaa sosiaalisessa mediassa, ja haastateltavia ei johdatella asian yhteyden ulkopuolelle. Myös kaikki vinoumat on pyritty poistamaan tehokkaasti pitämällä haastattelu nimettömänä. Haastattelun yhteydessä ei myöskään kysytä haastateltavien sukupuolta, ikää tai muuta persoonallisuuteen viittaavaa, joka saattaisi johdatella vastaajaa tiettyyn suuntaan. Tutkimuksen kannalta on oleellista saada suorat, asialliset ja rehelliset vastaukset antamalla henkilöille yksityisyyden suoja. Opinnäytetyön ja tutkimuksen tekijä on ainoa, joka tietää haastateltavien taustat. Haastattelu voidaan toistaa luotettavasti myös uudelle kohderyhmälle. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231-233.)

Haasteet

Tutkimuksen haasteena oli alkuvaiheissa haastateltavien valinta. Näin ollen opinnäytetyön ja tutkimuksen tekijä päätyi toteuttamaan satunnaisotannan Asemaa seuraavista henkilöistä, jotka työskentelevät pelastus- tai ensihoitoalalla. Tutkimuksen kannalta oli myös tärkeä saada mahdollisimman laaja otanta eri virkaportailta olevista henkilöistä pelastuslaitoksen organisaatiossa. Haastavaa oli myös haastateltavien kanssa aikataulujen sopiminen mahdollisimman vaivattomasti molempien osapuolten kannalta. Tämän toteuttaminen vaati kuukauden toteutuakseen.

4.2 Henkilöhaastattelujen yhteenveto

Henkilöhaastattelujen kysymyksissä selvitettiin, millaisia sosiaalisen median kanavia haastateltavat käyttävät. Asemaa koskevat kysymyksissä kysyttiin, mitä kautta lukijat ovat löytäneet Aseman, missä sosiaalisen median palveluissa he seuraavat Asemaa, mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat eniten ja millaista sisältöä haastateltavat toivoisivat Aseman julkaisevan tulevaisuudessa. Yleisesti pelastusalaan liittyvissä kysymyksissä kysyttiin haastateltavien mielipiteitä, miten pelastus- ja ensihoitoalan tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median keinoin. Tarkastelun alla oli myös sosiaalisen median hyödyntäminen verkostoitumiseen alan sisällä ja se, mitä kokemuksia haastateltavilla on sosiaalisen median hyödyntämisestä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa. Henkilöhaastattelujen kysymykset ja tarkemmat vastaukset löytyvät liitteistä 2 – 12.

Palomies 1

Ensimmäinen haastateltava palomies käyttää sosiaalisessa mediassa Facebookia, Instagramia ja YouTubea. Asema löytyi Facebookista kaverin tykkäyksen kautta. Palomies seuraa Asemaa Facebookissa ja Instagramissa. Hänen mielestään Aseman sisältö on laadukasta ja mielenkiintoista. Facebookissa kiinnostavinta ovat artikkelit ja Instagramissa kuvat.

Eniten Aseman julkaisuista kiinnostavat artikkelit ja blogit. Haastateltavan mielenkiinnon kohteena on erityisesti muiden alalla olevien ihmisten kirjoittamat pelastus- ja ensihoitoalaan liittyvät artikkelit. Tulevaisuudessa Aseman tarjontaan voisi lisätä enemmän artikkeleita ja julkaisuja ulkomailta. Varsinkin innovaatiot muualta maailmalta olisivat mielenkiintoista luettavaa.

Pelastuslaitokset voisivat tulevaisuudessa lisätä enemmän päivittäistoimintaan liittyviä artikkeleita ja visuaalista sisältöä. Pääpainona olisi avoimen kuvan luominen kansalai-

selle koko pelastuslaitoksen toiminnasta. Alan sisällä tiedonvälitys ja viestintä voisi nopeutua henkilötasolla sosiaalisen median hyödyntämisellä. Pääasiallisesti kokemus pelastuslaitoksen sosiaalisen median hyödyntämisestä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa on ollut positiivinen. Pelastuslaitokset ovat haastateltavan mukaan oppineet hyödyntämään paremmin sosiaalista mediaa toiminnassaan. Hän kuitenkin toivoisi tulevaisuuden valistusmateriaalin olevan kannustavampaa ja motivoivaa.

Palomies 2

Haastattelun toinen palomies käyttää sosiaalisen median kanavanaan Facebookia. Tämän lisäksi hän käyttää joskus videopalvelu YouTubea. Aseman haastateltava löysi Facebookin etusivun suosittelun kautta. Palomies seuraa Asemaa Facebookissa ja kertoo Facebookin artikkeleiden olevan hyviä sekä pelastus- että ensihoitoalalta. Asemaa on tämän lisäksi vaivatonta seurata Facebookin etusivulle ilmaantuvan uusien julkaisujen ilmoituksen myötä.

Asemassa palomiestä kiinnostavat eniten artikkelit ja blogit. Molemmat tarjoavat hyvää ja laajamittaista tietoa sekä sisältöä. Varsinkin lyhennetyt versiot muista pelastusalan julkaisuista ovat asiallisia ja tarjoavat kokonaisvaltaisen kuvan sisällöstä. Tulevaisuudessa haastateltava toivoisi Aseman julkaisevan enemmän artikkeleita muiden viranomaisten toiminnasta ja työtehtävistä. Palomies painottaa, että tämä lisäisi Aseman sisältöä ja tekisi sivustosta täydellisen.

Pelastuslaitoksien sosiaalisen median hyödyntäminen on hyvällä tasolla, haastateltava ei osaa suoraan sanoa, miten nykytilannetta tulisi parantaa. Pelastuslaitosten sosiaalisen median kanavat ovat aktiivisessa käytössä, ja televisio-ohjelmat tukevat näkyvyyttä hyvin. Henkilökohtaisella tasolla sosiaalista mediaa voisi hyödyntää työntekijöiden välisessä kommunikoinnissa.

Pelastustehtävien tiedottaminen sekä sosiaalisen median välityksellä tapahtuva valistus ja informaatio varautumisesta on hyvää. Haastateltavan mielestä pelastuslaitokset ovat aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä ja julkaisut mielenkiintoisia. Tulevaisuudessa päivittäistehtävistä tapahtuva tiedottaminen voisi olla tehokkaampaa esimerkiksi Facebookissa.

Ylipalomies

Ylipalomies kertoo käyttävänsä sosiaalisista medioista Facebookia ja Instagramia. Asemaan hän sai ensikosketuksen työkavereidensa kautta. Asemaa ylipalomies seuraa mielenkiinnosta Facebookin välityksellä. Hänen mielestään Asemassa kiinnostavinta ovat artikkelit ja blogit. Kuvat ja videot ovat myös hyviä Aseman sivuilla. Fiksut ja asialliset julkaisut olisivat edelleen tervetulleita Aseman sivuille. Ylipalomies painottaa, että asiallisten julkaisujen pohjalta säilyy sivuston maine ja kunnia.

Pelastusalan näkyvyys sosiaalisessa mediassa on haastateltavan mielestä riittävää. Ylipalomies ei osaa sanoa vielä tässä vaiheessa, millaista lisäarvoa sosiaalisen median välityksellä tapahtuvan verkostoitumisen alan sisällä näyttää tulevaisuudessa. Haastateltavalla on myönteiset kokemukset sosiaalisen median hyödyntämisestä pelastusalan tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa.

Paloesimies

Paloesimies käyttää sosiaalisessa mediassa Facebookia, Instagramia ja Snapchatia. Asema löytyi Facebookista, ja haastateltava seuraa Asemaa Facebookissa ja Instagramissa. Hän ei osaa suoraan sanoa, miksi seuraa Asemaa, mutta seuraa kuitenkin. Eniten kiinnostusta herättää Asemalla julkaistut kuvat. Tulevaisuuden kehittämis ehdotuksia Aseman ympärille haastateltava ei osaa suoraan sanoa, sillä hän vierailee Aseman sivuilla silloin tällöin.

Pelastuslaitosten tulisi lisätä enemmän alakohtaista faktaa julkaisuihinsa. Varsinkin lyhyet tarinat pelastuslaitoksen arjesta olisivat tervetulleita. Esimerkiksi eroavaisuuksia toimintaympäristössä Pohjois- ja Etelä-Suomen välillä voitaisiin korostaa. Alan sisällä paloiesimies kokee, että verkostoituminen sosiaalista mediaa hyödyntäen on hyvää.

Tulevaisuudessa pelastuslaitosten tulisi keskittyä enemmän visuaaliseen sisältöön ja sen tuomaan hyötyyn esimerkiksi valistamisen yhteydessä. Tositapahtumiin pohjautuvat kuvat ja tiedot höystettynä sopivan ytimekkäällä valistavalla informaatiolla voisivat toimia paremmin kansalaisten tavoittamisessa sosiaalisessa mediassa. Osa pelastuslaitoksista hyödyntää kokemuksen pohjalta hyvin sosiaalista mediaa, mutta osalla pelastuslaitoksista on vielä huomattavia puutteita sosiaalisen median hyödyntämisessä.

Palomestari

Haastatteluun osallistunut palomestari käyttää sosiaalisessa mediassa Facebookia. Hän tutustui Asemaan työpaikallaan työtoverin kautta. Asemaa tulee seurattua Facebookin välityksellä, sillä Asema tarjoaa asiallisia ja laadukkaita artikkeleita. Eniten haastateltavaa miellyttää Aseman sivuilla pelastus- ja ensihoitoalaan liittyvät artikkelit, koska ne tuovat jotain uutta mukanaan ja tämän lisäksi artikkelit ovat mielenkiintoisia ja Aseman artikkelitarjonta on laajamittaista. Palomestarin mielestä Aseman julkaisut eivät tarvitse mitään uudistusta vaan tämänhetkinen taso miellyttää.

Yleisesti pelastusalan sosiaalisen median hyödyntäminen on hyvää, ja haastateltava kokee pelastusalan olevan riittävästi näkyvillä, ja kansalaisten on vaivatonta lähestyä koko ammattikuntaa sosiaalisen median välityksellä. Alan sisäisen verkostoitumisen parantamiseksi ei löydy tällä hetkellä mitään erityistä kehitettävää.

Pelastustehtävien tiedottaminen, valistaminen ja varautuminen hoituvat kokemusten pohjalta pelastuslaitoksilta mallikkaasti. Tärkeimmät tiedotteet julkaistaan myös sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalinen media tarjoaa perinteisen internetpohjaisen tiedonjakamisen rinnalle jotain uutta hyödyllistä, mutta hyödyntäminen vaihtelee pelastuslaitoksittain.

Palotarkastaja

Haastateltavan mielenkiinnon kohteena on sosiaalisen median sovellukset Facebook ja Instagram, joita hän käyttää lähes päivittäin. Aseman seuraajaksi palotarkastaja päätyi Facebookin kautta huomattessaan, että joku hänen kavereistaan oli alkanut seurata Asemaa. Palotarkastaja kertoo seuraavan Asemaa Facebookissa ja Instagramissa, sillä Facebookissa on enemmän tekstipainotteisia julkaisuja ja Instagramissa kuvia, joita on helppoa selailla. Eniten palotarkastaja pitää Aseman otsikkotason artikkeleista ja jutuista sekä Aseman Instagram-kuvista.

Tulevaisuuden parannukseksi palotarkastaja haluaisi lukea enemmän artikkeleita, jotka käsittelevät pienempiä paloasemia. Hän toivoi enemmän kriittisiä juttuja, jotka saattavat hyvässä tapauksessa kehittää koko alaa eteenpäin. Sosiaaliseen mediaan olisi hyvä saada enemmän henkilöesittelyjä kuten esimerkiksi Niclas214-blogin kaltaisia aktiivisia bloggaajia. Varsinkin kuvat ja lyhyet videot ovat myös tervetulleita, sillä niitä on vaivatonta katsoa. Videoissa ja kuvissa voisi olla enemmän sisältöä päällystön työtehtävistä ja arjesta.

Muiden pelastuslaitoksien kalusto kiinnostaa. Henkilökohtaisen blogin kautta lukija voisi kohdentaa kysymykset ja palautteen suoraan kirjoittajalle, mikä nopeuttaisi vastaamista kiinnostavan aihealueen ympärillä.

Pelastuslaitokset hyödyntävät hyvin tiedottamista sosiaalisen median työvälineillä. Esimerkiksi vaaratiedotteet ovat selkeitä, ja niitä jaetaan tehokkaasti eri sovellusten kautta seuraajille ja sosiaalisen median käyttäjille. Päivittäistehtävien tiedottaminen voisi olla tehokkaampaa varsinkin liikenneonnettomuuksien suhteen, sillä ne saattavat aiheuttaa tienkäyttäjille jopa usean tunnin häiriötä maanteilla.

Palopäällikkö

Palopäällikkö viihtyy sosiaalisessa mediassa Instagramissa ja Twitterissä. Asemaan palopäällikkö tutustui Facebookissa artikkelin kautta, joka liittyi työaikamuutokseen pelas-

tusalalla. Artikkelin lukemisen jälkeen palopäällikkö aloitti Aseman seuraamisen Facebookissa. Asemaa palopäällikkö seuraa Instagramissa ja Facebookissa. Sivustoilla on hyviä blogeja ja artikkeleita, jotka liittyvät pelastusalaan. Toisin sanoen Aseman tuottama sisältö on mielenkiintoista.

Henkilökohtaisesti palopäällikön mielenkiinnon kohteena ovat artikkelit ja blogit. Varsinkin uudet innovaatiot ja tuoreet uutiset pelastusalalla kiinnostavat. Haastateltava tuosille, että Asema on nousemassa kovaa vauhtia pelastusalan julkaisujen kärkikastiin. Tulevaisuuden sisältöön palopäällikkö toivoisi enemmän työnantajan näkemyksiä käsitteleviä artikkeleita ja julkaisuja. Välillä tuntuu, ettei työnantajan näkemystä tuoda tarpeeksi esille julkisuudessa.

Tulevaisuudessa pelastuslaitosten tulisi hyödyntää sosiaalista mediaa enemmän. Jo olemassa olevia resursseja pitäisi hyödyntää tehokkaammin viestinnässä tai tapauskohtaisesti uutta henkilöstöä voitaisiin palkata sosiaalisen median ja turvallisuusviestinnän ympärille. Esimerkiksi poliisin laaja toiminta sosiaalisessa mediassa on hyvä esimerkki siitä, miten viestintää voidaan toteuttaa sosiaalisessa mediassa viranomaistoimijana.

Alan sisäistä tiedottamista voitaisiin hyödyntää tehokkaammin sosiaalisen median välityksellä siten, että esimerkiksi uusista innovaatioista tai kalustosta voitaisiin julkaista enemmän materiaalia, jolloin se olisi kaikkien hyödynnettävissä. Nykyisin pelastuslaitos hyödyntää sosiaalista mediaa aktiivisesti tiedottaessa onnettomuuksista. Varsinkin onnettomuuksiin lisätyt ohjeistukset ovat tehokas tapa viestiä asioista kansalaisia. Myös normaaliolojen häiriötiloihin liittyvää ennakoivaa tiedottamista on tehostettu viime vuosina sosiaalisen median hyödyntämisellä. Tulevaisuudessa pelastuslaitokset voisivat aktiivisemmin hyödyntää sosiaalista mediaa, sillä se on vaivaton ja nopea tapa tavoittaa ihmisiä.

Perustason ensihoitaja

Perustason ensihoitaja käyttää sosiaalisen median kanavia Facebook ja Instagram. Ajoittain hän myös hyödyntää YouTuben sisältöä. Aseman seuraajaksi haastateltava päätyi

työkaverin kautta, joka näytti Facebookissa olleen mielenkiintoisen artikkelin. Tällä hetkellä Asemaa tulee seurattua Facebookissa. Aseman julkaisut ovat hyvä lisä muihin perustason ensihoitajan lukemiin alakohtaisiin medioihin. Lisäksi Asema on ajan tasalla siitä, mitä alalla tapahtuu. Haastateltavaa kiinnostaa eniten Aseman artikkelit ja blogit. Perusteluna tälle on mielenkiinto muiden alalla olevien ihmisten näkemyksiin ja tarinoihin. Uutiset, jotka käsittelevät pelastus- ja ensihoitoalaa, ovat myös hyödyllistä luettavaa. Tulevaisuudessa haastateltava toivoo Aseman lisäävän päivittäiseen ensihoitoon liittyviä julkaisuja. Mielenkiinto on erityisesti muualla tapahtuvan ensihoidon toteuttamisessa.

Yleisesti pelastuslaitokset ovat hyvin esillä sosiaalisessa mediassa. Jatkossa pelastuslaitokset voisivat aktiivisemmin tuoda esiin ihmisiä ja tarinoita työstä. Henkilöt, jotka nousevat esiin organisaatiosta, herättävät kiinnostusta ja rakentavat luotettavuutta koko alalle. Organisaatioiden taakse ei tulisi piiloutua.

Sosiaalisen median hyödyntämiseen alan verkostoitumisessa ei haastateltava osaa suoraan sanoa mitään erityistä. Hän kuitenkin painottaa, että sosiaalisesta mediasta on varmasti hyötyä, sillä yhteydenpito alalla olevien ihmisten välillä helpottuu. Kokemukset sosiaalisen median hyödyntämisestä tiedottamisessa, turvallisuusviestinnässä ja varautumisessa pelastusalalla ovat hyviä. Pelastuslaitokset ovat huomattavasti parantaneet sosiaalisen median näkyvyyttä viimeisten vuosien aikana. Jatkossa pelastuslaitosten tulee keskittyä enemmän sosiaalisen median välityksellä tapahtuvaan valistamiseen. Sosiaalisen median kautta tapahtuva valistus saavuttaa paljon ihmisiä nopeasti ja tehokkaasti.

Hoitotason ensihoitaja

Hoitotason ensihoitaja käyttää sosiaalisessa mediassa Facebookia, Instagramia, WhatsAppia ja YouTubea. Asema ponnahti haastateltavan Facebook uutisvirtaan, Facebookissa olleen kaverin tykkäyksen kautta. Mielenkiintoisen sisällön johdosta ensihoitaja päätti aloittaa Aseman seuraamisen. Nykyisin hän seuraa Asemaa Instagramissa ja Facebookissa. Mielenkiinto kohdistuu enimmäkseen blogeihin ja artikkeleihin. Asema tarjoaa laajamittaisia julkaisuja pelastus- ja ensihoitoalalta. Laajan tarjontansa ansiosta Aseman julkaisuja on mielekästä lukea ja seurata. Vaivattomuutta seuraamiseen tuo sosiaalisen

median hyödyntäminen. Erityisesti hoitotason ensihoitaja haluaa nostaa esille kiinnostavat artikkelit, jotka koskettavat syvällisiä ajatuksia ensihoidon ympärillä.

Kiinnostuksen kohteen ollessa blogeissa ja artikkeleissa toivoisi ensihoitaja tulevaisuudessa Aseman julkaisevan enemmän työntekijöiden henkilökohtaisia tarinoita ja juttuja. Myös kansainväliset ensihoitoa sisältävät jutut ja mietteet olisivat hyvä lisä laajaan artikkelitarjontaan. Varsinkin artikkelit, jotka sisältäisivät ensihoidon koulutusta ja ensihoidon työtehtäviä muualla maailmassa, kiinnostavat.

Tämänhetkinen pelastuslaitosten toiminta sosiaalisessa mediassa on hyvällä tasolla. Alan markkinointi on aktiivista sosiaalisessa mediassa. Tulevaisuudessa sellaiset henkilöesittelyt työntekijöistä ja hauskat tarinat työvuorosta, joiden ympärille voisi kehittää turvallisuudesta kertovaa materiaalia, olisivat tervetulleita. Verkostoituminen alan sisällä hoituu helposti, kun käytössä on sosiaalisen median sovelluksia ja sivustoja. Ennen kaikkea Facebookin hyödyntäminen viestin välittämisessä on auttanut verkostoitumaan sidosryhmien kanssa. Sosiaalisessa mediassa tapahtuva vuorovaikutus auttaa työntekijöitä tutustumaan toisiinsa ja muihin alalla oleviin ihmisiin.

Kokemukset sosiaalisen median hyödyntämisestä pelastustehtävien tiedottamisessa, turvallisuusviestinnässä ja varautumisessa ovat positiivisia. Laajamittaisten häiriöiden ja onnettomuuksien tiedottaminen on tehokasta sosiaalisen median välityksellä. Nuoret ja nuoret aikuiset tavoitetaan tiedottamisen osalta parhaiten hyödyntämällä sosiaalista mediaa. Perinteinen tiedottaminen television ja radion kautta on erittäin tärkeää, mutta pelastuslaitosten tulee olla aktiivisia tiedottamalla myös sosiaalisessa mediassa. Nykypäivän ihminen on sosiaalisessa mediassa, ja siellä tulisi myös pelastuslaitoksen olla.

Turvallisuusasiantuntija

Turvallisuusasiantuntija käyttää sosiaalisen median sovelluksista Facebookia, Instagramia, Snapchatia, WhatsAppia ja YouTubea. Asema löytyi Facebookin ja Pelastustiedon kautta. Haastateltava kertoo seuraavansa Asemaa Facebookissa. Asema tarjoaa laaja-alaisia artikkeleita ja julkaisuja koko pelastus- ja ensihoitoalasta. Julkaisut ovat ajan tasalla

ja Aseman seuraaminen auttaa pysymään selvillä siitä, mitä alalla tapahtuu. Henkilökohtaisesti haastateltavaa kiinnostaa eniten Aseman artikkelit, jotka liittyvät pelastusalaan. Tosin ensihoidon artikkelit ovat myös hyviä. Turvallisuusasiantuntijan työn kuvaan kuuluu enimmäkseen palo- ja pelastusalaan liittyvät aihealueet, minkä takia pelastusalan uutiset kiinnostavat.

Tulevaisuudessa Asema voisi lisätä valikoimaansa enemmän artikkeleita, jotka käsittelevät pelastusalan uusia innovaatioita ja menetelmiä. Myös eri alojen palo- ja pelastusalaan liittyvät ratkaisut kiinnostavat, sillä turvallisuusasiantuntija on yksityisellä sektorilla töissä. Kalustoesittelyt ovat myös tervetulleita.

Pelastuslaitokset voisivat parantaa omaa näkyvyyttään sosiaalisen median välityksellä lisäämällä enemmän kuvia ja videoita päivittäistoiminnasta. Lukijoiden ja seuraajien olisi helpompaa päästä käsiksi pelastuslaitoksen arkeen ja ihmisiin kuvien ja videoiden välityksellä. Tunnettavuus paranisi myös huomattavasti, sillä sosiaalisessa mediassa kuvat ja videot kiinnittävät eniten huomiota. Tekstipohjainen sisältö on myös hyödyllistä, mutta sosiaalisessa mediassa visuaalinen materiaali kiinnostaa enemmän. Näkyvillä oleva pelastuslaitos on myös helpommin lähestyttävissä kansalaisten näkökulmasta, koska tällöin pelastuslaitos antaa itsestään avoimen ja selkeän kuvan.

Sosiaalisen median hyödyntäminen tiedottamisessa ja turvallisuusviestinnän ympärillä toimii paremmin kuin perinteisten julisteiden kautta. Nykyajan ihminen viettää paljon aikaa sosiaalisessa mediassa, joten osa tiedottamisesta täytyy tapahtua sosiaalisen median välityksellä varsinkin nuorille ja nuorille aikuisille. Myös yleiseen tietoon tuotavia asioita kuten ohjeistuksia palotarkastustoimintaan voitaisiin jakaa sosiaalisen median välityksellä yksinkertaisemmin ja nopeammin. Tiedottaminen on tämän lisäksi aina reaaliaikaista, ja se tavoittaa nopeasti laajemman joukon ihmisiä, koska suurin osa ihmisistä käyttää sosiaalista mediaa jollakin tasolla.

4.3 Aseman sähköinen kyselylomake

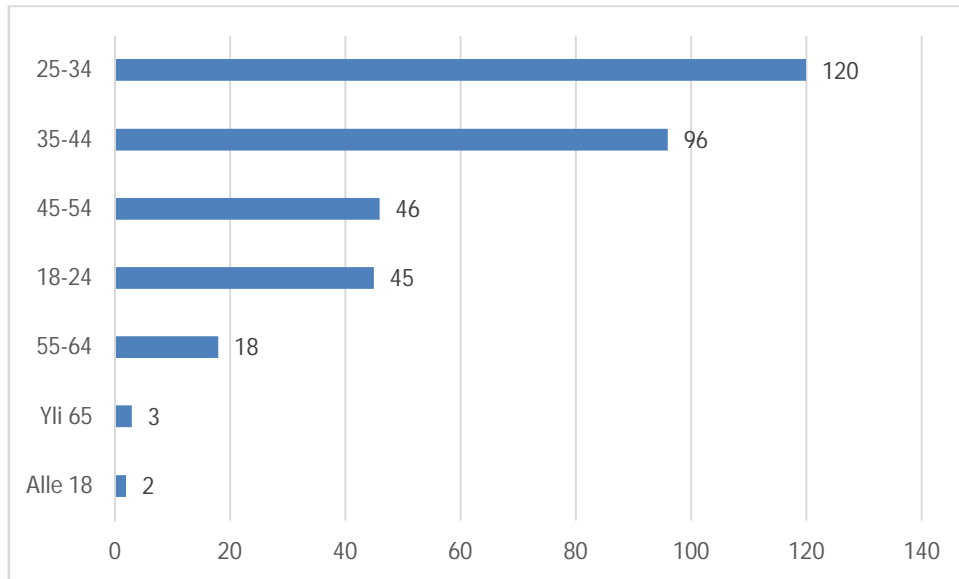
Esittely

Saavuttaaksemme tarkempia tuloksia tehtiin Aseman ympärille lukijatutkimus syksyllä 2017. Lukijatutkimus selvitti Asemaa seuraavien henkilöiden ja Asemasta kiinnostuneiden lukijoiden työtaustoja, ikää sekä sitä, mitä mieltä henkilöt ovat Asemasta tällä hetkellä. Myös tulevaisuuden toiveita Aseman suhteen kerättiin. Lukijatutkimus oli täysin sähköinen, ja siihen löytyi linkki Aseman verkkosivuilta www.asema.eu sekä myös Facebookista Aseman sivuilta. Kysely luotiin mahdollisimman yksiselitteiseksi ja helposti täytettäväksi. Yhtenä syynä tähän oli mahdollisimman monen vastaajan saavuttaminen reliabiliteetin toteutumiseksi parhaalla mahdollisella tavalla. Aseman sähköisen lukijatutkimuksen täydelliset kysymykset löytyvät liitteestä 13.

Tulosten yhteenveto

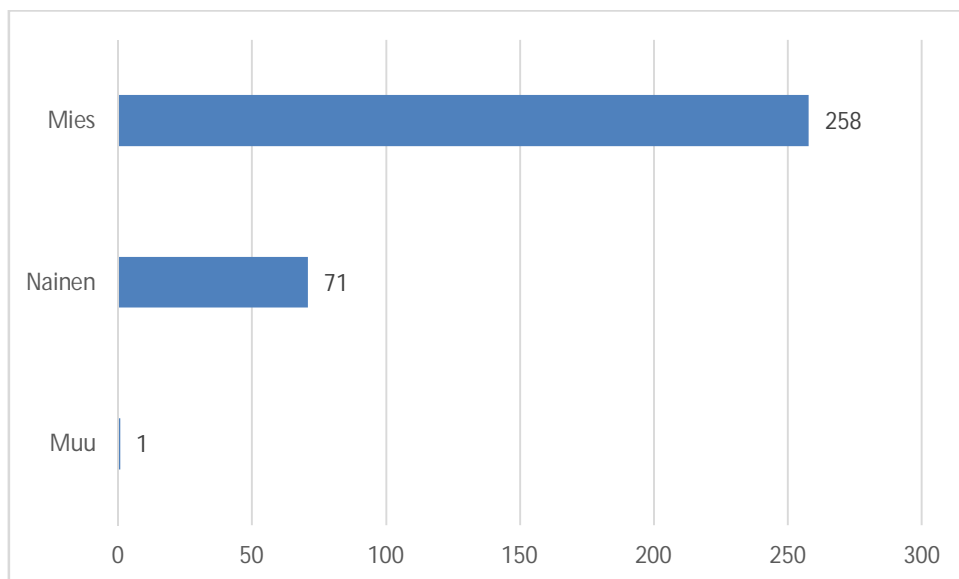
Aseman sähköiseen kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 330 henkilöä. Lukijakyselyyn vastanneista 39 % ilmoitti ammattinimikkeessään työskentelevänsä ensihoidon alalla. Vastanneista 15 % työskenteli jollakin ammattinimikkeellä pelastusalalla. Muulla terveydenhoitoalalla työskenteli yhteensä 8 % vastanneista. Vastaamatta jättäneitä oli yhteensä noin 33 %. Jäljelle jääneellä 5 %:lla oli jokin muu ammattinimike, joka ei suoranaisesti liittynyt pelastus- tai ensihoitoalaan.

Kyselyyn vastanneista henkilöistä puolet tekee vapaaehtoistyötä oman työnsä ohella. Vapaaehtoista työtä tekevistä 60 % on mukana vapaaehtoisessa palokuntatoiminnassa. Toiseksi eniten vapaaehtoistyötä tehdään ensiapupuolella, tämä joukko kattaa yhteensä 20 % vastanneista. Loput 20 % tekevät vapaaehtoistyötä esimerkiksi maanpuolustustoiminnan, partiotoiminnan, meripelastustoiminnan, urheilutoiminnan tai vapaaehtoisen pelastuspalvelun parissa.



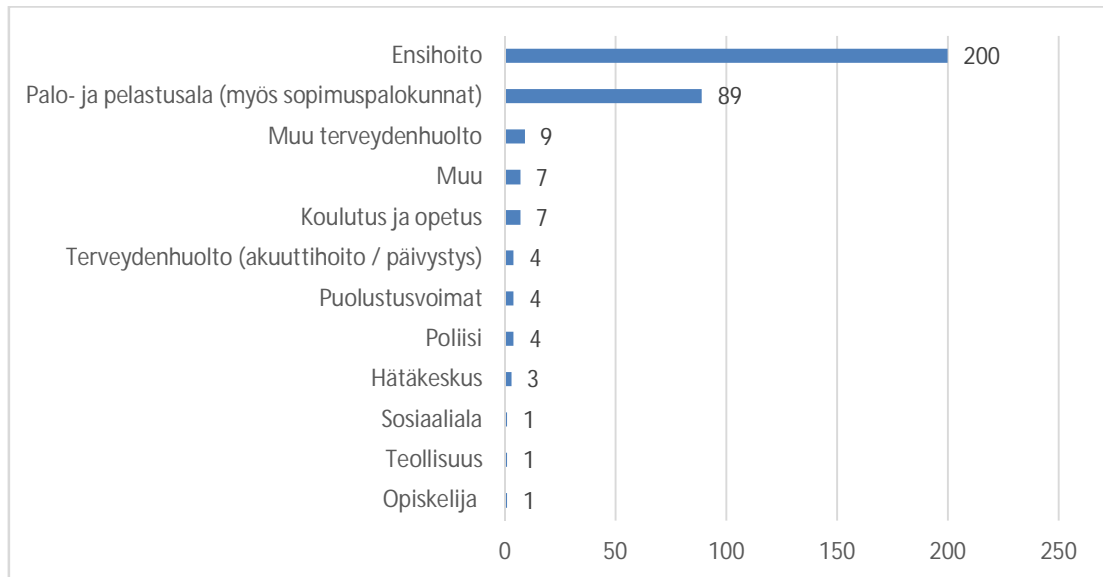
Kuva 2. Vastanneiden ikäjakauma

Ensimmäisellä kysymyksellä selvitettiin kyselyyn vastanneiden ikä (kuva 2). Tarkoituksena oli saada selville Aseman lukijakunta ja ikäryhmä. Kysymyksessä on pääsääntöisesti sosiaalisessa mediassa toimiva julkaisu, joten kiinnostavaa oli, kuinka suuri määrä Aseman lukijoista edustaa sosiaalisen median pääkäyttäjäkuntaa, eli nuoria ja nuoria aikuisia. Kyselyn tuloksessa on selkeästi havaittavissa yhdenmukaisuutta taulukon 1 sivulla 8 kanssa.



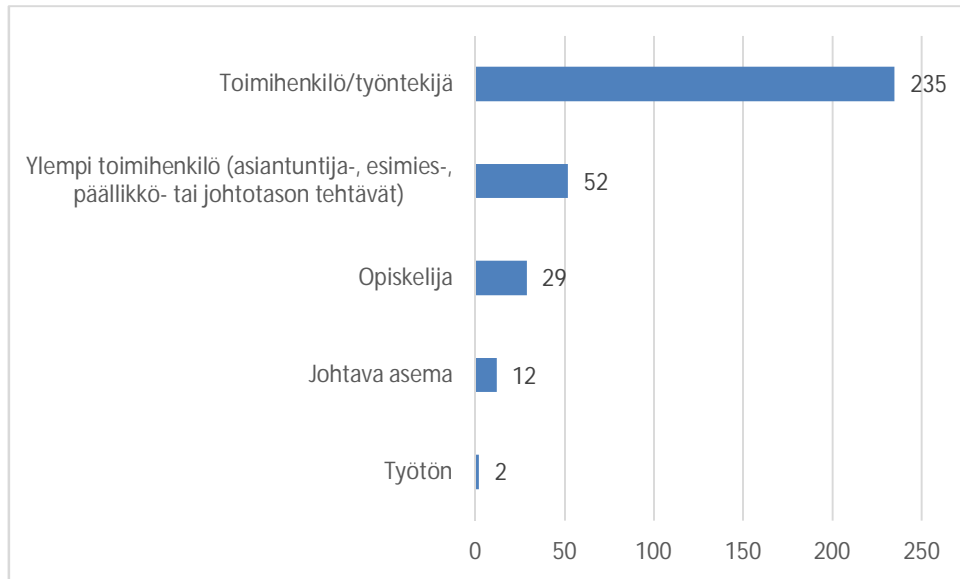
Kuva 3. Vastanneiden sukupuolijakauma

Toisessa kysymyksessä pyrittiin saamaan selville sukupuolijakaumaa ja havainnollistamaan julkaisujen kiinnostavuutta suhteessa sukupuoleen. Perinteisesti pelastusala on miesvoittainen, mutta varsinkin ensihoitoalalla työskentelee yhä enemmän naisia. Kuten kuva 3 kertoo, on enemmistö kyselyyn vastanneista miespuolisia. Prosentuaalisesti yli 78 % vastanneista oli miehiä ja naisia reilut 21 %.



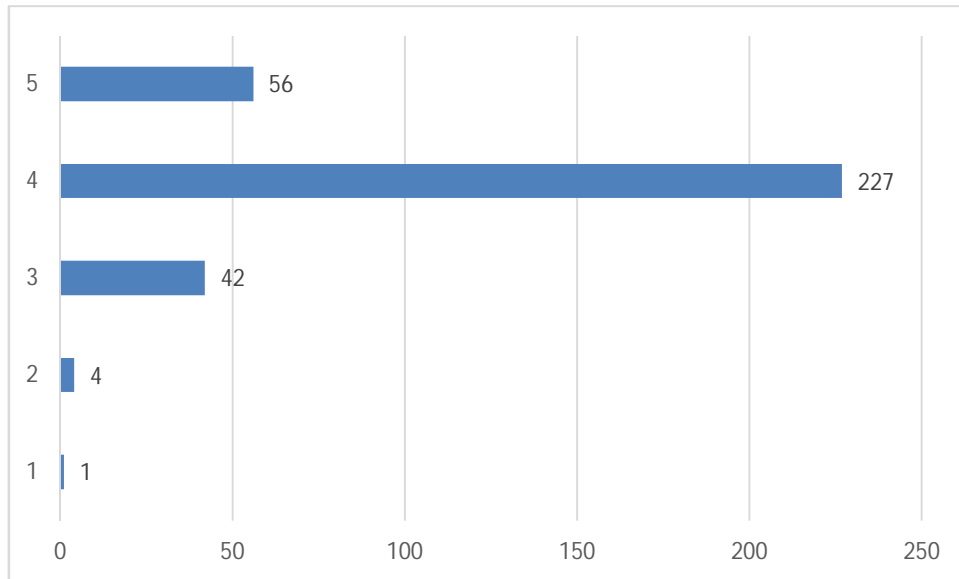
Kuva 4. Ala, jolla vastanneet työskentelevät

Kyselyssä oli erittäin mielenkiintoista selvittää lukijoiden ammatillinen tausta. Varsinkin tulevaisuuden kehittämistä ja Aseman jatkojalostamista varten on äärimmäisen tärkeä selvittää, millä alalla ihmiset työskentelevät. Kyselyn pohjalta on helpompaa suunnata oikeanlaista materiaalia ja julkaisuja Aseman lukijoille. Merkittävintä kysymyksessä oli ensihoidon alalla työskentelevien ihmisten määrä, joka oli kuvan 4 mukaan yli 60 % kaikista vastanneista.



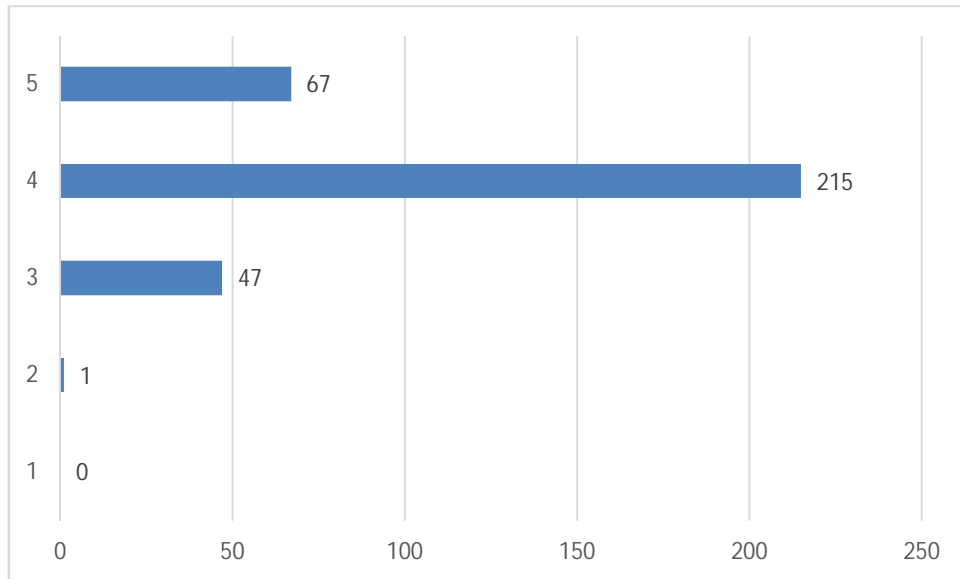
Kuva 5. Asemasi työpaikallasi

Neljännän kysymyksen tarkoituksena oli selvittää Aseman julkaisuja lukevien ihmisten asema omalla työpaikalla. Huomattava määrä vastaajista toimii omassa organisaatiossaan työntekijöinä tai muina toimihenkilöinä. Kuten kuva 5 kertoo, yhteensä reilu 71 % vastanneista toimi käytännön työtä suorittavassa portaassa. Tulevaisuutta ajatellen kysymyksellä haettiin julkaisujen houkuttelevuuden lisäämistä myös muille organisaatiotasolle toimiville henkilöille. Aseman periaatteena on julkaista kaikille tasoille mahdollisimman kattavasti mielenkiintoista sisältöä ja näin ollen tarjota kokonaisvaltaista uutisointia koko alalta.



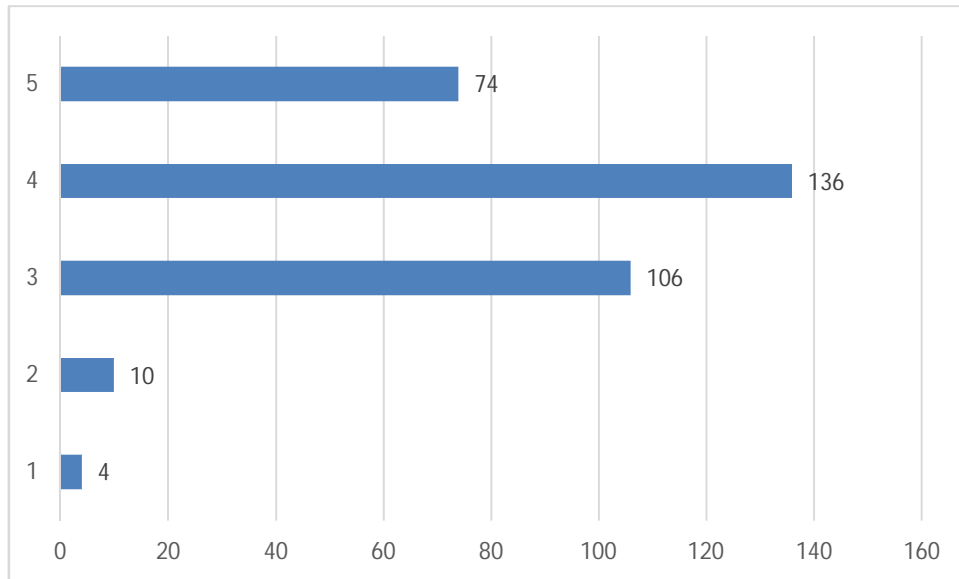
Kuva 6. Asemalla on mielenkiintoisia artikkeleita (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Kuva 6 kertoo, että Aseman artikkelit keräsivät erittäin paljon positiivista palautetta, ja arvosanan 4 tai 5 antaneiden määrä oli lähes 86 % kaikista vastanneista. Saavutus on erittäin positiivinen, sillä Asema pohjautuu pitkälti oman toimen ohella ylläpitävien henkilöiden aktiiviseen toimintaan Aseman ympärillä. Jatkossa tavoitteena on tarjota edelleen mielenkiintoista sisältöä ja materiaalia koko lukijakunnalle.



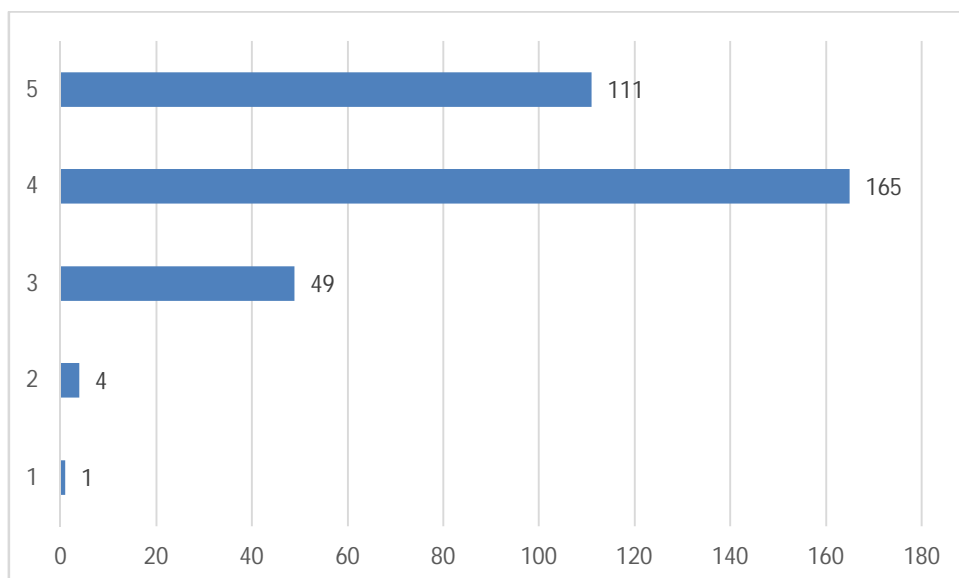
Kuva 7. Aseman artikkelit on hyvin kirjoitettuja (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Yli 85 % vastanneista arvioi Aseman artikkeleiden ja kirjoituksen olevan laadukkaita asteikolla 4 tai 5. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, onko julkaisut asiallisia ja tarjoavatko ne laadukkaan lukukokemuksen. Tällä hetkellä taso on erittäin hyvä, koska kaikista vastanneista ainoastaan yksi henkilö oli antanut negatiivisen vastauksen, joka näkyy muiden vastausten lisäksi kuvassa 7. Tulevaisuudessa Asema keskittyy yhteistyössä artikkeleiden kirjoittajien kanssa luomaan mahdollisen selkokielistä ja helposti sisäistettäviä julkaisuja.



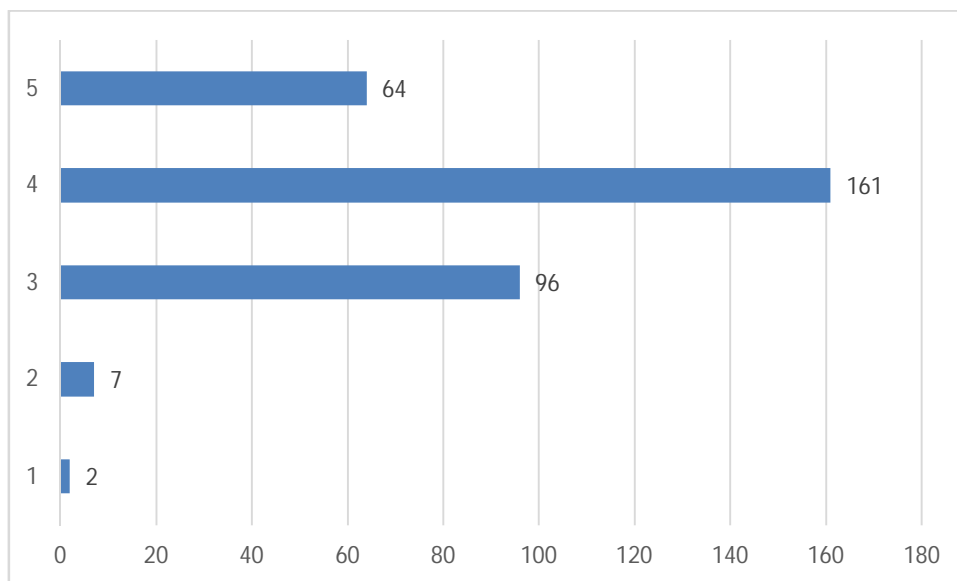
Kuva 8. Asema on erilainen kuin muut alan mediat (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, onko Aseman sisältö uudenlaista verrattuna muihin jo olemassa oleviin pelastusalan medioihin. Tulevaisuuden kannalta kysymyksellä oli huomattava painoarvo, sillä kysymyksen perusteella voidaan tarkastella, kuinka hyvin alkuperäinen idea sivustosta, joka toisi jotain uutta alalle, toteutuu. Kuten kuvasta 8 voidaan nähdä, enemmistö on vastannut positiivisesti ja yhteensä yli 63 % vastanneista arvioi Aseman olevan erilainen kuin muut mediat arvosanalla 4 tai 5.



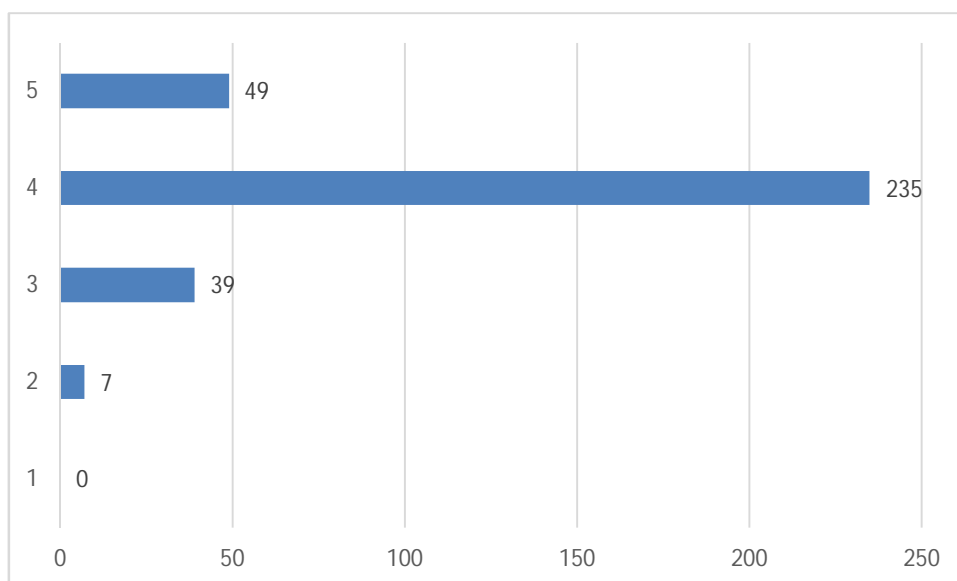
Kuva 9. Asema on hyödyllinen (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Aseman hyödyllisyys oli tutkimuksen perusteella erittäin suuri. Jopa noin 34 % vastanneista arvioi tämän kysymyksen arvosanalla 5. Kysymyksellä pyrittiin selvittämään Aseman todellinen hyödyllisyys lukijoiden mielestä. Asema ei halua olla julkaisu, joka ei olisi hyödyllinen. Aseman yhtenä pääajatuksena on tuoda jotain uutta alalle ja näin ollen olla hyödyksi lukijoilleen ja seuraajilleen tarjoamalla lukemisen ja katsomisen arvoista sisältöä. Kuvasta 9 näkyy kysymyksen vastaushajonta.



Kuva 10. Asema käsittelee alan asioita monipuolisesti (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Asema pyrkii olemaan mahdollisimman monipuolinen ja tarjonnaltaan laaja-alainen. Kyselyyn vastanneista enemmistö on ollut sitä mieltä, että Asema käsittelee asioita monipuolisesti. Kuten kuvasta 10 nähdään niin vastanneista yli 68 % arvioi monipuolisuuden täyttyvän arvosanalla 4 tai 5. Tulevaisuudessa Asema pyrkii edistämään monipuolisuutta lisäämällä artikkeleita ja julkaisuja myös laajamittaisesti muidenkin viranomaisten toiminnasta. Onnistuakseen siinä uudet artikkelien kirjoittajat ja bloggaajat ovat tervetulleita.



Kuva 11. Minkä yleisarvosanan antaisit Asemalle? (1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Aseman yleisarvosanaksi muodostui 4. Lukijakyselyn perusteella voidaan siis tehdä johtopäätös siitä, että Asema on hyödyllinen ja mielenkiintoinen media. Taso on nykyhetkessä hyvä ja laadukas, mutta tulevaisuuteen panostetaan kuitenkin suunnitellulla tavalla. Kuvasta 11 näkyy koko kysymyksen vastaushajonta.

Aseman sähköisessä lukijatutkimuksessa oli myös monivalintakysymyksiä, jotka koskettivat Aseman artikkeleiden kiinnostavuutta ja sitä, mitä artikkeleita lukijat toivoisivat Aseman julkaisevan tulevaisuudessa. Eniten vastanneita kiinnostaa Asemassa julkaistavien artikkeleiden tuoma hyvä lisä muihin seurattuihin medioihin. Monivalintakysymyksessä ”hyvä lisä muihin lukemiini medioihin” valitsi noin reilu 65 % kaikista vastanneista. Toiseksi eniten kiinnosti Aseman tuottama ilmainen sisältö, jonka reilu 48 % vastanneista oli valinnut. Vastanneista yli 44 % oli myös sitä mieltä, että artikkelit ovat laadukkaita. Noin 35 % viittasi artikkeleiden olevan tämän lisäksi vaihtelevia.

Vastanneet halusivat jatkossa lukea enemmän tuoreita uutisia, jotka liittyvät pelastus- ja ensihoitoalaan. Yhteensä noin 42 % kyselyyn vastanneista henkilöistä toivovat lisää ajankohtaisia uutisia. Yli 46 % toivoisi Aseman lisäävän jatkossa arvosteluja työvälineistä tai kirjallisuudesta. Myös henkilöesittelyt ja kolumnit nousivat hyvin esille monivalintakysymyksessä, joka käsitteli Aseman tulevaisuuden julkaisuja.

5 NICLAS214

Olen hyvin aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä. Varsinkin opinnäytetyöhön liittyvän blogin ylläpitäminen on lisännyt aktiivisuuttani huomattavasti.

Käytän henkilökohtaisesti päivittäin seuraavia sosiaalisen median sovelluksia: Instagram, Snapchat ja WhatsApp. Facebookia ja Facebook Messengeriä käytän harvemmin. Olen kiinnostunut enemmän kuvapainotteisesta sisällöstä sosiaalisessa mediassa. Käytän Instagramia lisätakseni kuvia sosiaaliseen mediaan aivan kuten muutkin ystäväni. Instagramissa on mukava ja helppoa käydä ja kuvia pystyy kätevästi selailemaan. Vielä vuoteen 2016 saakka käytin Facebookia ahkerasti. Tällöin en ollut vielä täysin päässyt sisälle Instagramin maailmaan. Facebook on jäänyt taka-alalle mainonnan ja liian tekstipainotteisen sisällön vuoksi. Nykyisin en päivitä juuri mitään Facebookiin. Snapchat on käytännöllinen sosiaalinen media hetkellisten tilanteiden ja kuvien jakamiseen. Usein on tilanne, jolloin haluaa vain viestittää nopeasti jonkin kuvan tai lyhyen viestin ystävälle tai jakaa jonkin tilanteen kaikkien seuraajien kanssa. Snapchat on myös käytännöllinen, sillä sovellus ei tallenna kuvia puhelimen muistiin, ja näin ollen puhelimen muisti ei täyty kaikista kuvista. Kuvathan häipyvät avaamisen jälkeen, näin käy myös videoiden ja viestien kanssa. Tosin sovellus mahdollistaa kaikkien kolmen tallentamisen, mikäli kokee, että se on tarpeellista. Yleensä kaikki tärkeät kuvat tulevat minulle WhatsAppin kautta. WhatsApp on tärkein viestintävälineeni. Se mahdollistaa omista kokemuksista viestinnän yksinkertaisimmin ja ongelmattomimmin. Mikäli haluaa saada yhteyden ulkomaille vaitta, pystyy sovelluksen kautta soittamaan laadukkaita puheluita dataverkkoyhteyttä hyödyntäen. Tosin yhteytenä täytyy tällöin olla vähintään 3G-yhteys.

Niclas214 blogi

Opinnäytetyön yhtenä osana ylläpidin kuva- ja videoblogia Instagramissa sekä tekstiblogia Aseman verkkosivuilla. Päätin opinnäytetyötä tehdessäni koestaa henkilökohtaisesti sosiaalisen median maailman kokeilemalla sitä itse. Tarkoitukseni on jakaa sisältöä

työpäivistäni sosiaalisessa mediassa. Samalla kerron ja esittelen kalustoa sekä työtovereita ja paloasemia. Pääpainona blogissa on koettaa tavoittaa nuoria sosiaalisen median käyttäjiä tarjoamalla uusi tapa päästä käsiksi viranomaisen arkeen ja työtehtäviin. Blogin perustamisen yhteydessä kävimme läpi pelisäännöt yhdessä Keski-Uudenmaan pelastuslaitoksen viestintäpäällikön Terhi Karhuniemen ja opinnäytetyön tilaajan Aseman toisen perustajan Marko Partasen kanssa. Tämä oli tarpeellista, sillä työnantajani nimi ja organisaatio ovat vahvasti esillä päivityksissäni. Myös Asemaa mainitsen päivitysten yhteydessä ja Marko Partanen julkaisee blogia Aseman sivuilla.

Seuraan Instagramissa olevan Niclas214-blogin kehitystä aktiivisesti ja teen yhteenvedon jokaisen viikon seuraajamäärästä, sukupuolijakaumasta, tavoitetuista henkilöistä, profiilinäytöistä ja www.asema.eu-verkkosivulinkin klikkauksista. Niclas214-blogin pitäminen Instagramissa oli mielenkiintoinen lisä oman sosiaalisen median käyttöön. Blogista sain paljon positiivista palautetta ja seuraajamäärä Instagramissa kasvaa edelleen. Alun seuraajamäärän nopean kasvun jälkeen viikoittainen uusien seuraajien määrä on pysytellyt noin kymmenessä Instagramin käyttäjässä. Tykättyimmät kuvat koostuvat paloautoista ja kalustokuvista. Erityisesti kuvat kevytyksiköistä RKU 1115 ja RKU 4115 saivat paljon huomiota Instagramissa olevassa blogissani. Yleisesti seuraajat ovat koostuneet juuri sivulla 8 olevan taulukko 1:ssä olevista sosiaalisen median pääkäyttäjäkunnista. Positiivisen palautteen johdosta olen päättänyt jatkaa Instagramissa olevan Niclas214-blogin ylläpitämistä ja päivittämistä. Kirjoitan jatkossa myös Asemalle uusia artikkeleita, koska artikkelini ovat myös saaneet hyvää palautetta. Teen tarkemman yhteenvedon kahdeksan viikon tapahtumista, ja raportti on tarkasteltavissa liitteessä 14.

6 SUOSITUKSET ASEMAN KEHITTÄMISEEN

Opinnäytetyön tarkoituksena on Aseman ja pelastusalan sosiaalisen median ympärillä tapahtuva toiminta. Tarkoitukseni oli selvittää Aseman nykytila ja se, miten Asemasta voitaisiin saada edelleen parempi sivusto, joka houkuttelisi lisää lukijoita sivuilleen ja samalla pystyisi tarjoamaan laadukasta sisältöä kuten tähänkin asti.

Aseman ympärille tehtiin henkilöhaastatteluita. Sähköinen kyselytutkimus antoi selkeitä näkemyksiä, mihin suuntaan Asemaa tulisi tulevaisuudessa kehittää. Nykypäivänä ihmisiä ja lukijoita kiinnostaa selkeästi toinen tai toiset ihmiset. Asema julkaisee tälläkin hetkellä blogeja ja artikkeleita, joita alan ammattilaiset ovat kirjoittaneet, ja Asema toimii vain julkaisijana. Vaikkakin Asemalla on hyvä tarjonta, haluaisi enemmistö kuitenkin lisää henkilöesittelyjä ja tarinoita muilta alalla olevilta ihmisiltä. Henkilöhaastatteluja tehdessä ilmeni myös selkeästi ihmisiä kiinnostavan artikkelit ja blogit. Kyseessä on kuitenkin sosiaalisen median sivusto, joten olisin odottanut visuaalisen sisällön kiinnostavan. Tilanne on siis päinvastainen, alalla olevat muut ihmiset pitävät alakohtaisen sisällön lukemisesta. Asema saikin hyvää palautetta molemmissa kyselyissä artikkeleidensa laadusta ja monipuolisuudesta.

Tulevaisuudessa tulee Aseman keskittyä laadukkaiden artikkeleiden ja blogien julkaisuun ja koettaa saada uusia kirjoittajia sivustolle. Tutkimuksesta ilmeni myös selkeästi tarve saada lukea mielenkiintoisia ensihoidon artikkeleita varsinkin ulkomailta. Artikkeleiden lisäksi tuoreet uutiset kiinnostivat vastanneita, ja kalustoesittelytkin nousivat pinnalle haastatteluista. Aseman lukijakunta on monipuolinen. Lukijoissa on paljon erilaisia ihmisiä, joten Aseman ympärille luotu tutkimus oli äärimmäisen hyödyllinen.

Yleisesti pelastuslaitosten tuottamaan materiaalin sosiaalisessa mediassa oltiin tyytyväisiä. Mielenkiintoisin havainto oli Aseman kannalta se, että ihmisiä kiinnostaa pelastuslaitosten jakama visuaalinen materiaali, kun taas Asemassa kiinnostavat mielenkiintoiset artikkelit ja blogit. Opinnäytetyössäni havaittiin selkeästi myös viranomaistoiminnan avoimuuden tärkeys. Monet haastatteluun osallistuneista kannattaa sosiaalisessa mediassa näkyvää ja avointa pelastuslaitosta. Kansalaisen olisi tällöin helpompaa samaistua

pelastuslaitokseen ja sen henkilöstöön. Tämän pohjalta myös pelastuslaitoksen luotettavuus kasvaa.

Varsinkin sosiaalisessa mediassa toimiminen tukee valtakunnallisen pelastustoimen arvojen ja toiminnan tavoitteiden, erityisesti avoimuuden ja osallistumisen, toteutumista.

Henkilöhaastattelujen yhteydessä keskusteltiin yleisesti myös sosiaalisesta mediasta ja pelastusalasta. Merkittävintä oli huomata pelastuslaitoksen ja muun yksityisen pelastusalan julkaisun merkitys lukijan näkökulmasta.

Keskusteluista voidaan tehdä sellainen johtopäätös, että Aseman julkaisuissa saisi mielellään olla tarinoita, blogeja, henkilöesittelyjä, uutisia ja kalustoesittelyjä. Toisin sanoen ihmiset haluavat viihtyä Aseman ympärillä, sillä se on yksityinen toimija, joka ei ole viranomainen. Pelastuslaitosten julkaisuissa kiinnostavat visuaalinen materiaali lyhyellä ytimekkäällä tiedottavalla, valistavalla tai varautuvalla tekstillä. Muutaman haastateltavan mielestä pelastuslaitoksien ei kannata julkaista liikaa materiaalia sosiaalisessa mediassa vaan tärkeää on säilyttää arvokkuus ja luottamus myös julkaisujen suhteen. Liika sosiaalisessa mediassa näkyminen ei välttämättä sitä tuo. Tämä esimerkki pohjautuu pariin haastatteluun aihealueen ympärillä.

Pelastuslaitosten julkaisuissa kiinnostaa asiallinen visuaalinen sisältö unohtamatta tiettyissä kohtaa huumoria, sillä se rentouttaa tunnelmaa. Julkaisujen tulisi myös olla mahdollisimman luonnollisia ja aitoja, jotta varsinkin ulkopuolisella ihmisellä olisi helppo samaistua asiaan. Asemalla tulisi julkaista pelastus- ja ensihoitoalaan liittyviä tekstipainotteisia julkaisuja, joita ihmiset lukevat. Perusteluna tälle on se, että Asemalla ihminen on ihminen, mutta pelastuslaitoksen julkaisussa ihminen mielletään osaksi organisaatiota.

7 POHDINTA

Olen ollut kiinnostunut viestinnästä ja sen tuomasta vapaudesta, joka on lähes maailmanlaajuinen. Aihealue oli mielestäni erittäin mielenkiintoinen, sillä olemme selkeästi ajan-kohtaisen kysymyksen ja aiheen ympärillä.

Päädyin seuraamaan Aseman Facebook-sivua muutama kuukausi julkaisun jälkeen. Sivusto vakuutti minut alkumetreillä selkeällä ulkoasullaan ja asiantuntevilla kirjoituksillaan. Alkutaipaleen aikana en vielä tiennyt muuta enkä ollut tutustunut Aseman toiseen perustajaan palomies Marko Partaseen Keski-Uudenmaan pelastuslaitokselta. Nimi Marko Partanen on varmasti monelle tuttu Systole ja Pelastustieto -lehdistä, joille Partanen aktiivisesti valokuvaa ja kirjoittaa artikkeleita. Päädyimme hetken keskustelun jälkeen Partasen kanssa tutkimaan Asemaa tarkemmin.

Opinnäytetyön tarpeellisuus oli erittäin suuri. Perusteluna tälle on nykytilanne pelastusalan viestinnässä sekä Aseman reilun yhden vuoden toiminta sosiaalisessa mediassa. Minua kiinnostivat molemmat lähestymissuunnat, sekä pelastuslaitoksen että Aseman. Opinnäytetyö pohjautui kuitenkin täysin Aseman ympärille, sillä kyseessä oli tilaustyönä tehty opinnäytetyö.

Opinnäytetyön tutkimuksiin panostettiin paljon. Tutkimuksista pyrittiin saamaan mahdollisimman laadukkaita ja uudelleen käytettäviä. Tämän opinnäytetyön sähköinen lukijatutkimus ja henkilöhaastattelun kysymykset ovat uudelleen käytettävissä ja niitä voi hyödyntää esimerkiksi tulevaisuudessa Aseman tutkimiseen.

Teoriaosuudessa keskityttiin sosiaalisen median kehitykseen ja nykymuotoon. Mielestäni teoriaosuus on yleisesti kattava ja siitä saa kattavan kokonaisuuden sosiaalisesta mediasta. Suomalaisten sosiaalisen median käyttäytymistä pyrin tuomaan esille mahdollisimman yksiselitteisesti ja selkeästi. Kaiken kaikkiaan tarkoitus oli saada lukija ymmärtämään, mitä sosiaalinen media on, ja samalla lisätä mahdollisuuksien mukaan paljon uutta tietoa, joka ei ole välttämättä kaikkien sosiaalisen median käyttäjien tiedossa.

Opinnäytetyö antoi paljon mahdollisuuksia jatkotutkimuksiin. Yhtenä jatkotutkimuksena pitäisi selvittää sosiaalisen median hyödyntäminen pelastuslaitosten turvallisuusviestinnässä. Enemmistö haastateltavissa mainitsi sosiaalisen median ja turvallisuusviestinnän tärkeyden pelastuslaitoksen toiminnassa. Opinnäytetyön aihe voisi siis sisältää selvityksen siitä, miten pelastuslaitokset hyödyntävät sosiaalista mediaa turvallisuusviestinnässä. Työn tavoitteena olisi löytää konkreettisia parannuskeinoja ja uusia ideoita.

Toisena jatkotutkimusaiheena voisi olla pelastuslaitosten viestinnän tutkiminen. Opinnäytetyön tutkimusosuus saattaisi sisältää tietoa pelastuslaitosten viestinnän rakenteesta ja siitä, kuka tai ketkä vastaavat viestinnästä. Tutkimuksen tarkoituksena olisi löytää mahdollisimman toimiva ratkaisu siihen, miten sosiaalisen median kautta tapahtuva viestintä voisi olla mahdollisimman tehokasta hyödyntämällä jo olemassa olevia resursseja.

Olen opinnäytetyöprosessin aikana oppinut paljon uutta sosiaalisesta mediasta ja sen hyödyntämisestä. Opinnäytetyö on lisäksi auttanut minua ymmärtämään paremmin sosiaalisen median kautta tapahtuvan näkyvyyden lisäämisen tärkeyttä pelastusalalla. Pääsin myös tutustumaan Asemaan ja sen takana oleviin henkilöihin, mikä myös avasi näkemyksiä sosiaalisesta mediasta. Sain myös arvokasta oppia ja kokemusta, miltä tuntuu kirjoittaa blogia ja olla näkyvillä uudella tavalla sosiaalisessa mediassa.

LÄHTEET

Boyle, J. 2008 *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. Yale University Press. London.

CERN. The birth of the web. www-dokumentti. <http://cds.cern.ch/record/1998446>. 31.3.2018.

Heinonen, K. 2011 *Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav.* 10, Issue 6. Wiley Online Library.

Henkilötietolaki 1999/523.

Hintikka, K. Sosiaalinen media. www-dokumentti. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>. 30.1.2018.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. Kirjayhtymä. Hämeenlinna.

Lehti, M. ja Rossi, M. 2017 *Digitaalinen Suomi 2017*. 2. painos. ERWEKO Oy. Vantaa.

O'Reilly, T. What Is Web 2.0. www-dokumentti. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. 31.3.2018.

Pelastuslaki 2011/379.

Phillips, S. 2007. A brief history of Facebook. www-dokumentti. <https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>. 6.2.2018.

Pönkä, H. 2017 *Open somekirja*. Docendo Oy. Jyväskylä.

Pönkä, H. 2017. Suomalaiset sosiaalisessa mediassa Q1/2017. www-dokumentti. <https://harto.wordpress.com/2017/03/29/suomalaiset-sosiaalisessa-mediassa-q12017/>. 15.2.2018.

Rongas, A. 2011. Avoimuus ja jakaminen. www-dokumentti. http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/avoimuus_ja_jakaminen. 6.4.2018.

Sisäasiainministeriön julkaisu 17/2013. Ohje palvelutasopäätöksen sisällöstä ja rakenteesta.

Sähköisen viestinnän tietosuojalaki 2004/516.

Tekijänoikeuslaki 1961/404.

Tilastokeskus. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimus 2017.

Thorslund, E. 2009 *Nuoret, netti j@ mobiili*. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Viestintäopas 2015. Pelastuslaitosten kumppanuusverkoston julkaisu 1/2015.

Viestintävirasto 2018. 5G:n vauhti kiihtyy – Suomessa käynnistynyt useita kokeiluja digitalisaation edistämiseksi. www-dokumentti. <https://www.viestintavirasto.fi/viestintavirasto/ajankohtaista/2018/5gnvauhtikiihtyy-suomessakaynnistynytuseitakokeilujadigitalisaationedistamiseksi.html>. 10.2.2018.

Viestintävirasto 2016. Jokaisella on oikeus puhelin- ja internetyhteyteen. www-dokumentti. <https://www.viestintavirasto.fi/internetpuhelin/oikeuspuhelin-jalaaajakaistaliittymaan.html>. 10.2.2018.

Viestintävirasto 2016. Matkaviestinverkon kuuluvuus. www-dokumentti. <https://www.viestintavirasto.fi/internetpuhelin/puhelin-jalaaajakaistaliittymantoimivuus/matkaviestinverkonkuuluvuus.html>. 10.2.2018.

LIITTEET

Liite 1. SOMEn pelisäännöt

Liite 2. Henkilöhaastattelujen kysymykset

Liite 3. Haastattelu palomies 1

Liite 4. Haastattelu palomies 2

Liite 5. Haastattelu ylipalomies

Liite 6. Haastattelu paloesimies

Liite 7. Haastattelu palomestari

Liite 8. Haastattelu palotarkastaja

Liite 9. Haastattelu palopäällikkö

Liite 10. Haastattelu ensihoitaja perustaso

Liite 11. Haastattelu ensihoitaja hoitotaso

Liite 12. Haastattelu turvallisuusasiantuntija

Liite 13. Aseman sähköinen kyselylomake

Liite 14. Niclas214 Instagram blogin tilastot kahdelta kuukaudelta

LIITE 1.

Pelissäännöt

- Pelastuslaitoksen organisaation nimissä tehtävästä sosiaalisen median sisällöntuottamisesta vastaavat tehtävään erikseen nimetyt ja koulutetut henkilöt.
- Pelastuslaitos suhtautuu myönteisesti myös jokaisen työntekijänsä sosiaalisen median käyttöön.
- Työntekijä voi olla sosiaalisessa mediassa joko pelastuslaitoksen edustajana tai jossakin muussa roolissa, mutta työprofiili ja henkilökohtainen profiili tulee aina pitää selkeästi erillään (on hyvä muistaa että monien mielestä pelastuslaitoksen työntekijä edustaa pelastuslaitosta aina). On huomioitava, että joissain palveluissa esim. facebookissa saa yhdellä henkilöllä olla vain yksi profiili.
- Laki kunnallisesta viranhaltijasta edellyttää, että viranhaltijan on käyttäydyttävä asemansa ja tehtäviensä edellyttämällä tavalla. Tämä koskee myös esiintymistä sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä vapaa-ajalla.
- Palveluita käytettäessä noudatetaan lainsäädännön [esim. JulkL 621/1999, 22–24§] määräyksiä ja työnantajan (pelastuslaitoksissa mm. kuntien) ohjeita.
- Työntekijä saa mainita työnantajansa, jos sitoutuu käyttäytymään asiallisesti ja hyvien käytöstopojen sekä alan arvojen mukaan.
 - sosiaalisessa mediassa pelastuslaitos voi esiintyä hieman vapaamuotoisemmin huumoriakaan unohtamatta
 - julkaistuilla jutuilla voidaan tehostaa omien tai muiden turvallisuustoimijoiden verkkosivujen tavoitettavuutta ajankohtaisin linkein

Työhön liittyvät kysymykset:

- Keskity vain asiallisiin sisältöihin. Tee ilmoitus, jos havaitset häiritsevää sisältöä.

- Osallistu keskusteluun omalla nimelläsi ja tittelilläsi ja kerro mitä organisaatiota edustat. Olemalla läpinäkyvä herätät luottamusta.
- Ole asiallinen ja kohtelias ja jos näet muilla sosiaalisen median sivuilla asiatonta keskustelua, pyri ohjaamaan keskustelu pelastuslaitoksen hallinnoimille sivuille faktojen tueksi.
- Vastaamalla huolellisesti ja harkiten varmistat, ettei sanojasi ja mielipiteitäsi voida ymmärtää väärin.
- Älä provosoidu äläkä provosoi!

Palvelut

- Yksityishenkilönä voit osallistua mihin tahansa sosiaalisen median palveluun. Käytä tällöin muuta kuin työsähköpostiosoitetta tunnusten luontiin.
- Jos olet kiinnostunut ammattiisi liittyvän blogin kirjoittamisesta, ota yhteyttä organisaatiosi sosiaalisen median koordinaattoriin. Häneltä saat apua sekä välineet blogin kirjoittamiseen.
- Muista, että vaikka kirjoittaisit henkilökohtaista blogia, on siihen syytä lisätä vastuunrajaus ”Sivustolla esitetyt mielipiteet ovat henkilökohtaisia eivätkä välttämättä edusta pelastuslaitoksen kantaa”.

Vastuut

- Jokainen on vastuussa omista sanomisistaan.
- Muista netiketti ja kunnioita kyseisen palvelun sääntöjä.
- Sinulla on oltava oikeus julkaisemaasi materiaaliin.

Tietoturva

- Älä käytä palveluissa samoja tunnuksia/salasanvoja, kuin työpaikan tietoverkossa.
- Kirjaudu aina ulos palvelusta ettei kukaan pääse käyttämään avoimeksi jäänyttä profiiliäsi.
- Tarkista aina palvelujen yksityisyys- ja tietoturva-asetukset

LIITE 2.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?
2. Mitä kautta löysit Aseman?
3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?
4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot
5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu
6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?
7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?
8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

LIITE 3.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia, Instagramia ja YouTubea.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman Facebookista kaverin tykkäyksen kautta.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A ja B. Seuraan Asemaa koska sen sisältö on laadukasta ja mielenkiintoista. Pidän erityisesti artikkeleiden lukemisesta Facebookissa ja kuvista Instagramissa.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A ja B. Eniten olen mieltynyt lukemaan tarinoita ja muiden alalla olevien henkilöiden juttuja liittyen pelastus- ja ensihoitoalaan.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Toivoisin enemmän ulkomailta artikkeleita tai julkaisuja. Varsinkin jotkut innovaatiot muualta maailmasta olisi miellyttävä lisä valikoimaan.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Pelastuslaitokset voisivat tulevaisuudessa lisätä enemmän päivittäistoimintaan liittyviä juttuja ja kuvia. Voisimme esiintyä tietyiltä osin avoimimmin kansalaista silmällä pitäen.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Tiedonvälitys ja viestintä voisi nopeutua esimerkiksi Facebookin avulla. Kaveriksi kun on helppo lisätä joku tuttu ja aloittaa keskustelu hyödyntämällä sosiaalista mediaa.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Kokemus on ollut hyvä. Mielestäni pelastuslaitokset ovat oppineet hyödyntämään sosiaalista mediaa oikealla tavalla kaikissa kolmessa kohdassa. Jatkossa valistukseen liittyvän materiaalin voisi olla enemmän kannustavampaa. Kaikissa valistusjulkaisuissa tulisi ehdottomasti unohtaa negatiivinen pelottelu.

LIITE 4.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia ja joskus YouTubea.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Asema ponnahti etusivulleni Facebookin suosittelun kautta.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A, seuran Asemaa Facebookissa. Mielestäni Facebookissa on hyviä artikkeleita pelastus- ja ensihoitolasta. Facebookin kautta Asemaa on helppo seurata, sillä etusivulle tulee aina ilmoitus uusista julkaisuista Asemalla.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A ja B, artikkelit ja blogit kiinnostavat. Molemmat tarjoavat hyvää tietoa ja asiallista sisältöä. Mielestäni Aseman julkaisemat lyhennetyt versiot muidenkin julkaisujen artikkeleista ovat hyviä sillä ne antavat selkeän ja kokonaisvaltaisen kuvan kyseisestä julkaisusta.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Toivoisin Aseman julkaisevan enemmän mietteitä ja artikkeleita muiden viranomaisten toiminnasta. Ne antaisivat paremman käsityksen muiden viranomaisten työtehtävistä. Kaiken ollessa samassa paikassa, eli Aseman sivuilla, Asema tarjoaisi täydellisen sivuston.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Mielestäni pelastuslaitokset ovat tällä hetkellä hyvällä tasolla hyödyntäneet sosiaalista mediaa ja oppineet miten ihmisiä tavoitetaan tehokkaasti sosiaalisen median välityksellä. En osaa suoraan sanoa miten näkyvyyttä voitaisiin edelleen parantaa, sillä pelastuslaitoksilla on hyvät sosiaalisen median kanavat ja televisio-ohjelmat tukevat tätä näkyvyyttä.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Henkilökohtaisella tasolla sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää yksilötason kommunikoinnissa työntekijöiden välillä. Tämä kuitenkin riippuu ihmisten oman sosiaalisen median käyttämisen ympärillä.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Tämän hetkinen taso ja tilanne on hyvä. Pelastuslaitokset tiedottavat aktiivisesti omasta toiminnastaan, valistavat ja julkaisevat mielenkiintoista sisältöä. Päivittäistehtävien tiedottaminen voisi olla laajempaa hyödyntämällä Twitterin lisäksi myös muita sosiaalisen median kanavia kuten Facebookia.

LIITE 5.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Facebook ja Instagram.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Työkavereiden kautta.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

B. Facebookin kautta, mielenkiinnosta.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

Eniten A ja B, C ja D ihan jees.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Fiksuja ja asiallisia julkaisuja. Pysyy maine ja kunnia 😊.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Mun mielestä ollaan jo melko riittävästi näkössä.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

En osaa sanoa, aika näyttää.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Myönteiset.

LIITE 6.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia, Instagramia ja Snapchattia.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman Facebookin kautta.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A ja B, seuraan Asemaa, mutta en osaa sanoa miksi.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

C, minua kiinnostaa eniten Asemalla julkaistut kuvat.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

En osaa sanoa tässä vaiheessa, käyn Aseman sivuilla silloin tällöin.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Mielestäni alakohtaista faktaa tulisi lisätä enemmän pelastusalan julkaisuihin. Varsinkin pienet tarinat pelastusalan arjesta olisivat tervetulleita. Esimerkiksi Pohjois-Suomen pelastustoimen tilanne verrattuna ruuhkasuomen tilanteeseen voitaisiin tuoda paremmin esille.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Mielestäni olemme verkostoituneet aivan tarpeeksi.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Kokemuksena osa pelastuslaitoksista hyödyntää sosiaalista mediaa hyvin. Poikkeuksena muutama pelastuslaitos joiden sosiaalisen median kautta tapahtuvan tiedottamisen tulisi parantua. Varsinkin visuaalisen valistamisen tulisi parantua ja valistuksen tulisi pohjautua todellisiin tilanteisiin ja tapahtumiin joihin lisättäisiin valistavaa tietoa sopivan ytimekkäästi.

LIITE 7.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman työkaverin kautta, hän kertoi siitä työpaikallani.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

B. Aloin seurata Asemaa, koska artikkelit toivat jotain uutta lisää alalla. Mielestäni artikkelit ovat asiallisesti kirjoitettuja ja laadukkaita.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A. Pelastus- ja ensihoitoalan artikkelit kiinnostavat. Niitä on laidasta laitaan.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Mielestäni tällä hetkellä ei tarvitse lisätä mitään, tahti on hyvä.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Taso on tällä hetkellä hyvä. Olemme mielestäni tarpeeksi ja riittävästi näkyvillä. Kansalaisten on helppo lähestyä myös sosiaalisen median välityksellä ammattikuntaamme.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Vaikea sanoa. En ole kovin perehtynyt tässä suhteessa sosiaalisen median hyödyntämiseen.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Kokemukseni ovat hyviä. Mielestäni kaikki tärkeä sisältö on pyritty jakamaan myös sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalinen media on hyvin tehostanut perinteisen internetpohjaisen sisällön jakamisen. Sosiaalisen median hyödyntämisessä on tietenkin eroja pelastuslaitoksittain. Eräät pelastuslaitokset hyödyntävät sosiaalista mediaa lähes päivittäin, kun taas jotkut silloin tällöin

LIITE 8.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Facebook ja Instagram.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Facebookista. Ponnahti omalle etusivulle kaverin tykkäyksestä.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A ja B. Asemalla on mielenkiintoisia julkaisuja jotka kiinnostavat. Instagramissa on enemmän kuvia ja niitä on helppo selata. Facebookissa on enemmän tekstiä.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A ja C. Minua henkilökohtaisesti kiinnostaa eniten otsikkotason jutut ja artikkelit. Myös hyvät kuvat ovat miellyttäviä ja sen takia seuraan Asemaa myös Instagramissa.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Enemmän artikkeleita ja juttuja pienemmiltä paloasemilta. Myös terve ja perusteltu kritiikki on tervetullutta. Sillä kyseiset kriittiset artikkelit saattavat hyvässä tapauksessa kehittää koko alaa eteenpäin.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Enemmän henkilöesittelyjä sosiaaliseen mediaan, kuten esimerkiksi Instagramiin ja Facebookiin. Niclas214 tyyllisen Instagram blogin tapaista blogia voisi aloittaa joku muukin pitämään. Esimerkiksi kuvat ja lyhyet videot ovat mielenkiintoisimpia, sillä ne eivät vaadi katsojalta aikaa tai vaivaa. Päälystön työtehtävistä olisi myös mukava saada jotain materiaalia ja päivityksiä.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Muiden pelastuslaitosten kalusto on kiinnostavaa. Esimerkiksi Niclas214 blogi mahdollistaa kysymysten osoittamisen suoraan materiaalia jakavalle henkilölle, jolloin yhteydenotto onnistuu vaivatta esimerkiksi Instagramin yksityisviestin välityksellä. Kyseinen sosiaalisen median kautta tapahtuva viestintä nopeuttaa viestinvälitystä yksilötasolla huomattavasti.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Laajempien uhkien ja tapahtumien viestintä on hyvällä tasolla. Pelastuslaitosten omilla sosiaalisen median sivuilla jaetut tärkeät tiedotteet kuten vaaratiedotteet ovat toimivia. Samoin yleisötapahtumien informointi on mielestäni hyvällä tasolla. Päivittäistehtävien tiedottaminen voisi olla mielestäni laajempaa ja tehokkaampaa sillä se voisi esimerkiksi liikenneonnettomuuksissa ohjeistaa nopeammin autoilijoita ja muita tielläliikkuja.

LIITE 9.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Instagramia ja Twitteriä.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman Facebookin kautta. Artikkelin joka liittyi työaikamuutokseen pelastusalalla osui silmään ja tämän jälkeen aloin seuraamaan Asemaa Facebookissa.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A ja B. Seuraan Asemaa Facebookissa ja Instagramissa. Asemalla on hyviä bloggeja ja artikkeleita, jotka liittyvät pelastusalaan. Sivuston tuottama sisältö on mielenkiintoista.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A ja B. Henkilökohtaisesti minua kiinnostaa pelastusalaan liittyvien innovaatioiden ja uutisten lukeminen. Asema on nousemassa mielestäni pelastusalan julkaisuiden kärkikastiin kovaa vauhtia.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Mielestäni työnantajan näkemystä voitaisiin tuoda enemmän esille artikkeleissa ja julkaisuissa. Monesti tietyt asiat ovat monimutkaisempia kuin miltä julkisuudessa halutaan niiden näyttävän.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Pelastuslaitoksien tulisi enemmän hyödyntää sosiaalista mediaa toiminnassaan ja lisätä resursseja viestinnän ympärille. Henkilöstöresursseja voitaisiin hyödyntää tehokkaammin tai joissakin tapauksissa henkilöstöä voitaisiin palkata lisää viestinnän ympärille. Poliisin laaja toiminta sosiaalisessa mediassa on hyvä esimerkki viestinnästä viranomaistoimijana.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Alan sisäistä tiedottamista esimerkiksi uusista työkaluista ja innovaatioista voitaisiin jakaa tehokkaammin sosiaalisen median välityksellä pelastuslaitoksien välillä.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Mielestäni valistuksen ympärillä hyödynnetään hyvin tietyissä tilanteissa sattuneen onnettomuuden yhteyteen liittyvää valistusta. Myös normaaliolojen häiriötiloihin liittyvää ennakoivaa tiedottamista on tehostettu aktiivisesti viime vuosina sosiaalisen median hyödyntämisellä. Pelastuslaitoksien tulisi jatkossa olla aktiivisempia valistuksen saralla ja hyödyntää sosiaalisen median tuomaa nopeaa tiedon siirtoa ja vaivatonta ihmisten tavoittamista.

LIITE 10.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia ja Instagramia. Joskus tietenkin myös YouTubea.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman työkaverin kautta. Hän näytti Facebookissa olleen mielenkiintoisen artikkelin.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

B. Seuraan Asemaa Facebookissa. Aseman julkaisut ovat tässä hetkessä ja ne tuovat kokonaisvaltaista lisää omiin muihin lukemiini alakohtaisiin medioihin.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A ja B. Henkilökohtaisesti minua kiinnostaa eniten artikkelit ja blogit, koska toisten alalla olevien ihmisten näkemykset ja tarinat ovat mielenkiintoista luettavaa. Myös uutiset jotka liittyvät pelastus- ja ensihoitoalaan kiinnostavat minua.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Toivoisin Aseman julkaisevan jatkossa enemmän päivittäiseen ensihoitoon liittyviä julkaisuja. Olisi mielenkiintoista lukea muualla tapahtuvasta ensihoidosta ja sen toteuttamisesta.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Pelastuslaitokset ovat hyvin esillä sosiaalisessa mediassa. Tulevaisuudessa voitaisiin tuoda esiin enemmän ihmisiä ja tarinoita liittyen työhön. Henkilöt jotka nousevat esiin organisaatiosta herättävät kiinnostusta ja rakentavat koko alan luottavuutta, kun ei piilouduta organisaation taakse.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Vaikeaa sanoa. Henkilökohtaisesti en ole niin aktiivinen sosiaalisessa mediassa, että kokisin tästä olevan mitään mullistavaa hyötyä. Sosiaalinen media tosin helpottaa yhteydenpitoa muiden sosiaalisen median käyttäjien kanssa.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Tiedottamisen, valistuksen ja varautumisen kokemukset ovat hyviä. Mielestäni pelastuslaitokset ovat huomattavasti parantaneet sosiaalisen median näkyvyyttään viimeisten vuosien aikana. Edelleen sosiaalista mediaa voitaisiin hyödyntää tehokkaammin varsinkin valistuksen osalta. Sosiaalisessa mediassa tapahtuva valistaminen on helppo ja yksinkertaista.

LIITE 11.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia, Instagramia, YouTubea ja WhatsAppia

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Asema ponnahti uutisvirtaan omalle Facebook etusivulle kaverin tykkäyksen kautta ja päätin aloittaa seuraamisen, sillä sivusto vaikutti mielenkiintoiselta.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A ja B. Facebookissa on paljon mielenkiintoista pelastusalaan ja ensihoitoalaa koskettavia artikkeleita. Aseman laaja-alainen julkaisuskaala sisältää paljon erilaista materiaalia ja näin ollen sitä on miellyttävä lukea ja seurata. Sosiaalisen median välityksellä Asemaa on vaivatonta seurata. Myös syvällisemmät ajatukset ja kirjoitukset jotka koskettavat ensihoitoa ovat äärimmäisen kiinnostavia.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

Tärkeysjärjestyksessä B, A, D, C. Syvälliset jutut kiinnostavat erityisesti.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Minua kiinnostaa eniten blogit ja kirjoitukset liittyen pelastusalan ja ensihoitoalan näkemyksiin. Varsinkin työntekijöiden henkilökohtaiset tarinat ja jutut ovat kiinnostavia. Tämän lisäksi olisi mukava saada artikkeleita liittyen ensihoitoon jotka sisältäisivät kansainvälisiä juttuja ulkomailta, esimerkiksi miten ensihoidon koulutus ja työtehtävät suoritetaan muualla maailmassa.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Mielestäni pelastuslaitosten tämänhetkinen sosiaalisessa mediassa toimiminen on hyvällä tasolla. Alaa markkinoidaan aktiivisesti hyödyntäen sosiaalisen median työkaluja. Tulevaisuudessa olisi mukava saada vielä lisää henkilöesittelyjä työntekijöistä jotka toimivat alalla. Varsinkin hauskat tarinat työvuorosta, jotka sisältävät positiivista valistamista olisi tervetullutta.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Mielestäni tärkeää on luoda yhteyttä toisiin alalla oleviin ihmisiin. Sosiaalisen median kautta verkostoituminen helpottuu, sillä sosiaalisen median yhteydenpito helpottuu. Varsinkin Facebookin hyödyntäminen viestien välittämiseen on helpottanut ja auttanut varsinkin sidosryhmien kanssa verkostoitumiseen. Verkostoituminen ei ole ainoastaan tiedonjakamiseen hyvä vaan myös rennon keskustelun kautta ihmisten kesken se auttaa tuntemaan henkilöitä paremmin. Varsinkin en-tuudestaan tunteminen ja juttelu auttaa esimerkiksi keikkapaikoilla toimimista yhteistyöviranomaisten kesken.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Kokemukseni on positiivinen. Varsinkin laajamittaisten häiriöiden ja onnettomuuksien tiedottaminen hoituu tehokkaasti sosiaalisen median välityksellä. Uusi sosiaalisen median kautta tapahtuva tiedottaminen on avain asemassa varsinkin nuorten ja nuorten aikuisten tavoittamisessa. Television ja radion kautta tapahtuva tiedottaminen on tärkeää ja sen on pakko jatkua ohjeistuksien mukaisena, mutta nykypäivän ihminen viihtyy enemmän sosiaalisessa mediassa, joten pelastuslaitosten tulee olla aktiivisia sosiaalisen median tiedottamisen suhteen.

LIITE 12.

1. Mistä sosiaalisen median kanavista olet kiinnostunut/mitä sosiaalisen median kanavia olet kiinnostunut käyttämään?

Käytän Facebookia, Instagramia, Snapchattiä, WhatsAppia ja YouTubea.

2. Mitä kautta löysit Aseman?

Löysin Aseman Facebookin kautta ja muistaakseni luin sivustosta myös Pelastustiedossa.

3. Missä sosiaalisen median palvelussa seuraat Asemaa? a) Instagramissa b) Facebookissa c) Twitterissä d) kaikissa edellä mainituista, miksi?

A, seuraan Asemaa Facebookissa, sillä Asema tarjoaa laaja-alaisia artikkeleita ja juttuja koko pelastus- ja ensihoitoalasta. Asema on hyvin kiinni tässä hetkessä ja sen takia Asema auttaa hyvin pysymään perillä uutisista pelastusalalla.

4. Mitkä Aseman julkaisut kiinnostavat sinua eniten? a) artikkelit b) blogit c) kuvat d) videot

A, minua kiinnostaa eniten mielenkiintoiset artikkelit, jotka liittyvät pelastusalaan. Ensihoitoartikkelit ovat myös hyviä, mutta oma mielenkiinto kohdistuu työni puolesta eniten pelastusalan artikkeleihin. Varsinkin julkaisut, jotka käsittelevät jotain uutta pelastusalalla kiinnostaa.

5. Millaista sisältöä toivoisit Aseman julkaisevan enemmän? Perustelu

Esimerkiksi kalustoesittelyihin ja pelastusalaan koskettavat muutokset kiinnostava henkilökohtaisesti. Toivoisin tulevaisuudessa Aseman julkaisevan enemmän uusien innovaatioihin ja menetelmiin liittyviä artikkeleita. Myös eri alojen ja toimijoiden palo- ja pelastusalaan liittyvät ratkaisut kiinnostavat, koska olen itse yksityisellä sektorilla.

6. Miten mielestäsi pelastus- ja ensihoitoalan yleistä tunnettavuutta voitaisiin lisätä sosiaalisen median välineillä?

Päivittäistoimintaan liittyvää materiaalia kuten videoita ja kuvia voisi olla enemmän pelastuslaitosten sosiaalisissa medioissa. Lukijana ja seuraajana olisi helpompaa päästä käsiksi arkeen kuvien ja videoiden välityksellä. Tämä lisäisi myös pelastus- ja ensihoitoalan tunnettavuutta huomattavasti. Ihmisen olisi myös helpompaa kiinnittää huomiota kuviin ja videoihin sosiaalisessa mediassa. Tekstipohjainen sisältö on hyödyllistä, mutta sosiaalisessa mediassa visuaalinen materiaali kiinnostaa enemmän.

7. Mitä lisäarvoa sosiaalinen media voisi tuottaa verkostoitumiseen ja tiedonjakamiseen pelastuksen ja ensihoidon alalla tulevaisuudessa?

Sosiaalisen median välityksellä vuorovaikutus esimerkiksi ihmisen ja pelastuslaitoksen välillä voitaisiin tulevaisuudessa hyödyntää paremmin. Esimerkiksi näkyvillä oleva pelastuslaitos on helpommin lähestyttävissä kansalaisen toimesta, sillä tällöin pelastuslaitos antaa avoimen ja selkeän kuvan toiminnastaan.

8. Mikä on kokemuksesi sosiaalisen median käytöstä pelastustehtävien tiedottamisessa, valistuksessa ja varautumisessa?

Ihmisiä tavoitetaan paremmin sosiaalisen median välityksellä, kuin esimerkiksi perinteisten julisteiden kautta. Nykyajan ihminen viettää paljon aikaa sosiaalisessa mediassa niin tiedottaminen ja valistaminen on tehokkainta sosiaalisen median välityksellä varsinkin nuorille ja nuorille aikuisille. Yleiseen tietoon tuotavia asioita kuten esimerkiksi palotarkastustoimintaan liittyviä valistavia ohjeistuksia voidaan helpommin jakaa sosiaalisen median kautta. Tehokkaalla sosiaalisen median hyödyntämisellä tavoitetaan ihmisiä nopeasti ja vaivattomasti. Myös tiedottaminen on reaaliaikaista, kun se tapahtuu sosiaalisen median välityksellä. Ihmisten varoittaminen on tehokasta ja nopeaa sillä suurin osa tämän päivän ihmisistä käyttää sosiaalista mediaa jollakin tasolla.

LIITE 13.

Ikäsi?

Alle 18

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

Yli 65

Sukupuolesi?

Nainen

Mies

Muu

Millä alalla työskentelet?

Ensihoito

Palo- ja pelastusala (myös sopimuspalokunnat)

Poliisi

Puolustusvoimat

Koulutus ja opetus

Hätäkeskus

Terveydenhuolto (akuuttihoito / päivystys)

Muu terveydenhuolto

Muu, mikä?

Voit valita useamman vaihtoehdon

Asemasi asemallasi?

Johtava asema

Ylempi toimihenkilö (asiantuntija-, esimies-, päällikkö- tai johtotason tehtävät)

Toimihenkilö/työntekijä

Opiskelija

Muu, mikä?

Mikä on ammattinimikkeesi?

Vastaaminen vapaaehtoista

Teetkö vapaaehtoistyötä?

En

Ensiaputoiminta

Palokuntatoiminta

Meripelastus

Vapaaehtoinen pelastuspalvelu

Maanpuolustustoiminta

Muu, mikä?

Voit valita useamman vaihtoehdon

Miksi luet Aseman artikkeleita?

Ilmainen sisältö

Vaihtelevuus

Artikkeleiden laatu

Hyvä lisä muihin lukemiini medioihin

Luen kun sattuu osumaan silmään

Muu syy, mikä?

Voit valita useamman vaihtoehdon

Millaisia juttuja haluaisit jatkossa lukea enemmän Asemalta?

Henkilöesittelyjä

Tuoreita uutisia

Arvosteluja (esim. välineet ja kirjat)

Kolumneja, pakinoita ja pohdintaa

Tarinoita ja huumoria

Tapahtumaselostuksia

Kansainvälisiä artikkeleita / tutkimusreferaatteja

Juttuja uusista käytännöistä ja toimintatavoista

Juttuja viranomaisyhteistyöstä

Muuta, mitä?

Voit valita useamman vaihtoehdon

Asemalla on mielenkiintoisia artikkeleita.

1 2 3 4 5

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Aseman artikkelit ovat hyvin kirjoitettuja.

1 2 3 4 5

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Asema on erilainen kuin muut alan mediat.

1 2 3 4 5

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Asema on hyödyllinen.

1 2 3 4 5

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Asema käsittelee alan asioita monipuolisesti.

1 2 3 4 5

(1 = täysin eri mieltä, 5 = täysin samaa mieltä)

Minkä yleisarvosanan antaisit Asemalle?

1 2 3 4 5

(1 = huono, 5 = erinomainen)

Vapaa sana Asemasta: Anna palautetta, juttuideoita tai kehitysehdotuksia!

LIITE 14.

7.2.2018

Aktiivista bloggausta takana viikko:

Seuraajia: 103 kpl, 25-34v 39 %, 18-24v 31 %, 45-54v 15 %, 35-44v 12 %, 13-7v 3 %

Miehiä 64 % naisia 36 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

921 henkilöä tavoitettu

1 078 profiilinäyttöä

27 kpl www.asema.eu klikkausta

16.2.2018

2. viikko

Seuraajia 138 kpl, 25-34v 39 %, 18-24v 32 %, 35-44v 15 %, 45-54 10 %, 13-7v 3 %, 65+
2 %

Miehiä 60 % naisia 40 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

1644 henkilöä tavoitettu

709 profiilinäyttöä

19 kpl www.asema.eu klikkausta

23.2.2018

3. viikko

Seuraajia 149 kpl, 25-34v 42 %, 18-24v 31 %, 35-44v 14 %, 45-54v 9 %, 13-17v 3 %, 65v+ 1 %

Miehiä 64 % naisia 36 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

1641 henkilö tavoitettu

484 profiilinäyttöä

5 kpl www.asema.eu klikkausta

2.3.2018

4. viikko

Seuraajia 155 kpl, 25-34v 43 %, 18-24v 32 %, 35-44v 12 %, 45-54v 9 %, 13-17v 3 %, 65v+ 1 %

Miehiä 62 % naisia 38 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

858 henkilö tavoitettu

410 profiilinäyttöä

5 kpl www.asema.eu klikkausta

9.3.2018

5. viikko

Seuraaaja 162 kpl, 25-34v 45 %, 18-24v 33 %, 35-44v 10 %, 45-54v 9 %, 13-17v 2 %, 65v+ 1 %

Miehiä 63 % naisia 37 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

704 henkilö tavoitettu

354 profiilinäyttöä

3 kpl www.asema.eu klikkausta

16.3.2018

6. viikko

Seuraaaja 169 kpl, 25-34v 45 %, 18-24v 34 %, 35-44v 10 %, 45-54v 8 %, 13-17v 2 %, 65v+ 1 %

Miehiä 62 % naisia 38 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

643 henkilö tavoitettu

323 profiilinäyttöä

3 kpl www.asema.eu klikkausta

23.3.2018

7. viikko

Seuraajia 179 kpl, 25-34v 46 %, 18-24v 35 %, 35-44v 8 %, 45-54v 8 %, 13-17v 2 %, 65v+ 1 %

Miehiä 61 % naisia 39 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

610 henkilö tavoitettu

303 profiilinäyttöä

2 kpl www.asema.eu klikkausta

30.3.2018

8. viikko

Seuraajia 192 kpl, 25-34v 43 %, 18-24v 30 %, 35-44v 14 %, 45-54v 7 %, 13-17v 5 %, 65v+ 1 %

Miehiä 66 % naisia 34 %

Lukuisia ulkomaalaisia seuraajia

804 henkilö tavoitettu

238 profiilinäyttöä

4 kpl www.asema.eu klikkausta



30.3.2018

Blogin suosituin julkaisu on RKU 4115 kevytyksikön kuvasarja.

109 kpl tykkäystä

1 582 henkilöä tavoitettu

5 kpl uutta seuraajaa kuvan perusteella

41 profiilinäyttöä kuvan perusteella

18 kpl kuvan tallennusta

1 kpl www.asema.eu klikkausta