

# **SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖÖNOTTAMINEN WELLAMO-OPISTOSSA**

Esko Oksanen

Opinnäytetyö  
Syyskuu 2011  
Tietojärjestelmäosaamisen  
koulutusohjelma  
Tradenomi YAMK  
Tampereen ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tietojärjestelmäosaamisen koulutusohjelma  
Tradenomi YAMK

OKSANEN, ESKO: Sosiaalisen median käyttöönotto Wellamo-opistossa

Opinnäytetyö 69 s., liitteet 7 s.  
Syyskuu 2011

---

Wellamo-opisto on Päijät-Hämeessä, yhdeksän kunnan alueella, toimiva kansalaisopisto, jonka hallinto ja toimistopalvelut sijaitsevat Lahdessa. Keväällä 2010 havaittiin, että sosiaalista mediaa käytettiin Wellamo-opistossa. Opinnäytetyöni tavoitteena oli kartoittaa, mitä sosiaalisia medioita käytettiin, miten yleistä medioiden käyttäminen oli ja kuinka niitä haluttiin käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa nyt ja tulevaisuudessa. Tavoitteena oli myös edistää sosiaalisen median käyttöönottoa Wellamo-opiston opetuksessa sekä opiskelijoiden päivittäisessä viestinnässä ja tiedottamisessa. Tarkoituksenani oli haastatella Wellamo-opiston hallinnon ja toimiston työntekijöitä sekä päätoimisia opettajia ja tulosten perusteella laatia suunnitelma sosiaalisen median käyttöönottamiseksi Wellamo-opistossa.

Opinnäytetyöni kirjallisuusosassa selvitetään, mitä sosiaalinen media on, kerrotaan miten yhteisöllisyys syntyy sekä esitellään opetukseen ja tiedottamiseen soveltuvia sosiaalisia medioita. Empiriaosuudessa käytetään teemahaastattelua ja haastatellaan kymmenen työntekijää 26 henkilön perusjoukosta. Sosiaalisen median käyttökokemukset analysoidaan ja selvitetään käytön edelleen kehittämistä. Lopputuloksena esitetään suunnitelma sosiaalisen median käyttöönottamisesta Wellamo-opistossa.

Haastattelujen tulosten mukaan suosituimpia sosiaalisia medioita olivat Facebook ja blogi. Facebookia oli käytetty muun muassa opettaja- ja oppilasrekrytoinnissa. Blogin käytön mahdollisuudet nähtiin etenkin tiedottamisessa. Opetukseen ja tiedottamiseen on syytä perustaa oma blogi, Facebook-sivu tai -ryhmä. Wellamo-opiston käyttöä varten suunniteltua Facebook-sivua pitää kehittää ja käyttää tehokkaasti. Blogin käyttöönotto on perusteltua. Opinnäytetyöni tulokset selkeyttivät nykyistä sosiaalisen median käyttöä, lisäsivät sosiaalisten medioiden tunnettuutta ja rohkaisivat sosiaalisten medioiden käyttöönottamista opetuksessa ja tiedottamisessa Wellamo-opistossa.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Computing Sciences  
Tradenome YAMK

OKSANEN, ESKO: The Utilization of Social Media at Wellamo Community College

Bachelor's thesis 69 pages, appendices 7 pages  
September 2011

---

Wellamo Community College operates in nine municipalities in Päijät-Häme with administration and office services located in Lahti. It was observed in the spring of 2010 that social media was used at Wellamo Community College. The target of my study was to find out which social media sites were used, how common the usage of social media was, and how social media sites were intended to be used in teaching and communication now and in the future. The aim was also to enhance utilization of social media at Wellamo Community College in teaching as well as in daily communication and information with the students. My intention was to interview employees in administration and office as well as full-time teachers at Wellamo Community College and based on the results to draw a plan for the utilization of social media at Wellamo Community College.

The literary section of my thesis clarifies what social media is, how the sense of community is born, and some social media sites suitable for teaching and communication are also presented. Structured interview is used in the empirical section and ten employees of the universe of 26 employees are interviewed. As a final result, a plan is presented on the utilization of social media at Wellamo Community College.

According to the results of the interviews, Facebook and blogs were the most popular means of social media. For example, Facebook had been used in recruiting teachers and students. The possibilities of using a blog were seen especially in providing information. A blog, Facebook page or group should be established for teaching and communication. The Facebook page designed for Wellamo Community College must be developed and used efficiently. There are sufficient grounds for introducing a blog. The results of my thesis clarified the current use of social media, increased knowledge of different social media sites, and encouraged the utilization of social media in teaching and communication at Wellamo Community College.

---

Key words: Social media, teaching.

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	4
2	TUTKIMUSONGELMAT JA -MENETELMÄT .....	5
3	SOSIAALINEN MEDIA LÄHDEKIRJALLISUUDESSA .....	7
3.1	Sosiaalisen median muodot .....	8
3.2	Yhteisöllisyys sosiaalisessa mediassa .....	13
3.3	Yhteisöllisyyden kehittyminen .....	14
3.4	Yhteisöllisyys yrityksen ja oppilaitoksen näkökulmasta .....	17
3.5	Sosiaalisen median välineet .....	19
4	SOSIAALINEN MEDIA OPPILAITOKSESSA .....	27
4.1	Sosiaalinen media eri näkökulmista .....	30
4.1.1	Sosiaalinen media oppimisessa .....	31
4.1.2	Sosiaalisen median välineet opetuksessa .....	33
4.1.3	Sosiaalinen media johtamisen ja hallinnon tukena .....	35
4.2	Sosiaalisen median välineet opetuksessa .....	36
5	SOSIAALINEN MEDIA WELLAMO-OPISTOSSA .....	41
5.1	Sosiaalisen median käytön nykyinen tilanne Wellamo-opistossa .....	41
5.2	Wellamo-opiston sosiaalisen median tavoitteista .....	42
5.3	Sosiaalisen median käytön rajoitteet Wellamo-opistossa .....	44
5.4	Tutkimus sosiaalisen median käyttämisestä Wellamo-opistossa .....	45
5.4.1	Tutkimusmenetelmän käyttäminen .....	45
5.4.2	Teemahaastattelu ja keskeiset tulokset .....	50
5.4.3	Suunnitelma sosiaalisen median käytöstä Wellamo-opistossa .....	56
6	YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT .....	58
	LÄHTEET .....	61
	LIITTEET .....	63
	LIITE 1, KÄSITTEITÄ .....	63
	LIITE 2, HAASTATTELULOMAKKEET .....	66

## 1 JOHDANTO

Wellamo-opisto on yhdeksän kunnan alueella toimiva, Suomen suurin seudullinen, kansalaisopisto. Seutuopiston hallinto ja toimistopalvelut sijaitsevat Lahdessa. Muut kunnat ovat Asikkala, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Myrskylä, Nastola, Orimattila ja Padasjoki. Wellamo-opisto tarjoaa alueen asukkaille vapaan sivistystyön lain mukaista opetusta. Kolme muuta palvelukokonaisuuteen kuuluvaa opetusalaan ovat tilauskoulutus, taiteen perusopetus ja avoin yliopisto-opetus. Opinto-ohjelmassa ovat myös yleiset kielitutkinnot ja tietokoneen käyttäjän @- ja A-kortti. Wellamo-opisto antaa opetusta myös liikunnassa, yhteiskunnallisissa aineissa sekä taito- ja taideaineissa.

Wellamo-opiston opiskelijat ovat pääasiassa työssäkäyviä ja seniorikansalaisia. Opetus on yleensä perinteistä luokkaopetusta. Oppitunneille kokoonnutaan sovittuna aikana, ja käydään kurssimateriaalia läpi. Apuvälineinä ovat liitu- tai fläppitaulu ja muut AV-välineet sekä opettajan itse tekemä materiaali tai oppikirja ja internet.

Wellamo-opistossa pidettiin kalenterivuonna 2010 lähes 53 000 opetustuntia, 1 916:lla eri kurssilla, 162:ssa eri opetuspisteessä. Osallistujia kursseilla oli 29 210, joista yksittäisiä opiskelijoita oli 15 053. Heistä 78 prosenttia oli naisia ja eläkeläisten osuus oli 28 prosenttia. Vuonna 2010 päätoimisia opettajia oli 17 ja määräaikaista 402 opettajaa.

Vuoden 2010 alussa havaittiin, että sosiaalista mediaa käytettiin Wellamo-opistossa. Opinnäytetyöni päätavoitteena oli kartoittaa mitä sosiaalisia medioita käytettiin, miten yleistä medioiden käyttäminen oli ja kuinka niitä haluttiin käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa nyt ja tulevaisuudessa. Tavoitteena oli myös edistää sosiaalisen median käyttöönottoa Wellamo-opiston opetuksessa sekä opiskelijoiden päivittäisessä viestinnässä ja tiedottamisessa.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli haastatella Wellamo-opiston hallinnon ja toimiston työntekijöitä sekä päätoimisia opettajia. Tulosten perusteella oli tarkoitus laatia suunnitelma sosiaalisen median käyttöönottamisesta Wellamo-opistossa.

## 2 TUTKIMUSONGELMAT JA -MENETELMÄT

Opinnäytetyöni on kirjallisuusselvitys ja kvalitatiivinen, teemahaastattelujen perusteella tehtävä, tapaustutkimus. Kerään ja analysoin empiiristä aineistoa ja teen niiden pohjalta päätelmät. Työni lopputuloksena syntyy suunnitelma sosiaalisen median käyttöönottamisesta Wellamo-opistossa. Varsinainen käyttöönottamisprosessi jää työssäni kuitenkin vähälle huomiolle, koska työni tuloksena syntyvä suunnitelma on esitys tai suositus.

Koska opinnäytetyöni käsittelee sosiaalisen median käyttöönottamista Wellamo-opistossa, selvitän kirjallisuudesta, mitä sosiaalinen media on, mitä sillä tarkoitetaan ja mitä medioita on olemassa. Kirjallisuusselvitys luo pohjan opinnäytetyölleni ja mitä työssäni käsittelem. Tarkoitukseni on selvittää sosiaaliseen mediaan liittyvää käsitteistöä ja termistöä ja laatia sosiaalisen median keskeisistä käsitteistä luettelo opinnäytetyöni loppuun (Liite 1). Lisäksi tutkin medioita tarkemmin, esittelen niiden ominaisuuksia ja arvioin, mitkä mediat olisivat käyttökelpoisimpia opetukseen ja Wellamo-opiston käyttöön. Tämä on opinnäytetyöni teoriaosuus.

Haastattelen sosiaalisen median käyttämistä mittaavien kysymysten avulla, liite 2, valitun pienen joukon työntekijöitä. Analysoin saadut tiedot ja teen materiaalista päätelmät. Saatavat tulokset ovat tutkittavan kohteen kannalta reaalisia ja todellisia. Työni tuloksia voi yleistää, mutta vain tietyissä rajoissa ja ehkä kansalaisopistoissa, jotka ovat samassa tilanteessa kuin mitä Wellamo-opisto on nyt. Tulokset ovat toiminnan muutosehdotuksia ja siten helppo siirtää käytäntöön. Koska tutkin sosiaalista mediaa Wellamo-opistossa, odotan ainakin oman opistomme työntekijöiden ymmärtävän opinnäytetyöni tulokset.

Opinnäytetyöni tutkimusongelmia ovat miten sosiaalinen media ymmärretään Wellamo-opistossa ja mitä sosiaalista mediaa käytetään työssä ja vapaa-aikana. Lisäksi tutkimusongelmia ovat miten sosiaalista mediaa käytetään ja kuinka mediaa halutaan käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa tulevaisuudessa. Tutkimusongelmana on myös voiko sosiaalisen median käyttämistä tehostaa opetuksessa ja tiedottamisessa.

Opinnäytetyötäni varten haastattelen Wellamo-opiston päätoimisia opettajia, hallinnon ja toimiston työntekijöitä. Käytän teemahaastattelua ja pyrin tutkimuksen korkeaan va-

lidiuteen suunnittelemalla ja jäsentämällä haastattelut mahdollisimman huolellisesti ja kohdistamalla ne tarkkaan valikoiduille henkilöille. Kysymykset suunnittelen kysyttävää asiaa hyvin mittaaviksi, jotta saan niiden avulla mahdollisimman relevantin tuloksen.

Teemahaastattelun sisällön mukaisesti tiedän, että uusi ilmiö, sosiaalinen media, on Wellamo-opistossa käytössä. Sitä, miten mediaa käytetään ja kuinka sitä halutaan käyttää tulevaisuudessa, ei kukaan tiedä yleiselläkään tasolla. Koska sosiaalinen media on tarkoitus ottaa käyttöön Wellamo-opistossa, minun täytyy selvittää, mitä medioita opettajat, hallinnon ja toimiston työntekijät käyttävät vapaa-aikanaan. Haastattelujen avulla saan selville heidän omat kokemuksensa, joita voin käyttää apuna suositeltavan sosiaalisen median valinnassa. Samalla tarkasti kohdennettujen kysymysten avulla selvitän, mitä medioita käytetään, miten niitä käytetään, miten sosiaalinen media ymmärretään ja lopuksi mitä mediaa ja miten voitaisiin käyttää Wellamo-opistossa tulevaisuudessa.

Jos olisin tehnyt kyselyn opiskelijoille (vuodessa noin 15 000) tai tuntiopettajille (noin 400) ja olisin tiedustellut, minkä sosiaalisen median he olisivat ottaneet käyttöön Wellamo-opistossa, olisi ehkä tulokseksi tullut lista, jossa olisi lueteltu lähes kaikki sosiaaliset mediat. Kun käyttäjiä on paljon, on myös paljon erilaista käyttämistä ja erilaisia intressejä käyttää mediaa. Siksi kysyn asiaa henkilökunnalta, jonka jäsenet työnsäkin puolesta on täytynyt tutustua sosiaaliseen mediaan ja päätoimisilta opettajilta, joilla on vastuu tuntiopettajista ja opetusaineensa opetuksesta. Koska hallinnon ja toimiston työntekijöitä sekä päätoimisia opettajia on yhteensä 26 henkilöä, sopivin menetelmä on haastattelu. Mielestäni eniten opetukseen ja tiedottamiseen liittyvää tietoa on juuri edellä mainituilla kolmella ryhmällä. Heillä on myös opetuksesta ja tiedottamisesta kokemusta sekä ammattitaitoa. Siksi rajaan opiskelijat, tuntiopettajat ja vahtimestarit sekä kahvila-ruokalan työntekijät tutkimukseni ulkopuolelle.

### 3 SOSIAALINEN MEDIA LÄHDEKIRJALLISUUDESSA

Sosiaalisesta mediasta on viime vuosina kirjoitettu paljon kirjoja, julkaisuja ja lehtikirjoituksia sekä aiheesta on tehty monia tutkimuksia. Kirjallisuudessa sosiaalinen media on määritelty monella tavalla, mutta yhteistä näille määritelmille on ollut yhteisöllisyys, jonka lähtökohtana on tietoverkko ja verkostoituminen.

Eija Kalliala ja Tarmo Toikkanen ovat kirjassaan *Sosiaalinen media opetuksessa* määritelleet sosiaalisen median: ”Sosiaalinen media on prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologian avulla” (Kalliala & Toikkanen 2009, 18).

Sosiaalisen median sisältöön liittyy käyttäjien tuottama aineisto, vertaistuotanto ja käyttötuotanto, joka tarkoittaa sisällön käytön ja tuottamisen sekoittumista. Sosiaalisessa mediassa ihmiset eivät ole kuluttajia, vaan tuottajakuluttajia ja proharrastajia eli tekevät harrastuksenaan ammattitason tuotantoja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18.)

”Tyypillistä sosiaalisen median järjestelmille on, että osallistujat voivat tuottaa sisältöjä, muokata niitä, kommentoida, keskustella, jakaa aineistoja ja verkottua keskenään.” (Rongas & Heino 2010.) Sosiaalisen median palveluiden ja välineiden peruskäyttäminen on ilmaista, rekisteröityminen on helppoa eikä omalle tietokoneelle yleensä tarvitse ladata erillistä ohjelmaa tai sovellusta palvelun tai välineen käyttämistä varten. (Rongas & Heino 2010.)

Sosiaalinen media sisältää ihmisten vuorovaikutusta helpottavia palveluita ja välineitä. Palveluiden teknologiaan liittyy käsite web 2.0, jolla tarkoitetaan internetin yleistä teknologista murrosta. Web 2.0 ymmärretään myös kattokäsitteeksi internetissä menestyneille toimintamalleille. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18, 73.)

Ensimmäisen kerran sosiaalisen median globalisuus tuli ilmi Thaimaassa sattuneessa Tapaninpäivän tsunamissa vuonna 2004. Tieto katastrofista kulki nopeammin ja laajemmalle blogien, tekstiviestien, pikaviestinten ja YouTube-videoiden avulla kuin perinteisen massamedian välityksellä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18.)



Sosiaalinen media ja yhteisöllinen media ovat kohta termeinä vanhentuneita. Viestintää ei voi jakaa perinteiseen viestintään ja yhteisölliseen viestintään. Tulevaisuudessa suurin osa sähköisestä kommunikoinnista muuttuu yhteisölliseksi. (Soininen, Wasenius & Leponiemi 2010, 14.)

Jos kaksi tai useampi ihminen kommunikoi keskenään, sitä voidaan nimittää sosiaaliseksi, mutta kaksi ei voi vielä muodostaa mediaa eikä yhteisöä. Yhteisön käsite edellyttää, että media tai väline tuo yhteisön jollakin tasolla näkyviin. (Soininen ym. 2010, 36.)

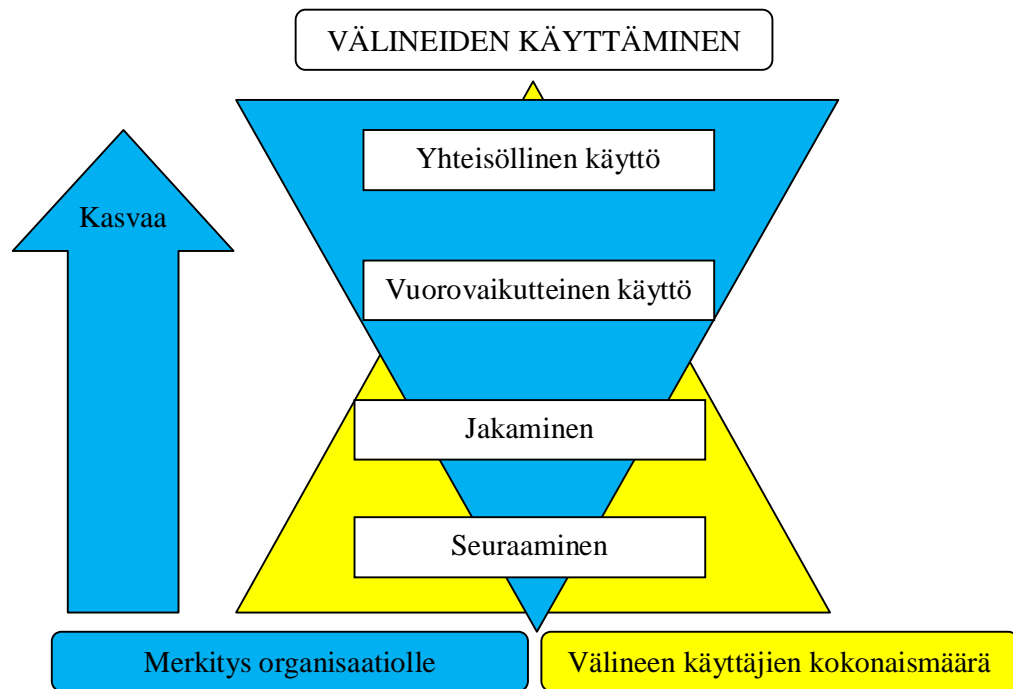
Yritysten välisessä verkostossa tavoitteena on tehokkuus, kustannusten säästäminen ja strateginen hyöty. Verkostoituminen on prosessi, jolla haetaan erikoistumista, oppimista, tiedonkulkua, informaation vaihtamista, benchmarkkausta ja oman toiminnan kehittämistä. Win-win-periaatteen mukaisesti verkostossa jokainen voittaa. Yksilötasolla verkostoon kuulumisen merkitys on lisäarvon saaminen ja yhteisöön kuuluminen.

Yhteisöllinen media on ollut harppaus postmoderniin maailmaan. Yhteisöllisyys on rikkonut ihmisten väliset fyysiset rajat. Viestintä on globaalia. Postmodernia yhteisöä ei omista kukaan; se on ja elää itselleen. Sisäisen vuorovaikutuksen ansiosta yhteisöön syntyy oma ala-, tapa- ja teemakulttuuri. (Soininen ym. 2010, 41–42.)

Sosiaalinen media tarjoaa yrityksille ja organisaatioille erilaisia sosiaalisten verkostojen muotoja, mutta erityisesti uusia viestintä- ja yhteydenpitämisvälineitä. Koska materiaali on avointa jokaiselle, on helppo käyttää mediassa jo olevaa tietoa ja luoda uutta sisältöä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 18.)

### 3.1 Sosiaalisen median muodot

Käyttäjän toiminnan kannalta yhteisöllisten medioiden käyttäminen voidaan jakaa neljään erilaiseen rooliin tai tasoon: seuraaminen, jakaminen, vuorovaikutus ja yhteisöllisyys. Kuviosta 1 nähdään, että seuraajia on suurin osa käyttäjistä. Heitä voi olla jopa 90 prosenttia koko median käyttäjämäärästä. Käyttäjän kannalta pelkkä seuraaminen tekee funktionaalista yhteisöllisestä mediasta käyttäjälleen yksisuuntaisen median. Vaikka yhteisöllisiä käyttäjiä on lukumääräisesti vähiten, heidän arvonsa organisaatiolle on suurin, koska he ylläpitävät yhteisöllistä keskustelua. (Soininen ym. 2010, 44.)



KUVIO 1. Sosiaalisen median välineen käyttötavan merkitys yritykselle ja käyttäjämäärä (Soininen ym. 2010, 44, muokattu)

Kuluttajan kannalta yksisuuntaista mediaa on yrityksen tai organisaation ostettu eli perinteinen media. Kuluttajalla ei ole siihen käytännössä juuri minkäänlaista vaikutusmahdollisuutta. Käyttäjän toiminnan seuraavalla tasolla käyttäjä alkaa jakaa tietoa joko itsestään, intresseistään tai tuotannostaan tai luo muuta sisältöä. Esimerkiksi käyttäjän tai organisaation verkkosivu on tällainen tiedon jakamismuoto. Yrityksen omistama media voi olla yksisuuntaista mediaa, jos kuluttaja ei voi vastata esimerkiksi yrityksen blogiin tai internet-sivulla ei ole palautelomaketta tai palautetta ei noteerata millään tavalla. (Soininen ym. 2010, 44.)

Media samoin kuin erilaiset tekniset alustat ja ohjelmistot voidaan jakaa karkeasti välineiden mukaan yhteisöllisiin ja vuorovaikutteisiin medioihin. Vuorovaikutteisudella tarkoitetaan sitä, että käyttäjät voivat tuoda ja tuottaa omaa sisältöä palveluun ja kommentoida suhteessa palvelun tuottajan sisältöön tai jonkun käyttäjän sisältöön. Väline ei sinällään tuo esille eri käyttäjien välisiä suhteita. (Soininen ym. 2010, 38.)

Välineen rakenne, ensisijainen sisältö ja tarkoitus määrittelevät onko kysymyksessä yhteisöllinen vai vuorovaikutteinen media. Jako ei ole absoluuttinen, vaan riippuu myös

käyttäjän käyttötavasta. Vaikka väline on rakennettu yhteisölliseksi, sitä voi käyttäjä käyttää vain vuorovaikutteisesti. (Soininen ym. 2010, 38.)

Viestintä on vuorovaikutteista, kun käyttäjä kommentoi tunnuksen tai nimimerkin avulla mediassa esillä olevaa tietoa. Vuorovaikutteisuus vaatii median seuraamista, mutta ei välttämättä jakamistasoa. Esimerkiksi palautelomake ei tee viestintää vuorovaikutteiseksi. (Soininen ym. 2010, 44.)

Kun käyttäjien profiilien väliset suhteet näkyvät ja käyttäjät voivat muodostaa verkostoa ja yhteisöjä, voidaan puhua yhteisöllisyydestä. Sosiaalisen median välineen tasolla tämä toteutuu esimerkiksi Facebookin yhteisö- tai Twitterin mikroblogipalvelussa. (Soininen ym. 2010, 38.)

Kun vuorovaikutus on riittävän aktiivista, se saattaa saada yhteisöllisiä piirteitä. Yhteisöllisyys voi syntyä yksilön, ryhmän tai asian ympärille. Yhteisöllisyyteen tarvitaan myös välineen ominaisuuksia, joilla yhteisölliset suhteet saadaan vuorovaikutteisesti näkyviksi. Olennaista yhteisöllisyydessä on se, että kunkin henkilön tieto on hänen profiilissaan, johon on salasana. Yhteisössä mukanaolo vaatii rekisteröitymisen tai esimerkiksi OpenID-tunnuksen. (Soininen ym. 2010, 44.)

OpenID-teknologia on muuttamassa eri palveluihin kirjautumista. Yhteisöllisen median seuraava iso muutos on yhteisöön kirjautuminen. Muutoksen ydin on kuluttajan identiteetin hallinta, joka siirtyy asiakkaalle itselleen. OpenID-tunnus mahdollistaa henkilön tunnistuksen ja hänen profiilitietonsa hyödyntämisen yli verkkopalvelurajojen. Palveluiden rajat häipyvät, koska samalla tunnuksella pääsee eri palveluihin. Mukana seuraavat kirjautujan profiilitiedot. Yhteisöllisistä medioista siirrytään yhteisöllisiin yhdyskuntiin. (Soininen ym. 2010, 76–77, 80.)

Yhteisölliset mediat voidaan jakaa myös käytön funktion mukaan joko hivi- tai hyötykäytön medioiksi. Suurin osa yhteisöllisten medioiden käytöstä on huvikäyttöä, viihdetä ja ajanvietettä. Hyötykäyttö keskittyy selkeästi tiedon hakemiseen ja tuottamiseen. Sen tärkeä osa on vertaistieto tai yhteisöllisesti tuotettu tieto. Suuri osa tästä tiedosta on erilaista vertaisarviointia, jossa yhteisön jäsenet arvottavat oman kokemuksen perusteella erilaisia tuotteita ja palveluja. (Soininen ym. 2010, 42.)

Myös yhteisöllisyyden suhteissa on eroa. On erilaisia tapoja muodostaa yhteisöllisyys. Yhteisöllisyyden pohjana voi olla ystävyys-, kumppanuus- tai sukulaisuussuhde. Kontaktit ovat suora jatkumo reaali maailman suhteista, esimerkiksi Facebook. Yhteisöllisyys voi syntyä myös tuotetun sisällön perusteella. Seurattavan asian ympärille syntyvän yhteisöllisyyden edellytyksenä ei ole reaalisuuhde, vaan käsiteltävä asia, joka kiinnostaa muita median käyttäjiä, esimerkiksi Twitter. Facebook on minäkeskeinen ja Twitter asiakaskeinen yhteisöllinen media. (Soininen ym. 2010, 40.)

Jotkin yhteisöllisen median palveluista ovat teknisesti suljettuja. Olennaista on kuitenkin tietää, että viestintä ei ole yhden median varassa. Tieto, uutiset ja kommunikointi leviävät usein rinnakkaisiin yhteisöllisiin medioihin ja palveluihin, koska samat jäsenet ovat mukana useassa mediassa. (Soininen ym. 2010, 28.)

Verkossa käytävän kommunikoinnin perusedellytyksiä ovat avoimuus ja läpinäkyvyys. Voidakseen kommunikoida yhteisöllisessä mediassa on yksilön ja organisaation päätettävä julkisuuteen menemisestä ja ymmärrettävä sen merkitys. Mediaan osallistuminen edellyttää myös henkilökohtaisen tiedon jakamista. (Soininen ym. 2010, 29.)

Verkon yhteisöllisyys on ollut alusta alkaen tiedon jakamista, yhteistyötä, vastavuoroisuutta ja toisten auttamista. Aktiivisimmat osallistujat ovat lähteneet liikkeelle epäitsekäästi ja hyvin altruistisin motiivein. Heillä on ollut selkeä tarve auttaa, saada uutta tietoa ja jakaa saamaansa tietoa eteenpäin. Toisaalta he ovat myös uteliaita mitä yhteisöllisessä mediassa tapahtuu ja mitä häntä kiinnostavassa genressä pidetään uusimpana asiana. Yhteisöllisyyden kautta saatu kokemus ja aikaansaamisen tunne ovat käyttäjän sisäisen motivaation lähteitä. (Soininen ym. 2010, 45.)

Ulkoisina vaikuttimina voidaan pitää win-win-tilannetta, jonka mukaan jokainen voittaa. Yhteisön arvo on enemmän kuin osallistujien summa, josta hyötyy jokainen yhteisön jäsen. Motivoivana tekijänä on myös ryhmän tai yhteisön antama arvo tai tunnustus. Näiden avulla aktiivisen osallistujan vaikutusvalta ja kontaktien määrä ryhmässä tai yhteisössä kasvaa. (Soininen ym. 2010, 45–46.)

Yhteisöön liittyminen edellyttää osallistumista yhteisön ehdoilla. Yhteisöllinen media rohkaisee kertomaan mielipiteitä ja antamaan palautetta sekä jakamaan sisältöä. Yhteisön kahdensuuntaisuudesta johtuen viestijän ja vastaanottajan roolit vaihtuvat. Kukin

yhteisö määrittää omat osallistumistapansa, jossa sisällöntuottaja ja vastaanottaja eivät aina ole selvä asia. Yhteisöön osallistuvan yrityksen tai organisaation on ymmärrettävä ja hyväksyttävä tämä tosiasia. (Soininen ym. 2010, 98.)

Yhteisön toiminnan lähtökohta on avoin keskustelu. Avoimuus vaatii perinteiseltä yritykseltä asenteen muutosta, jotta yhteisössä pystyy olemaan mukana ja hyötty yhteisöllisyydestä. Uuden tuotteen lanseeraaminen yhteisössä on nopeaa, mutta kannattaa varautua myös negatiivisiin palautteisiin. Yhteisössä ensimmäiset uuden tuotteen arvioijat tuntevat olevansa etuoikeutettuja ja saavat tästä itselleen lisäarvoa yhteisössä. (Soininen ym. 2010, 99.)

Yhteiset intohimon ja mielenkiinnon kohteet yhdistävät ihmisiä hetkessä globaalisti. Yhteisöllinen media antaa yhteisölle voimaa. Kun viesti siirtyy ihmisten käsiteltäväksi, siitä syntyy ikään kuin yhteisön omaisuutta. Viestin peruminen on mahdotonta. Yhteisössä viesti asettuu nopeasti yhteisöllisen kritiikin ja arvioinnin kohteeksi. (Soininen ym. 2010, 99.)

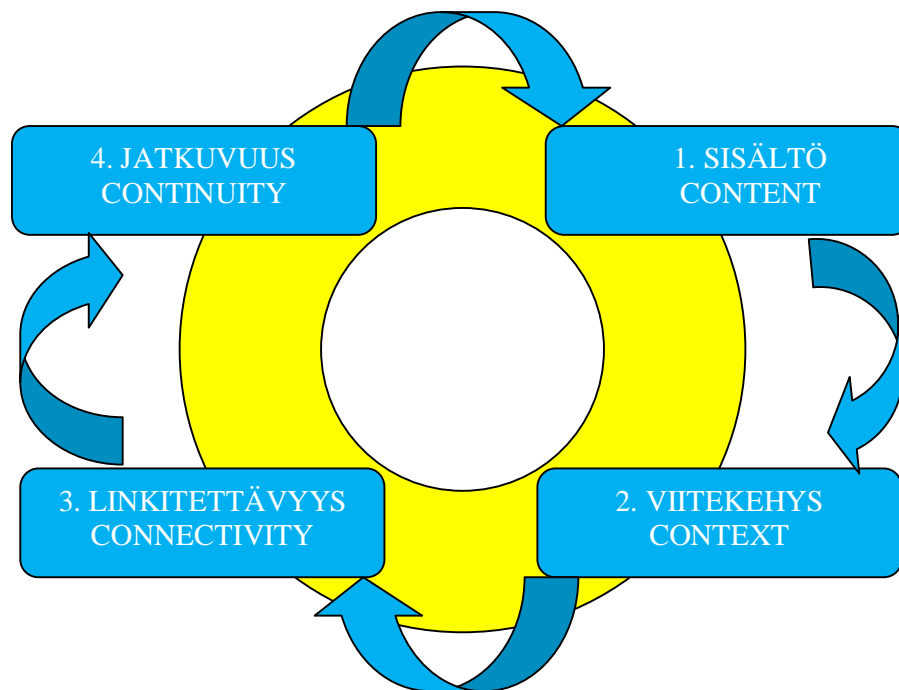
Yhteisöllisen sisällön tärkein leviämiskeino on sen helppo linkitys muihin sisältöihin. Sisältö elää lyhyemmän ajan ja on lyhyempää kuin esimerkiksi kirjoitus henkilöstölehdessä. Samoin julkaisutaajuus on nopeaa. Siksi yksittäinen viesti hautautuu pian uusien viestien alle. Digitaaliselta viestiltä ei vaadita korkeaa ammattimaista laatua ja muoto on hyvin vapaa. Tärkeintä on viestin sisältö, ajankohtaisuus ja sen oikea esitystapa. Jos haluaa jonkin viestin olevan suosittu, on syytä suunnitella sisältö huolella. (Soininen ym. 2010, 99–100.)

Sellaisen yhteisöllisen median sisällön, jolla halutaan luoda nostetta, on iskettävä oikeaan aikaan ja oikean keskustelun ”aallonharjaan”. Tämä edellyttää osaamista ja ilmiöiden ymmärtämistä, mikä syntyy vain yhteisöllisyyden kokemusten kautta. Taitava sisällöntuottaja pystyy ennakoimaan tulevat ”suuret aallot” ja tuottamaan niihin tarvittavaa materiaalia. (Soininen ym. 2010, 100.)

### 3.2 Yhteisöllisyys sosiaalisessa mediassa

Yhteisöllisyys perustuu neljään merkittävään perusasiaan: sisältö, viitekehys, linkitettävyys ja jatkuvuus, joista ensiksi mainittu on tärkein. Ilman sisältöä ei ole muita. Sisältö ilman sitovuutta sopivaan viitekehykseen hukkuu pian yhteisöllisen median tieto- ja viestitulvaan. Kontekstinä ei kannata käyttää aina yrityksen omaa näkökulmaa. Pitää muistaa myös yhteisöllisen median toimintakulttuuri. Viitteellisyys, remiksaus, leikkimielisyys ja uudelleenkeronta ovat näitä yhteisöllisyyteen liittyviä elementtejä. Onnistunut viitekehys sitoo yksittäiset viestit toisiinsa. (Soininen ym. 2010, 112–113.)

Yhteisöllinen toiminta vaatii jokaisen neljän ”tukipilarin” käyttöä, kuvion 2 mukaisesti, mutta keskustelut alkavat sisällön ja viitekehyksen yhteensovittamisesta. Vaikka viitekehys on näkymätön, sillä saadaan kuitenkin yhteisön jäsenet aktiivisiksi ja jakamaan sekä linkittämään sisältöjä. (Soininen ym. 2010, 114.)



KUVIO 2. Yhteisöllisyyden neljä perusasiaa (Soininen ym. 2010, 113, muokattu)

Yhteisöllisyydelle on ominaista, että tuloksellinen toiminta perustuu jatkumoon. Asema yhteisössä hankitaan ajan myötä osallistumalla keskusteluun. Yrityksen yhteisöllinen toiminta perustuu houkuttavaan sisältöön ja koukuttavaan viitekehykseen, mutta myös verkossa ylläpidettyihin yhteyksiin ja ajalliseen jatkumoon. (Soininen ym. 2010, 114.)

Yleisin virhe, minkä yhteisöllisyyttä aloittavat yritykset tai organisaatiot tekevät, on pelkän tekniikan käyttöönotaminen. Ajatellaan, että meillä on nyt käytössä esimerkiksi blogi, wiki, Facebook tai sähköinen kauppapaikka ja se riittää. Asiakkaita alkaa tulla itsestään ja muuta ei tarvitse tehdä. Tosiasia on, että yhteisöllisyydessä mukana oleminen on vasta alkupiste. Lisäksi tarvitaan joku, joka on läsnä ja keskustelee asiakkaiden kanssa. Tulokseen pääseminen vaatii pitkäjänteistä osallistumista ja sitoutumista. Sisällöntuottajalla pitää olla ammattitaitoa ja yrityksellä kärsivällisyyttä. Tuloksiin pääseminen vie aikaa. (Soininen ym. 2010, 115.)

Jos yhteisöön ei haluta panostaa aikaa ja resursseja, syntyy yrityksen kannalta negatiivinen vaikutus. Yrityksen tyhjä media antaa voimakkaan viestin yrityksen todellisesta tahtotilasta. Ennen yhteisöllisen median käyttöönottamista täytyy määritellä tavoitteet ja miettiä strategia. Johdon on sisäistettävä yhteisöllisen toiminnan haasteet ja mahdollisuudet. (Soininen ym. 2010, 116.)

Kun yritys on yhteisössä, täytyy ymmärtää myös ero kontaktien määrän ja laadun välillä. Tärkeää on yhteisöllisten jäsenten osallistumisaktiivisuus, ei yhteydenottojen määrä. Tarvitaan toki kriittinen iso massa käyttäjiä, mutta kenen tahansa mukana olo ei korvaa sitä, että kukin osallistuja suhtautuu jäsenyyteensä aktiivisesti yhteisen asian edistämiseksi. (Soininen ym. 2010, 116.)

### 3.3 Yhteisöllisyyden kehittyminen

Yhteisön perustamisessa ja myös elinkaareissa on eri vaiheita, jotka molemmissa on hyvin samanlaisia. Tällaisia vaiheita on käynnistys-, vakiintumis-, kypsymis- ja jakaantumisvaihe. (Soininen ym. 2010, 117.)

Ensimmäisessä, käynnistysvaiheessa, yhteisö on täysin riippuvainen sen perustajien omasta sisällöntuotannosta. Toisaalta yhteisön uudet jäsenet eivät oikein tiedä miten pitäisi osallistua. Alkuvaiheessa investoinnin tuottavuutta on vaikea mitata. (Soininen ym. 2010, 117.)

Yhteisön perustajien aktiivisuus ja sitoutuminen on alkuvaiheessa äärimmäisen tärkeää. Alussa tehtävät toimenpiteet ratkaisevat yhteisön olemassaolon oikeutuksen. Yhteiseen

asiaan pitää voida tuntea voimakasta osallisuutta ja sitoutumista. Sisällön täytyy olla kiinnostavaa, josta osallistujat saavat lisäarvoa. On myös pohdittava kannattaako perustaa oma yhteisö vai löytää asema jo olemassa olevista yhteisöistä. (Soininen ym. 2010, 117–118.)

Vakiintumisvaiheessa yhteisön jäsenet ovat jo muodostaneet keskinäiset kontaktinsa ja heillä on vähemmän riippuvuutta käynnistysvaiheen asiantuntijoihin. Yrityksen kannalta tuottavuuden mittaaminen ja analysointi paranevat. (Soininen ym. 2010, 117.)

Ylläpidon ja moderoinnin merkitys ei vähene missään yhteisön perustamisen tai yhteisön elinkaaren vaiheessa. Vakiintuneessa yhteisössä nämä asiat siirtyvät perustajilta yhä enemmän jäsenien tehtäviksi. Osallistujat myös vastaavat yhteisön olemassaolon kannalta tärkeän sisällön tuottamisesta ja linkittävät sisällön muihin kiinnostaviin kohteisiin. Yhteisön ytimessä ovat sen jäsenten välillä olevat ja syntyvät fyysiset ja virtuaaliset suhteet ja kollektiivinen kokemus yhteenkuuluvuudesta. (Soininen ym. 2010, 118.)

Kypsymisvaiheessa yhteisön pääasiallinen sisältö syntyy jäsenten oman toiminnan tuloksena. Osallistujien välinen kommunikointi ja syntyneet suhteet vakiintuvat ja syvenyvät sekä syntyy yhteisöllisyys. Seurantaan ja mittaamiseen on muotoutunut oma tapa ja välineet. Yhteisön perustajien merkitys vähenee, mutta heistä tulee yhteisön luotettuja jäseniä ja heillä on oma erityinen asema ja arvovalta. Osallistujat ottavat yhä suuremman vastuun ohjaamisesta ja toiminnan organisoimisesta. (Soininen ym. 2010, 117–118.)

Jakaantumisvaiheessa yhteisö on kasvanut niin suureksi, että moni jäsen etsii mieluummin pieniä ryhmiä ja yhteisöjä suuressa yhteisössä olemisen sijaan. Syynä saattaa olla yhteisön uusien ja vanhojen osallistujien välille syntyvät näkemyserot. Jakaantumisvaihe koetaan usein yllättäväksi ja hallitsemattomaksi tilanteeksi, kun samalla yhteisön alkuperäinen tavoite hämärtyy. (Soininen ym. 2010, 117.)

Yhteisön perustamisen tai elinkaaren aikana jäsenten suhde ja kokemus mukanaolosta vaihtelee. Eri jäsenet ovat yhteisössä samanaikaisesti eri vaiheissa. Hiljattain mukaan tullut henkilö vasta hahmottaa yhteisön käymää keskustelua ja omaa osallistumistaan, kun taas kauan mukana ollut kommunikoi yhteisöllisesti omalla muotoutuneella tavallaan ja koodistollaan toisten osallistujien kanssa. (Soininen ym. 2010, 117.)



Usein yhteisön alkuperäisen aihealueen rajaus on liian laaja. Aktiivinen yhteisö jakaantuu yleensä automaattisesti orgaanisesti useisiin pieniin ryhmiin, joissa on oma tarkasti rajattu fokus. Ylläpitäjän täytyy tunnistaa ja edesauttaa jakaantumista ja uuden sisältöalueen syntymistä. Hyötynä tässä on yhteisön jakaantuminen yhteisön sisällä eivätkä osallistujat siirry muihin yhteisöihin. (Soininen ym. 2010, 119.)

Toisaalta jo alussa liittyneet ja nopeasti omaksuvat jäsenet etsivät koko ajan uusia yhteisöjä ja kontakteja. Heille tärkeää on löytää koko ajan uutta ja jakaa uusi tieto ensimmäisenä. Vakiintunut yhteisö lakkaa pian täyttämästä heidän tarpeitaan ja he siirtyvät toisiin yhteisöihin. Samoin käy mielipidejohtajien kanssa ja heidän mukana lähtee myös muita aktiivisia jäseniä. (Soininen ym. 2010, 119.)

Sähköisesti luodut yhteisöt eivät ole ikuisia. Monet hyvin elinvoimaisina pidetyt yhteisöt ovat kaatuneet. Sosiaaliset kontaktit ohjautuvat omaan suuntaansa ja kauan toisensa tunteneet jäsenet alkavat muodostaa klikkejä. Uudet osallistujat kokevat itsensä helposti ulkopuolisiksi ja hakevat kaltaisiaan muualta. (Soininen ym. 2010, 119.)

Moderointi ja yhteisön johtaminen vaatii sosiaalista osaamista. Yrityksen, yhteisön perustajan tai yhteisön elinkaaren kannalta tämä tarkoittaa oman osaamisen kehittämistä ja usein myös ulkopuolisen avun käyttämistä. (Soininen ym. 2010, 119.)

Yhteisöllisyys ei voi jatkua loputtomiin aina vaan isommaksi ihmisjoukoksi. Useat tutkimukset osoittavat, että yhteisöllisyydellä on rajoja, jotka ovat sosiaalisen käyttäytymisemme lainalaisuuksia. Yksi tällaisista havainnoista on se, että lähipiirimme näyttää muodostuvan keskimäärin yhdeksästä ihmisestä. Dunbar-luku, 150 kontaktia, vastaa keskimäärin määrää, jonka luemme ystäviksemme elämämme aikana. 1 500–2 000 henkilöä on se määrä, jonka jälkeen yhteisön jäsenet eivät enää koe yhteenkuuluvuutta. Tästä suuremmat yhteisöt sosiaalisessa mediassa muuttuvat broadcast-medioiksi. (Soininen ym. 2010, 120.)

Perinteinen media on sidottu aikaan ja fyysiseen materiaan, jonka tuotannon ytimessä on määritellyt aikataulut ja tuotantoresurssien optimointi. Yhteisöjen kautta tieto leviää reaaliajassa koko ajan, eikä viestinnässä ole sääntöjä, deadlineja, tilarajoitteita tai kustannusongelmia. (Soininen ym. 2010, 30.)

### 3.4 Yhteisöllisyys yrityksen ja oppilaitoksen näkökulmasta

Aikaisemmin yritys oli paras tiedottaja omista tuotteistaan ja palveluistaan. Nyt asiakkaat muodostavat mielipiteensä verkossa yhteisöllisten keskustelujen avulla. Viestintä, markkinointi ja mainonta eivät ole enää yksisuuntaisia, vaan kohdistuvat asiakkaisiin ja heidän sidosryhmiinsä ja suunta muuttuu yleisöltä yritykseen päin. Asiakkaat ovat yhteisöllisesti jäsenyntyneitä asiakasryhmiä, aktiivisia tuotteiden ja palveluiden käyttäjien yhteisöjä. Asiakkaat kommunikoivat keskenään ja mielipide tuotteista ja palveluista muodostuu ilman yritystä joka tapauksessa. Kampanjat muuttuvat jatkuviksi prosesseiksi, yhteisökeskusteluiksi. (Soininen ym. 2010, 16–17, 26–28.)

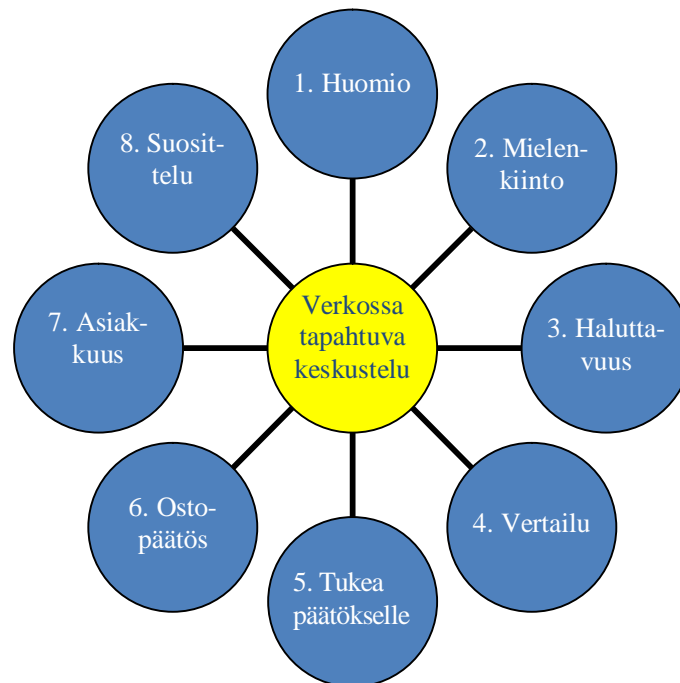
Yrityksen ostettu eli perinteinen media on heikosti vuorovaikutteinen ja kuluttajalla on siihen lähes olematon vaikutusvalta. Vain yleisönosastokirjoitus voi olla tällainen tapa vaikuttaa. Omistettu media on yleensä yrityksen tai organisaation hallinnoima oma viestintäkanava, esimerkiksi blogi tai internet-sivu. Näihin kuluttajalla on parempi vaikutusmahdollisuus kuin ostetussa mediassa. Blogikirjoitukseen tai palautelomakkeeseen voi vastata. Ostetun ja omistetun median aiemmasta käytöstä on syntynyt niin sanottu ansaittu media. Tällaista on esimerkiksi merkittävän lehden tekemä artikkeli yrityksestä. (Soininen ym. 2010, 100–101.)

Ansaittua mediaa kutsutaan myös termeillä buzz, viraalimarkkinointi, suusta suuhun markkinointi eli WOM, Word Of Mouth. Ansaittu media on yhteisöllisen median näkökulmasta ydinsisältöä ja sen ominaisin viestintämuoto, koska se korostaa yhteisön jäsenten välistä kahdensuuntaista kommunikointia. Ansaittu media on kaikkein uskottavin media ja on avainasemassa useimmissa ostopäätöksissä. Yrityksen omien tai ulkopuolisten henkilöiden alulle panema blogikirjoitus, Twitter- tai Facebook-viesti leviää ilman, että yritys voi sitä hallita. Ansaitun median muodostavat kuluttajat ja he ovat tärkeimmässä asemassa tämän median syntymisessä. (Soininen ym. 2010, 101.)

Yrityksen tulisi osata tuottaa sisältöä ja koordinoida mediaa jokaisen kolmen tavan mukaan: ostetun, omistetun ja ansaitun median avulla. Usein ongelmana on se, että organisaatio on valmistautunut vain maksetun median käyttöön ja tulosta mitataan asiakkaiden huomion mittaavilla parametreilla. Olennaista on, kuinka organisaatio osaa hyödyntää kunkin mediatyyppin parhaat puolet. (Soininen ym. 2010, 103.)

Tuloksellisen toiminnan aikaansaamiseksi yrityksen tulisi oppia ansaitun median uusi keskusteleva viestintätapa. Maksettu media ja omat viestintäkanavat on nivottava yhteen ansaitun median kanssa, ja saatava suora ostomahdollisuus omistetun median kautta. (Soininen ym. 2010, 104.)

Yrityksen yhteisöllisen median tavoitteista huomion hankkiminen on olennainen osa, mutta se on vasta kuluttajan osto- ja valintaprosessin alku. Pohtiessaan tulevaa hankintaa asiakas vertaa eri kilpailevia tuotteita. Yhteisöllisessä mediassa kuluttaja keskustele tai seuraa muiden jo käymiä keskusteluja. Lähipiirin kanssa käyty yhteydenpito täydentää mielikuvaa ennen lopullista päätöstä. (Soininen ym. 2010, 102.) Kuvio 3 ilmenee perinteinen ostoympyrä, joka lähtee huomion herättämisestä ja päättyy sosiaalisen median käyttämisen avulla suositteluun.



KUVIO 3. Perinteinen ostoympyrä täydennettynä yhteisöllisestä näkökulmasta (Soininen ym. 103, muokattu)

Tärkeää on tunnistaa asiakkaan ostoprosessi. Perinteisen ostoympyrän kuhunkin vaiheeseen tulee suunnitella kullekin mediatyypille luontevin rooli organisaation tuotteiden ja palveluiden kannalta ja mahdollisuus dialogiin asiakkaan ja yrityksen välille. (Soininen ym. 2010, 104.)

Kokonaissuunnittelun jälkeen yrityksen näkyminen esimerkiksi blogissa, Twitterissä, Facebookissa tai YouTubessa saa uuden kontekstin. Hallinnan tilalle tulee läsnäolo, kuunteleminen ja keskusteluihin reagoiminen sekä asiakkaan ohjaaminen myyntikanaville. (Soininen ym. 2010, 106.)

Yrityksen kannattaa mennä sinne missä asiakas jo on ja keskustella asiakkaan kanssa. Pelkkä huomion saaminen ei riitä. Tarkoitus on saada mahdollisimman monta kosketuspistettä asiakkaan kanssa. Ansaitun median mallin avulla yritys voi rakentaa itselleen luontevan aseman ja paremman tuloksen kuin pelkästään maksettua ja näkyvyyttä lisäävää toimintaa hyväksi käyttäen. (Soininen ym. 2010, 106.)

Oppilaitokset käyttävät perinteistä ostettua ja omistettua mediaa. Toiminnan perustana on selkeä ja informatiivinen internet-sivu, jossa asiakas voi antaa palautetta. Näiden lisäksi sosiaalisen median tehokas käyttäminen antaa mahdollisuuden saavuttaa yhteisöllisyys, jonka avulla syntyy oppilaitoksen ansaittu media. Oppilaitoksen on syytä ohjata opiskelijoitaan sosiaalisen mediaan, tiedon vaihtamiseen ja keskusteluun, jonka seurauksena saavutetaan viraalimarkkinointi. Vilkas, yhteisöllinen keskustelu sosiaalisessa mediassa auttaa oppilaitoksen kurssien sisällön ja kurssitarjonnan kehittämisessä sekä opiskelijarekrytoinnissa.

Oppilaitoksen ostetulla ja omistetulla medially saavutetaan asiakkaan huomio ja herättää mielenkiinto. Hyvin suunnitellulla ja kohdennetulla mainoksella voidaan lisätä oppilaitoksen kurssien haluttavuutta. Huomiota, mielenkiintoa ja haluttavuutta voidaan tehostaa osallistavalla keskustelulla sosiaalisessa mediassa. Linkkien avulla ohjataan keskustelijoita tutustumaan oppilaitoksen tarjontaan, jonka jälkeen potentiaalinen asiakas voi vertailla kurssien hintaa, laatua ja sisältöä. Hän voi kysyä tuotteesta ja vertailla sekä keskustella tuotteesta yhteisön muiden jäsenien kanssa. Keskustelun ja vertailun avulla asiakas saa tukea valinnalleen ja päätökselleen. Tavoitteena syntyy asiakassuhde, joka päättyy onnistuneen kurssin jälkeen asiakkaan suositteluun muille keskustelijoille.

### 3.5 Sosiaalisen median välineet

Sosiaalisen median välineistö on laaja: blogi, wiki-, yhteisö- ja mikroblogipalvelut. Lisäksi on pikaviestintäpalveluja, kuvan-, videon- ja äänenjakopalveluja, linkkien ja uutis-

ten jakopalveluja. Tässä seuraavaksi on luettelo suosituimmista palveluista ja välineistä ja siitä, kuinka ne sopivat opetukseen ja oppimisvälineiksi.

## Blogi

Blogi sopii parhaiten tekstin ja multimedian julkaisuun tai kun halutaan tiedottaa jostakin ajankohtaisesta asiasta. Blogi on lyhenne sanasta web-blog, joka tarkoittaa internetissä julkaistavaa päiväkirjaa. Blogin haltija kirjoittaa tekstiä, joka näkyy blogissa aikajärjestyksessä, uusin on ensin, ja lukijat voivat kommentoida tekstiä tai avata keskustelun blogien välisesti. Jos toinen blogi on kommentoinut toisen kirjoitusta, siitä lähetetään trackback-viesti, joka näkyy kommentoidun blogin sivulla. Useiden blogien välistä viestintää kutsutaan blogosfääriksi. (Kalliala & Toikkanen 2009, 41.)

Blogiartikkeleilla on pysyvä osoite, josta lukija voi päätellä, mistä aiheesta kirjoitetaan. Blogveja voi selata internetin selainohjelmilla, jota kautta niitä voi myös kirjoittaa. Blogissa on usein linkkejä ja sivustossa on vastausmahdollisuus. Blogista voi tarjota uutisyytteen, jonka voi tilata lukuohjelmilla, esimerkiksi web-pohjaisella Google Readerilla. (Kalliala & Toikkanen 2009, 41.)

Blogien hallinnoimisliittymä on osoitteessa [blogger.com](http://blogger.com). Yksittäiset blogit näkyvät [blogspot.com](http://blogspot.com)-osoitteessa. Blogger-blogin voi kuka tahansa perustaa ilmaiseksi. Käyttönottaminen on helppoa ja blogin ulkoasuun voi vaikuttaa vastaamalla blogia perustettaessa kysymyksiin. Sivupalkin widgetit voi samoin itse valita. (Kalliala & Toikkanen 2009, 132.)

Opetuksessa blogi sopii lyhyiden tiedotteiden ja kommenttien antamiseen. Opettaja voi perustaa opettamastaan aineesta kurssiblogin, jossa opiskelijat näkevät toistensa kirjoitukset ja kommentoivat niitä. Parhaiten bloggaaminen palvelee oppimista isoissa kurssi-tehtävissä ja esimerkiksi ryhmä- ja projektityössä, joissa oppiminen perustuu aineistoon tutustumiseen ja siitä kommentoimiseen sekä yhdessä oppimiseen.

## DimDim

DimDimin käyttämiseen tarvitaan selain ja Flash-liitännäinen. Jos haluaa jakaa työpöydän, on asennettava lisäksi jakaja. DimDimissä voi puhua, käyttää chatia tai web-kameraa ja jakaa työpöydän tai yhteisen piirtoalustan. Videoneuvotteluun osallistumi-

seen tarvitaan kokoushuoneen osoite ja käyttäjätunnus, jos haluaa avata kokouksen. Kokouksen aloittaja valitsee neuvottelun keston ja mikrofonien määrän sekä antaa puheoikeuden tai korottaa osallistujan esittäjäksi, jolloin tällä taas on jako-oikeus. DimDim on ilmainen 20 neuvottelijaan saakka. (Kalliala & Toikkanen 2009, 134.)

Opetuksessa ilmaista DimDimiä voi käyttää maksullisten Adoben Connect Pron ja Cisccon Webexin sijaan etäopetuksessa. Esimerkiksi aineistoon tutustumisen jälkeen voi pitää opiskelijoille DimDim-kokouksen, jossa harjoitustyötä voi ohjata ja ongelmista keskustella ilman, että kaikkien täytyy kokoontua samaan luokkatilaan.

## Facebook

Sosiaalisella verkostopalvelulla tarkoitetaan sosiaalista yhteisöä, internet-yhteisöä tai nettiyhteisöä, joista suosituin on vuoden 2007 syksyllä yleistynyt Facebook. Sosiaalinen media luokitellaan yhteisöksi, kun käyttäjät ovat mediassa kauan ja heidän välilleen syntyy oma tavoite, toimintakulttuuri ja vaihtuva jäsenistö. Käytännössä puhutaan yhteisöistä ja yhteisöpalveluista, vaikka ne ovat sosiaalisia verkostoja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 82.)

Facebookissa sovelluksen käyttöönoton osapuoli näkee täydellisen profiilin. Samoin ystävät haluamastaan henkilöstä myös sen jälkeen, kun kyseinen henkilö on poistanut profiilinsa. Siksi pitää olla tarkka, mitä tietoja itsestään Facebookiin antaa. (Kalliala & Toikkanen 2009, 89.)

Facebookin suosio perustuu matalaan osallistumiskynnykseen. Varsinkin Like-toiminto helpottaa osallistumista verrattuna aikaisemmin olleeseen ryhmän jäsenyyteen. Facebookissa merkitään virtuaalisesti jo olemassa olevat sosiaaliset suhteet. Käyttäminen on luonteeltaan yksityisempää kuin muissa palveluissa. Lisäksi Facebook tarjoaa useita viihteellisiä piirteitä ja hyötyominaisuuksia peleistä, tapahtumien ilmoittamisista ja yleishyödyllisistä virtuaalisista ryhmistä. (Soininen ym. 2010, 52–53.)

Opetuksessa Facebookia voi käyttää perustamalla kurssia varten oma Facebook-sivu tai -ryhmä. Facebookilla on mahdollista antaa nopeasti tietoa ja ohjeita sekä ohjata esimerkiksi keskustelua tai ryhmätyötä opettajan määrittämään tavoitteeseen. Facebookin avoimuuden ja läpinäkyvyyden takia sisällön valvonta on oltava tehokasta.

## Flickr

Sosiaalisessa mediassa on tarjolla paljon myös kuvia. Ilmaisista kuvien ja videoiden jako- ja säilytyspalveluista tunnetuin on Flickr. Sosiaalisen median kuvagallerioista on mahdollista löytää miljoonia kuvia elävöittämään blogia, web-sivuja, dokumentteja tai diaesityksiä. Kuvat ovat ilmaisia, kun niitä käyttää omissa esityksissään. Kuvista näkyy 200 uusinta kuvaa ja käytössä on kolme albumia. Kuvia voi kommentoida ja merkitä itselleen kaverin, jolloin syntyy keskustelua ja yhteisö. Flickrissä on kuvahaku ja juuri ilmaisuuden osoittava Creative Commons -lisenssi. Lehtikuvia taas löytyy ilmaisesta sxc.hu-palvelusta. (Kalliala & Toikkanen 2009, 61, 135.)

Opetuksessa Flickrä voi käyttää esimerkiksi valokuvauskursseilla. Ryhmä perustetaan merkaamalla kaverit. Osallistujien kesken käytävien keskustelujen avulla opitaan yhdessä ja syntyy yhteisöllisyys. Valokuvaharrastus voidaan yhdistää myös taiteen ja erityylisten opintuontien opiskeluun ja yleensä aiheisiin, joissa kuva ja keskustelu antaa enemmän kuin mitä luennolla kerrottava esitys.

## IRC, IRC-galleria, Chat ja IRC/Chat

IRC on suomalainen, erityisesti tietotekniikkaa harrastavien keskustelutyökalu. Keskustelu käydään kanavilla, keskusteluhuoneissa, jotka voivat olla julkisia tai suojattuja. Kun kanavalta lähtee viimeinen keskustelija, se sulkeutuu ja uuden voi perustaa liittymällä kanavalle. IRC-galleriassa on käytössä profiilikuvat. Profiilissa voi jakaa kuvia, kertoa omista kiinnostuksistaan ja millä kanavilla ”irkkaa”. Lisäksi profiiliinsa voi ostaa koristeita. Synkroninen tekstiviestintä on pikaviestintää esimerkiksi chattailu. Eri Chat-ohjelmasta toiseen ei voi viestiä. Google Talkin ja MSN Messengerin käyttäjät eivät voi vaihtaa viestejä keskenään suoraan. Jabber avoimen pikaviestiverkkopalvelimen kautta on mahdollista yhdistää pikaviestimien viestit. (Kalliala & Toikkanen 2009, 73, 139–140.)

IRC/Chat on suosittu nuorison keskusteluareena, mutta sitä käytetään yhä enemmän myös yrityksissä, koska chatiin on siirretty paljon asiakkaiden muuten käyttämää puhelintalvelua. Ajantasaisilla chateilla saadaan nopea tieto esimerkiksi tuotteen saatavuudesta. Opetuksessa IRC/Chatin käyttämistä estää sen viihteellinen ja vapaa-ajan maine, mutta juuri sen vuoksi IRC/Chatia voi käyttää esimerkiksi nuorisoasteen opetuksessa.

## LinkedIn

Ryhmän voi perustaa myös LinkedIn-verkostopalveluun, jota kutsutaan myös ammattilaisverkostoksi. LinkedIn-palvelu on alun perin perustettu työnhakemista varten. Siksi tässä palvelussa on nähtävillä paljon muun muassa henkilöiden CV- ja suositustietoja. LinkedIn-ryhmällä on käytössä uutis- ja keskustelualue, mutta LinkedIniin ei voi laittaa liitetiedostoja ja aineiston muokkaaminen ja tallentaminen on tehtävä muun palvelun avulla. (Kalliala & Toikkanen 2009, 83.)

Opetuksessa LinkedIniä voi käyttää keskusteluihin ja niihin liittyvien linkkien lähettämiseen. LinkedIn-ryhmän saa rajatuksi pois kaikkien näkyvistä, koska ryhmän perustaja voi valita näkykö ryhmä LinkedInin ryhmähakemistossa. (Kalliala & Toikkanen 2009, 83.)

## Ning

Ning-verkostopalvelua käytetään paljon opetuksessa, koska siihen voi helposti luoda uuden ryhmän, joka toimii verkossa itsenäisesti. Tällaisessa suljetussa ryhmässä vain kutsutut käyttäjät voivat nähdä materiaalin ja lisätä alueelle aineistoa. Ryhmän voi luoda myös avoimeksi, jolloin kaikki materiaali näkyy kenelle tahansa, mutta vain ryhmään rekisteröityneet voivat lisätä aineistoa alueelle. Suljettu kurssialue sopii esimerkiksi yritysprojektissa työskenteleville. Avoimessa taas eri yritysten asiantuntijat voivat verkostoitua. (Kalliala & Toikkanen 2009, 82–83.)

## Podcast

Podcast -nimi tulee Applen iPod-musiikkisoittimesta ja broadcast eli lähetyssanasta. Podcastaaminen tarkoittaa äänibloggaamista eli ääni on lisätty blogiin. Äänibloggaamisen muotoja ovat pakinat, haastattelut, äänikirjat, kuunnelmat sekä luento- ja konferenssitallenteet. Podcastin voi lukea selaimella ja äänen, useimmiten mp3-tyyppisen, saa kuulumaan klikkaamalla tai lataamalla mediatiedosto päätelaitteeseen. Podcastista voi tilata uutissyötteen lukuohjelmaan tai sen voi kuunnella Applen iTunes-ohjelmassa. Hyvässä Podcastissa on valmiina käyttäjän tarvitsemat linkit. (Kalliala & Toikkanen 2009, 62.)



Opetuksessa Podcasteja voi käyttää esseiden kirjoittamisen ja luentojen paikalla kuuntelemisen sijaan verkko-opetuksessa. Varsinkin luentosarjojen tilaaminen, katsominen ja kuunteleminen vapaasti valittavana aikana ovat suosittuja.

## Skype

VOIP-puheluista, Voice-Over-IP, tunnetuin on Skype, jonka avulla voi ilmaiseksi puhua ja nähdä kohteesta videokuvan. Skypessä on myös pikaviestimahdollisuus yhden tai useamman keskustelijan välillä sekä tiedostojen jakaminen. Useamman keskustelijan väliseen videoneuvotteluun tarjoaa parhaan mahdollisuuden ilmainen DimDim. (Kalliala & Toikkanen 2009, 73.)

Opetuksessa Skypeä voi käyttää yhdeksän henkilön kesken. Skypellä on mahdollista lähettää ääni- ja videoluentoja. Toimivuutensa ja helppokäyttöisyytensä vuoksi Skype-luennon voi lähettää laajalle alueelle.

## Twitter

Twitter on interaktiivinen keskusteluareena, jossa yhdistyvät blogi ja keskustelukanava, sähköposti ja pikaviestin. Twitter-mikroblogipalvelussa käyttäjät viestivät korkeintaan 140 merkkiä sisältävällä tweetillä. Tekstiviestit lähetetään ja vastaanotetaan RSS-syötteinä matkapuhelimen välityksellä, Twitter-sivuston kautta tai erilaisten sovellusten avulla. Lisäpalvelujen avulla tweetteihin saa kuvia ja videoita. Twitter-kontaktit ovat joko seurattavia tai seuraajia, ei kavereita kuten Facebookissa. Seuraajaksi lisäämiseen ei tarvita hyväksyntää. (Haavisto 2009, 6–9; Soininen ym. 2010, 53–54.)

Yritykset voivat käyttää Twitteriä PR:ään, kampanjoihin, asiakkaiden kanssa yhteydenpitoon ja tuotteiden tunnettuuden lisäämiseen. Työntekijät voivat pitää helpommin yhteyttä toisiinsa kuin sähköpostilla, joka on nopeisiin ja lyhyisiin viesteihin hidas ja kankea. Twitteriä käyttävä on usein myös bloggaaja. Tweetupit ovat Twitterissä sovittuja käyttäjien livetapaamisia. Livetweettaus tarkoittaa jonkin tapahtuman reaaliaikaista raportointia. (Haavisto 2009, 33–34, 43, 48, 51.)

Opetuksessa Twitterin ominaisuudet rajaavat sen käyttömahdollisuuksia. Twitter sopii hyvin lyhyen tiedottamiseen ja palautteen antamiseen. Twitter-keskustelu on helppo

avata ja keskustelua voi seurata ja kommentoida lyhyesti. Siksi Twitter sopii hyvin opiskelijan ohjaamiseen ja asiakaspalveluun.

### Uutisten lukuohjelma

Uutistenlukijan (englanniksi news reader, feed reader, rss reader) avulla voi tilata itselleen kiinnostavista aiheista ja sivuista uutisia. Uutisessa näkyy aihe ja ingressi, jonka mukaan lukija voi avata tai olla avaamatta tulleen syöteuutisen. (Kalliala & Toikkanen 2009, 19.)

Jos uutisten lukuohjelmaa haluaa käyttää opetuksessa, on jokaisen opiskelijan ladattava kyseinen ohjelma tietokoneelleen. Jos lukuohjelma on web-pohjainen, on käyttö helppoa, mutta parempaan tulokseen oppimisen kannalta päästään käyttämällä blogeja. Web-pohjaisia uutisten lukijoita ovat Google Reader, Bloglines ja NewsGator Online. Web-pohjaisuudessa on se etu, että ne keräävät uutisia, vaikka tietokone olisi suljettu. Haittana taas on se, että palvelu voi näyttää vain 10–50 uusinta uutista. (Kalliala & Toikkanen 2009, 20.)

### Web-toimisto-ohjelmisto

Sosiaalinen media tarjoaa esimerkiksi prosessikirjoittamisen mahdollisuuden. Web-toimisto-ohjelmiston avulla yhdessä muokattava dokumentti on netissä. Prosessikirjoittaminen tarkoittaa sitä, että jokainen näkee aina viimeisimmän ajan tasalla olevan version. (Kalliala & Toikkanen 2009, 55.)

Tunnetuin web-toimisto-ohjelmisto on Google Docs, jossa on tekstinkäsittely-, taulukkolaskenta- ja esitysgrafiikkasovellus. Google Docsin Share-painikkeen avulla voi kutsua muita henkilöitä osallistumaan prosessi- tai yhteisökirjoittamiseen, katsomaan tai muokkaamaan dokumenttia. Jokaisessa työkalussa näkee, ketkä ovat parhaillaan muokkaamassa aineistoa. Muutoksista voi tilata itselleen RSS-syötteen ja historianäkymässä voi tarkastella aikaisempia aineiston versioita. Kun liian moni osallistuu prosessointiin yhtä aikaa, Google Docs hidastuu. Lisäksi liiallinen muotoileminen on haitaksi. Jos muotoiluja tarvitaan dokumenttiin, tiedosto kannattaa siirtää toimisto-ohjelmaan. Linkkien lisääminen on mahdollista esimerkiksi taulukkolaskenta- ja tekstinkäsittelyohjelman välillä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 55, 136.)

Opiskelijan kannalta pari- ja ryhmätöiden tekeminen on helppoa Google Docsin jakamisominaisuuden avulla. Yhdessä tekeminen on vaivatonta eikä tuotosta tarvitse erikseen lähettää muille opiskelijoille, koska prosessityön etenemisen ja jokaisen tekemät muokkaukset voi nähdä reaaliajassa.

## Wiki

Wiki sopii yhteiseen tekemiseen ja kirjoittamiseen, jossa halutaan jokaisen osallistumista ja sitoutumista. Wiki-kulttuurin merkittävin toimija on Wikimedia-säätiö, jonka kuuluisin tuote on Wikipedia, kansalaisen tai vapaan sisällön tietosanakirja. Wikin sivuja voi muuttaa Edit-painikkeen avulla jopa ilman käyttäjätunnusta. Wikissä ei ole varsinaista editoria, vaan sivuja on muutettava erityismerkkien avulla. Lisäksi Wikissä on linkitettyinä useita sivuja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 55.)

Oppimisympäristön keskuspaikaksi wiki soveltuu paremmin kuin blogi. Wikiin voi laittaa monimutkaisia kokonaisuuksia, koska siinä on enemmän tilaa kuin blogissa. Kurssin rakenne näkyy oppijalle hyvin samoin kuin muiden välineiden linkit. (Kalliala & Toikkanen 2009, 100.)

Wikimedia Commonsissa on multimediamateriaalia, jota saa käyttää ilmaiseksi. Wikibooksiin kirjoitetaan erikielisiä opiskelukirjoja. Wikikirjasto sisältää suomalaisia itseopiskelumateriaaleja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 55.)

## YouTube

Videopalvelu YouTube on Googlen jälkeen toiseksi yleisin Suomessa käytetty hakukone. Videotiedostot ovat kooltaan suuria ja siksi niitä ei kannata pitää blogi-sivulla. Videot lähetetään usein videopalvelun kautta ja ne upotetaan koodin, embed code, avulla html-sivulle. Video-podcastin eli vodcastin voi tilata ja sen voi katsoa iTunes- tai Miro-ohjelmalla, mutta käytännössä videot saa parhaiten näkyviin suoraan YouTubesta. (Kalliala & Toikkanen 2009, 64.)

YouTube soveltuu parhaiten opetukseen, jossa videon avulla voidaan edistää oppimista. YouTubessa materiaali on jokaisen saatavilla ja siksi on syytä rajoitetusti julkaista kurssin sisältöä ja perusmateriaalia koskevaa aineistoa.

#### 4 SOSIAALINEN MEDIA OPPILAITOKSESSA

Tietokoneet hoitavat yhä enemmän yksinkertaisia ja toistuvia työsuorituksia. Ihmisen tekemä työ muuttuu monimuotoisemmaksi kuin mitä se aikaisemmin on ollut. Yritysten tulee olla joustavia ja sopeutuvia uusiin tilanteisiin. Yhteisölliset, globaalit virtuaalitiimit yleistyvät ja työntekijöiltä vaaditaan uudessa työympäristössä uusia taitoja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 9.)

Työntekijöiltä odotetaan nykyisin kokeiluhalua, hyviä viestintätaitoja, ryhmäarviointikykyä, analyyttistä päättelykykyä sekä tiimi- ja yhteistyötaitoja. Johtamisessa korostuu johtamiskyvyt, joita tarvitaan työntekijöiltä nykyään myös tiimeissä. Hyvässä tiimissä tarvitaan itsenäistä päätöksentekoa ja tietotaidon jakamista. (Kalliala & Toikkanen 2009, 10.)

Internet on noussut suomalaisten tärkeimmäksi tiedonhankintakanavaksi ja viestintäympäristöksi. Tilastokeskuksen vuonna 2009 keräämien tietojen mukaan 82 prosenttia 16–74-vuotiaista vastasi käyttäneensä internetiä viimeisen kolmen kuukauden aikana. Näistä henkilöistä 82 prosenttia käytti internetiä päivittäin tai lähes päivittäin. (Wuorisalo 2010, 91.)

Tieto ja sen jakaminen ei ole enää virallisten instituutioiden varassa. Internet on tarjonnut asiantuntijayhteisöille jo arkiseksi työkaluksi muuttuneet internetin kotisivut. Virallisesta viestinnästä on tullut yhteisöviestintää. Yhteisöt voivat internetissä tarjota ajan-kohtaisen perustiedon osaamisestaan ja asiantuntemuksestaan taustoineen, yhteystietoineen ja kasvokuvineen. Nykyään viralliset asiantuntijat joutuvat kilpailemaan monien tiedontuottajien kanssa erilaisilla forumeilla. Virka- ja tutkija-asiantuntijoiden rinnalle on tullut kokemusasiantuntijat, jotka jakavat tietoaan sosiaalisen median kautta. Siksi monet yritykset ja julkisyhteisöt ovat uudistaneet viestintästrategiansa. (Järvi & Vainikainen 2010, 141.)

Internet-palveluja käytetään, kun verkkoon on helppo päästä, verkkotyökalut ovat helpokäyttöisiä ja käyttäjakeskeisiä ja palveluista on käyttäjälle hyötyä. Sosiaalisen median käyttöönottamista kouluissa on tuettava. Lisäksi opettajien on osattava käyttää verkkotyökaluja ja siksi tarvitaan koulutusta. (Wuorisalo 2010, 91–92.)

Hintikka (2009, 8) toteutti Jyväskylän yliopistossa Sosiaalinen media aktivoivan oppimisen välineenä -hankkeen. Loppuraportissaan hän luettelee vuorovaikutteisten verkkotyökalujen etuja, jotka puoltavat sosiaalisen median käyttöönottamista. Sosiaalisen median työkalut tukevat ryhmätyötä ja informaation jakamisen merkitystä. Tämän kautta syntyy paljon mahdollisuuksia verkostojen ja organisaatioiden uusiksi toimintatavoiksi. Palvelut eivät välttämättä säästä aikaa, mutta kartuttavat sosiaalista pääomaa. Sovellukset ovat maksuttomia, nopeasti omaksuttavia ja joustavia eri käyttötarkoituksiin. Lisenssimaksuja tai asentamista ei tarvita, vaan palvelut ovat käytettävissä kaikkialla, missä on internet-yhteys. Vuorovaikutteiset verkkotyökalut sopivat käytettäväksi sellaisiin koulutusorganisaatioihin, joissa vaihtuvuus on vähäistä ja osallistuminen on pitkäaikaista. (Suominen & Nurmela 2011, 94.)

746 opettajaa eri puolilta maata kaikilta koulutusasteilta vastasi Procode Oy:n toteuttamaan kyselyyn syyskuussa 2009. Kyselyn tulosten mukaan 6 prosenttia opettajista käytti silloin sosiaalista mediaa opetuksessaan. Eniten käyttäjiä, 15 prosenttia, oli ammattikorkeakouluissa. Seuraavina tulivat lukiot, ammatilliset oppilaitokset ja yliopistot. Moni käytti YouTubea, josta näytettiin videoita esimerkiksi suunnittelun pohjaksi. Opetukseen liittyvinä demoina ja opiskelijaryhmien keskinäiseen viestintään käytettiin blogeja, wikiä ja verkkokeskusteluja. Muutama käytti opetusblogia, joissa jaettiin läksyjä, tehtäviä ja tietoa esimerkiksi koealueesta. Skypeä hyödynnettiin suullisten tehtävien arvioinnissa. (Puustinen 2009, 18.)

Miettiessään nykyaikana kuinka opettaja järjestää tulevan opetuksensa, tulee ehkä mieleen, että ajan hengessä hän siirtää opetuksensa sosiaaliseen mediaan ja kaikki on hyvin. Joutsenvirta (2006) toteaa blogissaan, <http://www.valt.helsinki.fi>, tosiasia kuitenkin on, että ihmisen aivoissa ajattelu ja oppiminen tapahtuvat samalla tavalla kuin ennen digiaikaa ja oppiminen perustuu edelleen kommunikaatioon, kieleen, puheeseen, kielen symboliikkaan ja vuorovaikutteisuuteen. Virtuaaliympäristössä opettajan on huolehdittava samalla lailla kuin luokkatilassakin, oppimista edistävän ilmapiirin luomisesta. (Pohjavirta, Sundström-Pullinen, Wickman-Viitala 2009, 27–28.)

Kun opettaja päätyy käyttämään jotain tiettyä sosiaalista mediaa opetuksessaan, tulee opettajan opetella median käyttö ja sen mahdollisuudet kunnolla. Näin toimimalla opetus on sujuvaa ja välttyään turhilta teknisiltä ongelmilta. (Kalliala & Toikkanen 2009, 11.)

Opettajien on kerrottava omista sosiaalisen median käyttökokemuksistaan ja suositeltava ja autettava kollegoitaan kokeilemaan medioita heidän omissa oppiaineissaan. Työntekijöillä on oltava kyky oppia uutta, soveltaa oppimaansa uusissa tilanteissa ja toimia yhteisöllisesti globaaleissa ja monikulttuurisissa verkostoissa ja virtuaalitiimeissä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 9.)

Behavioristisesti ajatellaan, että opettajalla on aina enemmän tietoa kuin opiskelijoilla ja opettaja on oikea henkilö tietoa jakamaan. Vuorovaikutteisten verkkotyökalujen käyttäminen opetuksessa kumoo tämän oletuksen. Yhdessä ja yhteisesti löydetty tieto on sen hetken paras tieto. Opiskelijoiden kollektiivisesti kerätessä tietoa opiskeltavasta asiasta, voi käydä niin, että vuorovaikutus muuttuu asiantuntijoiden väliseksi tasavertaiseksi kommunikoinniksi. Opettajakin saattaa oppia uutta. Opettajan on omalla ammattitaidollaan osattava yhdistää uusi tieto aiemmin kerättyyn tietoon, ohjata ja pitää oppiminen asiassa. (Pohjavirta ym. 2009, 27–28.)

Rekisteröityminen on yksi sosiaalisten verkostojen käyttämisen este. Verkkoprofiilin luominen koetaan hankalana asiana, kun käyttäminen liittyy työhön tai opiskeluun. Jos rekisteröimisessä vaaditaan useiden omien tietojen antamista, tuntuu liittyminen tietosuojan kannalta arveluttavalta. Tietosuojalla varmistetaan jokaisen käyttäjän oikeus omiin henkilötietoihinsa. Lisäksi organisaatioissa ei ole vielä selkeitä pelisääntöjä sosiaalisen median käyttämisestä, esimerkiksi millä sähköpostilla saa palveluun kirjautua. (Wuorisalo 2010, 97–98.)

Ning on oppilaitoksissa paljon käytössä oleva verkkopalvelu. Ning on palvelu, jossa voi perustaa oman yhteisön. Yhteisöön voi kutsua henkilöitä ja heillä on käytössä muun muassa blogi ja oma muokattava profiili. Jos opettaja rekisteröityy työ sähköpostillaan Ningin käyttäjäksi, niin käyttöehtojen mukaan sopimus syntyy työnantajan ja Ningiä tuottavan yhtiön välille. Opettaja on tehnyt sopimuksen työnantajansa edustajana ja työnantajan puolesta. Tähän työntekijöillä ei kuitenkaan ole oikeutta. Ning ei ole tehnyt Safe Harbour -sopimusta. (Puustinen & Somerpuro 2009, 19.)

Monet verkkoyhteisöpalvelut ovat amerikkalaisia. EU:n jäsenmailla on oma tietosuojadirektiivi, mutta Yhdysvalloissa sitä ei ole. Osa yhdysvaltalaisista yrityksistä on kuitenkin sitoutunut noudattamaan EU:n ja USA:n välistä Safe Harbour -sopimusta. Sopimus takaa sen, että yritys täyttää EU:n määrittämät tietosuojan vaatimukset. Se on kohtalain-

sen hyvä palvelun turvamerkintä, mutta sopimusta eivät kaikki ole hyväksyneet ja sopimuksen mukaan ei aina toimita. Vaikka esimerkiksi Facebookissa on Safe Harbour -sopimussuoja, ei tietojen poistaminen poista automaattisesti profiilitietoja. Palveluntuottaja saa käyttää kaikkea sisältöä haluamallaan tavalla niin kauan kuin materiaali on käyttäjän tilillä, myös mainos- ja markkinointitarkoituksiin. Oikeus päättyy, kun käyttäjä poistaa tiedot tai päättää sopimuksen. (Puustinen & Somerpuro 2009, 18–19.)

Safe Harbour -sopimuksen tavoitteena on luoda tilanne, jossa yhdysvaltalaiset yritykset muuttavat ja auditoivat omaa tietosuojatoimintaansa vuosittain EU:n lainsäädännön tasolle. Yhdysvaltain kauppakomissio Federal Trade Commission, FTC, ylläpitää Safe Harbour -sivustoa, joka tiedottaa yhdysvaltalaisille yrityksille tietosuojajärjestelyjen ehdoista. Sivustolla on lista yrityksistä, jotka ovat ilmoittaneet noudattavansa Safe Harbour -ehtoja ja tehneet vuosittaisen ilmoituksen. FTC:llä on myös käytössään valta käyttää laillisia sanktioita sääntöjen rikkojia vastaan. Kun eurooppalainen toimija ilmoittaa rikkomuksista FTC:lle, se sopimuksen mukaan hoitaa tietosuojan kuntoon. (Opetushallitus 2010, n.d.)

#### 4.1 Sosiaalinen media eri näkökulmista

Sosiaalinen media sisältää ihmisten välistä vuorovaikutusta helpottavia palveluita ja välineitä. Viestintämuodot voidaan jakaa synkronisiin ja asynkronisiin tapoihin. Synkronisista viestintämuodoista puhelin on paras esimerkki, koska siinä viestit kulkevat välittömästi osapuolelta toiselle ja tässä pitää osallistujien olla koko ajan viestimen äärellä. Asynkronisessa viestinnässä ei tarvitse olla viestimen äärellä, vaan lähetetyn viestin voi lukea myöhemmin, esimerkkinä tekstiviesti tai sähköposti. Viestinnän kannalta helpoin tapa viestiä on tekstuaalinen viestiminen, tehokkain face to face eli kasvokkain viestiminen. (Kalliala & Toikkanen 2009, 73.)

Hintikan (2009, 7) mukaan sosiaalinen media voidaan jakaa sisältö- ja verkostopalveluihin. Sisältöpalveluissa käyttäjät tuottavat ja jakavat sisältöjä, jotka luovat sosiaalisuutta. Esimerkiksi käyttäjä laittaa kuvia YouTubeen, muut tutustuvat niihin ja kommentoivat kuvia. Toiminnan myötä he tutustuvat toisiinsa ja syntyy ryhmä. Sosiaalisissa verkostopalveluissa, kuten Facebookissa, sosiaalisuus luo sisältöjä. Käyttäjät luovat profiileja kuvien, apuohjelmien ja erilaisten palveluiden avulla. Profiiliin voi linkittää

oman blogin, suosikkien blogeja ja muuta verkkoaineistoa. (Suominen & Nurmela 2011, 96.)

#### 4.1.1 Sosiaalinen media oppimisessa

Jos sosiaalinen media ei tehosta oppimista, käyttö hiipuu vähitellen ensi innostuksen kadotessa. Jos taas vuorovaikutteisia verkkotyökaluja käytetään jäykässä opettajakaisessa yhteisössä, hyödyt eivät pääse oikeuksiinsa. Tarvitaan avoimuutta ja tasa-arvoista toimintakulttuuria sekä iso osallistujajoukko, jolla taataan vuorovaikutteisuus ja jonka avulla syntyy yhteisöllisyys. Toisten opiskelijoiden tuotosten näkeminen ja kommentoiminen jalostavat omaa ajattelua ja rohkaisevat esittämään omat mielipiteet ja tuotokset julkisesti. (Suominen & Nurmela 2011, 94–95.)

Parhaiten sosiaalisen median edut korostuvat laajoissa tehtävissä, jotka johtavat konkreettiseen lopputulokseen. Kurssilaisten omat, toisistaan eroavat välitehtävät ja niihin liitetty vuorovaikutus rakentavat tuotosta vaihe vaiheelta valmiiksi. Jos oppimisessa yhdistyvät yksilön monologinen oppiminen, dialoginen oppiminen ja yhteisöllisyys, yhteisen tuotoksen tekeminen, voidaan puhua dialogisesta pedagogiikasta. (Suominen & Nurmela 2011, 97.)

Koska tietoa saa nykyään monesta paikasta, monessa muodossa ja monilla eri tavoilla, on osattava hakea oikea tieto. Lisäksi, kun tieto on löydetty, tietoon on syytä suhtautua kriittisesti. Tieto pitää tarkistaa useammasta eri lähteestä, jotta voi olla varma, että kysymyksessä on faktatieto. (Kalliala & Toikkanen 2009, 10.)

Perinteisen median uutissivut ovat luotetuimpia tietolähteitä. Niiden rooli korostuu etenkin suurten uutisten viestimisessä. Tämä kertoo kansalaisten medialukutaidosta ja myös journalismin luotettavuudesta. Toimittajia kehoitetaankin tarkistamaan tiedot useasta lähteestä, jotta uutinen on totta. Tiedon takana on hyvin usein luotettavaksi koettu lähde, asiantuntija, viranomainen tai virallisen organisaation edustaja. Suomessa kansalaiset luottavat vahvasti perinteisen median uutissivustoihin kuten hs.fi, yle.fi tai mtv3.fi. (Järvi & Vainikainen 2010, 145.)



Opittavien tietojen sijaan on tärkeää ymmärtää kokonaisuuksia ja oppia työelämässä tarvittavia taitoja. Näihin taitoihin kuuluu oppia ja omaksua jatkuvasti uutta. Tieto vanhenee nopeasti ja olennaista on taito löytää ajantasainen tieto. (Kalliala & Toikkanen 2009, 12–13.)

Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen vuonna 2009 tekemässä tutkimuksessa pyydettiin vastaajia, 993 henkilöä, nimeämään viisi internet-sivua, joita kyselyyn osallistuja käyttää eniten. Tulosten mukaan perinteinen media oli hyvin suosittu yhtenä käytetyimmistä sivuista, sillä iltapäivälehdet mainitsi 35 prosenttia vastaajista. Seuraavina olivat yle.fi ja Facebook, jotka molemmat olivat viiden suosituimman sivun joukossa 28 prosentilla vastaajista. Hs.fi oli neljäntenä 22 prosentilla. Yllättävää oli ulkomaisen median, 3 prosenttia, ja aikakauslehtien, 4 prosenttia, pienet osuudet. Facebookin mainitsi 38 prosenttia naisista, mutta vain 18 prosenttia miehistä. Sama suunta oli havaittavissa myös iltapäivälehtien kohdalla: naiset 41 prosenttia, miehet 29 prosenttia. Erityisesti 15–25-vuotiaiden naisten joukossa Facebook oli suosituimpien viiden sivun joukossa, 73 prosentilla, lisäksi heidän suosikkejaan oli kuvagalleriat, 28 prosenttia. Nuoret miehet taas olivat innokkaita YouTube:n käyttäjiä: 25 prosentissa vastauksista YouTube oli yksi viidestä suosituimmista sivuista heidän joukossaan. (Matikainen 2009, 30–32.)

Tällä hetkellä työssä käyvä väestö on pääosin X-sukupolvea ja vasta totuttelemassa verkkotoimintaan. Y-sukupolvi on kehittynyt teknologian mukana ja Y-sukupolven edustajilla on jo kaikilla tietokone ja matkapuhelin. Heistä kolme neljäsosaa käyttää pikaviestimiä ja sosiaalista mediaa. Yksi kolmasosa pitää blogia ja seuraa uutisia ensisijaisesti verkosta. Z-sukupolveksi on kutsuttu sosiaalisen median aikaan syntyneitä, mutta heitä on kutsuttu myös C-sukupolveksi, jossa C tulee sanoista content, collaboration tai communication. C-sukupolven edustajat eivät pelkästään seuraa uutisia ja ole uutisten kohde, vaan he osallistuvat erilaisiin yhteisöihin ja valikoivat tietolähteensä. C-teini ”mesettää”, tekstaa, lataa ja jakaa. (Suominen & Nurmela 2011, 100.)

Virtuaaliset yhteisöt ovat hyvin tuttuja nuorille. Puolet 15–20-vuotiaista suomalaisista on IRC-Galleriassa. Kun tämä sukupolvi siirtyy opiskelemaan, he eivät luultavasti opi pelkästä luentotyypisestä opetuksesta, vaan opiskelevat mieluummin etänä ja kysyvät, vaihtavat kommentteja ja mielipiteitä opetuksesta sovittua kanavaa apuna käyttäen. (Kalliala & Toikkanen 2009, 10.)

Nuorta henkilöä, joka on syntynyt tietokoneaikakaudella ja oppinut verkkotoiminnan aidossa ympäristössä eikä oppilaitoksessa voidaan kutsua diginatiiviksi. Natiivi tarkoittaa syntyperäistä kielenpuhujaa. Diginatiivi osaa käyttää laitteita ja hyödyntää verkon vuorovaikutteista viestintäympäristöä monipuolisesti. Diginatiivin viihdeosaaminen on hyvin hallinnassa ja muutos on suuri, kun tämä osaaminen valjastetaan hyötykäyttöön. Tulevaisuudessa on odotettavissa suuri toimintatapojen muutos, kun diginatiivit siirtyvät työelämään. (Suominen & Nurmela 2011, 99.)

Opetusta ja oppimista tutkitaan ja kehitetään tulevaisuudessakin. Tuloksista sovelletaan uusia pedagogisia ideoita, jotka kehittävät käyttäjistään muuttuvan, verkottuvan ja globaalin tietoyhteiskunnan toimijoita. (Kalliala & Toikkanen 2009, 19.)

Opettajien on oltava avoimia ja innokkaita muuttamaan opetuskäytänteitään. Perinteistä opetusta täydentää verkko-opetus, joka mahdollistaa etäopiskelun. Yhä enemmän opetusta voidaan siirtää verkkoon. Sosiaalinen media taas täydentää verkko-opetusta. Luentotyypisestä opetuksesta siirrytään opettajan ohjaamaan yhdessä oppimiseen. Opettajalla ei enää ole kaikkea tietoa, jota hän jakaa, vaan ajankohtainen faktatieto löydetään opiskelijoiden kanssa yhdessä. Yksittäisten ajankohtaisten tietojen löytämisestä ja koamisesta sekä yhteisöllisestä keskustelusta opitaan hallitsemaan kokonaisuuksia. Opettajan vastuulla on edelleen oppimistilanteiden suunnittelu. Opettaja organisoii ja valmistelee tuntinsa, mutta tulevaisuudessa myös opettelee ja järjestää kurssin käyttöön opetusaineeseen sopivan sosiaalisen median. Sosiaalisen median käytön avulla saadaan uudet nuoret opiskelijat innostumaan aiheesta. Silti perinteistä motivointia ja didaktiikan hallintaa tarvitaan edelleen.

#### 4.1.2 Sosiaalisen median välineet opetuksessa

Perinteinen opettaminen on muuttunut. Nykyisin enää hyvin harva opettaja voi hallita oman oppiaineensa sisältöjä ja opetusvälineitä täydellisesti. Teknologinen kehitys on ollut valtavan nopeaa. Ensimmäinen opetusta teknologisesti huomattavasti yhtenäistävä ja hallintoa helpottava kehittynyt muoto oli opetuslasket, jotka alkoivat yleistyä 1990-luvun loppupuolella. (Kalliala & Toikkanen 2009, 7.)

Jo verkko-opetus muutti opetusta. Lähiopetuksen lisäksi tuli etä- ja monimuoto-opiskelu. Sosiaalinen media monipuolistaa niin paljon oppimismuotoja, että opetuksen ohjaus on entistä keskeisemmässä asemassa. Oppimisalusta tai sosiaalinen media ovat oppimisen välineitä, jotka on integroitava oppimiseen ja opetettavaan aineistoon saumattomasti. Kun oppimisalusta, verkko-opetus ja sosiaalinen media eivät ole oppimisen kohde, vaan väline, ne eivät häiritse oppimisen tavoitteita eivätkä substanssia. Opiskelijalle alustan tai median näkymän täytyy olla selkeä, looginen ja yksinkertainen. Jos käytetään esimerkiksi verkko-oppimisalustaa, siitä on löydettävä helposti tehtävät, tavoitteet, aikataulu, ohjeistus, kurssimateriaali ja työskentelymuodot. (Kalliala & Toikkanen 2009, 12.)

Sosiaalisen median käytössä olemme nyt samassa tilanteessa kuin oppimisalustojen kanssa: medioita on paljon, niiden ominaisuudet kehittyvät ja muuttuvat koko ajan. Molemmissa teknisissä kehitysratkaisuissa on huomattava, että oppiminen ei parane tekniikoita kehittämällä, vaan oppimisprosessin muuttamisella. Opettajan rooli on muuttumassa ohjaajaksi, johon tarvitaan edelleen pedagogista pätevyyttä, mutta myös kykyä ohjata oppijoitaan oppimaan. (Kalliala & Toikkanen 2009, 7.)

Jokaisella opiskelijalla on oma vahvuutensa ja oppimistavoitteensa. Opettajan vahvuus on asiantuntijuus omalta alaltaan. Opettaja ei enää luennoi ja jaa tietoa, vaan ohjaa oppimista. Ohjaajana opettaja johdattaa vahvuudet ja osaamisen yhteen yhteiseksi tiedoksi ja taidoksi. Ryhmänä, yhteistyön avulla ja erilaista osaamista hyödyntämällä saavutetaan oppimistuloksia, joihin kukaan ei olisi yksin kyennyt. Tätä tarkoitetaan yhteisöllisellä opetuksella ja oppimisella. (Kalliala & Toikkanen 2009, 13.)

Sosiaalisen median käyttöönottoaminen osana opetusta edistää tietoyhteiskunta-ajan kansalaistaitojen oppimista. Vuorovaikutteiset verkkotyökalut yhdistävät perinteisen mediakasvatuksen ja tietoyhteiskuntataidot uudeksi opetus- ja oppimiskulttuuriksi. Mediakasvatuksen tavoitteena sosiaalisen median näkökulmasta on osallistaa yhdessä tekemiseen ja aktiiviseen vuoropuheluun, opastaa tarkastelemaan ja tulkitsemaan asioita eri näkökulmista, innostaa perustelevaan selkeästi mielipiteensä, kannustaa pohtimaan ajatteluun ja auttaa tekemään perusteltuja valintoja ongelmia ratkaistaessa. (Wuorisalo 2010, 89.)

Mediakasvatuksen sisältöjen muutos kohti vuorovaikutteisten verkkotyökalujen käyttämisestä edellyttää ainakin seuraavien kolmen asian toteutumista: internetin säännöllisten käyttäjien määrä pitää olla suuri, internet-palvelut täytyy olla helposti saatavilla ja opettajilla täytyy olla aito halu muuttaa opetus avoimeksi ja osallistavaksi. (Wuorisalo 2010, 91–92.)

Opettajalla on suunnittelijan ja ohjaajan rooli yhdessä tapahtuvan keskustelun eteenpäin viemisessä kohti pedagogista tavoitetta. Opettajan on osattava toimia keskustelun avaajana. Opettaja toimii myös ristiriitojen tasoittelijana ja ohjaa kaiken aikaa keskustelua oppimistavoitteen suuntaan. Opettajan on avoimesti kunnioitettava ja arvostettava opiskelijoiden yhteiseen tietovarantoon tuomaa tietoa. Käytettäessä sosiaalisen median välineitä opetuksessa, on opettajalle suuri haaste siirtää osa tiedonrakentelun vastuusta opiskelijoille, vaikka samanlainen vastuunsiirtohan tapahtuu myös ilman sosiaalisen median käytön ottoa esimerkiksi käytettäessä muita konstruktivistisia opetusmetodeja kuten tutkivaa oppimista tai ongelmalähtöistä oppimista kuten Hakkarainen, Lonka ja Lipponen (1999) toteavat. (Pohjavirta ym. 2009, 28.)

#### 4.1.3 Sosiaalinen media johtamisen ja hallinnon tukena

Globaalissa kilpailussa Suomen on panostettava innovaatioihin. Tulevaisuudessa yksin tekemisen määrä vähenee. Ratkaistavat ongelmat ovat liian vaikeita ja laajoja yhdelle asiantuntijalle. Monikansallisia yrityksiä tullaan perustamaan yhä enemmän. Työntekijät toimivat omassa yksikössään, omassa maassaan, mutta kommunikoivat verkon kautta toisten kanssa. Päätökset tehdään asiantuntijatiimeissä, joiden jäseniltä edellytetään erittäin hyviä viestintä-, neuvottelu- ja yhteistyötaitoja. (Kalliala & Toikkanen 2009, 10.)

Työyhteisön on oltava sosiaalisen median käyttöä suosiva. Medioista on tiedotettava avoimesti ja annettava tarvittava käyttökoulutus. Oppilaitos ei voi määrätä ja määritellä oppimisympäristöä. Yhteisen oppimisympäristön tekemiseen osallistuvat sekä hallinto että opettajat ja opiskelijat. Jokainen opiskelija sovittaa oppilaitoksen tarjoamat fyysiset, sosiaaliset, kulttuuriset, kognitiiviset ja teknologiset oppimisympäristöjen osat omaan muodostuneeseen rakennelmaansa. Henkilökohtaisessa oppimisympäristössään opiske-

lija voi olla virallisessa, epävirallisessa tai epämuodollisessa roolissa. (Kalliala & Toikkanen 2009, 10.)

Sosiaalisen median sovelluksia ja web-palveluja julkaistaan koko ajan lisää. Vain pienestä osasta tulee maailmanlaajuisia tuotteita. Web-palveluiden toiminta on erilaista ja jokaisen toiminnan ja työkalujen käytön omaksuminen on vaikeaa. Niin hallinnon kuin opettajien ja opiskelijoiden on syytä kuitenkin opetella muutama media hyvin. Yleensä globaalisti levinneiden medioiden toimintaperiaatteet muistuttavat toisiaan. Yleisten toimintaperiaatteiden tunteminen auttaa omaksumaan tulevaisuudessa uuden työskentely- ja viestintävälineen. (Kalliala & Toikkanen 2009, 11.)

Sosiaalinen media muuttuu koko ajan: uusia sovelluksia keksitään ja vanhoja kehitetään, eri palvelut yhdistyvät tai niihin liitetään lisäosia ja -palveluita. Sosiaalisen median kulttuuri kehittyy ja se saa uusia ilmaisumuotoja. Media tulee pysymään avoimena ja multimediaviestintä säilyy ja kehittyy. (Kalliala & Toikkanen 2009, 16.)

Sosiaalisen median välineitä on paljon ja on myös oppilaitoksen johdon tehtävä tutustua medioihin ja yhdessä opettajien ja opiskelijoiden kanssa päättää, mitä mediaa käytetään. Myös alueellisia esimerkiksi kunnan ja kunnan sisällä oppilaitosasteiden välisiä yhteisiä strategioita on laadittava, jotta sosiaalisen median käyttäminen olisi yhtenäistä. Erityisesti tarvitaan tutustumiskäyntejä ja avointa tiedottamista. Paikallisista ja alueellisista kokeiluista on tiedotettava ja kerrottava, kuinka sosiaalisen median käyttäminen on eri opetusaineissa ja -tilanteissa toiminut. Tulevaisuudessa sosiaalisen median käyttäminen saattaa olla osa oppilaitoksen brändiä.

#### 4.2 Sosiaalisen median välineet opetuksessa

Facebook-yhteisöpalvelun tykkääminen, Like-toiminto, tuo yhä lisää osallistujia Facebookiin. Facebook tarjoaa yrityksille mahdollisuuden rakentaa ja ylläpitää asiakasyhteisöjä. Yksittäisen yhteisön jäseniä voidaan Facebookiin laitettavien linkkien avulla ohjata organisaation muihin sähköisiin järjestelmiin. Lisäksi Connect-toiminnon avulla yhteisöllinen toiminta keskitetään yhteen työkaluympäristöön ja sen avulla voidaan kytkeytyä myös muihin palveluihin. (Soininen ym. 2010, 53.)

Facebook-ryhmä kannattaa perustaa silloin, kun on edellytykset sille, että ryhmä pysyy tietyn ajan yhdessä. Ryhmän jäsenten olisi hyvä olla tasavertaisia ja homogeenisia. Siksi esimerkiksi lukukauden pituiset kurssit voivat perustaa ryhmän. Ryhmään kuulumisen luo yhteishenkeä ja yhteistä tekemistä. Siksi ryhmän jäsenet ovat aktiivisia. (Soininen ym. 2010, 53.)

Facebook-sivu on kuitenkin koulutusorganisaation kannalta parempi ratkaisu kuin ryhmä, koska sivulle voi laittaa monipuolisia tilastoja ja tietoa voi linkittää sovelluksiin. Sivun laajemman aplikaatiotarjonnan ansiosta sivusta saa elävämmän ja monipuolisemman kuin mitä se Facebookin ryhmänäkymässä on. (Soininen ym. 2010, 53.)

Facebookin käyttäjiä voidaan profiloida melko tarkasti. Siksi Facebook on kiinnostava ja voimakkaasti kasvava mainostusympäristö. Mainonnalla saadaan Facebookissa helpposti huomiota, mutta koulutusorganisaation kokonaisuainonnasta se voi olla vain osa muusta yhteisöllisestä toiminnasta. (Soininen ym. 2010, 53.)

Opetuksessa käyttökelpoinen vaihtoehto on myös kurssiblogi, jonka uutissyötteen opiskelijat voivat tilata omaan lukijaansa. Kurssiblogia on syytä lukea yhtä usein kuin sähköpostia eli useita kertoja päivässä. Kurssiblogia voi käyttää kurssin sisäiseen keskusteluun, yleiseen viestintään ja tiedottamiseen. Opiskelijat lukevat blogin uutissyötteen lukijastaan, jonka avulla he voivat osallistua keskusteluihin ja kommentoida tiedotteita. Jos opettaja perustaa blogin, on syytä sopia myös mikä on avainsana eli tagi, jolla kurssiin liittyvät viestit tai puheenvuorot tunnustetaan kurssin aineistoksi. Tagi voi olla esimerkiksi kurssin nimi ja vuosiluku. (Kalliala & Toikkanen 2009, 42–43.)

Blogin sivupalkkiin voi kerätä linkkejä ja blogissa on syytä olla mahdollisuus kirjoittaa myös pysyviä sivuja. Pysyvät sivut näkyvät blogin navigointipalkissa ja voivat sisältää esimerkiksi kurssiin liittyviä tärkeitä ohjeita. (Kalliala & Toikkanen 2009, 100.)

Hyvässä blogikirjoituksesta ja -vastauksesta selviää mielipide perusteluineen ja myös lähdelinkit, joihin tekstissä on viitattu. Vastaus on usein kommentti, mutta perusteellisen vastauksen voi linkittää omaan blogiin. Valmiin dokumentin julkaiseminen onnistuu paremmin Scribdin, toimistodokumenttien varastointi- ja julkaisupalvelun, välityksellä kuin blogin kautta, jos ei ole omaa nettisivun julkaisumahdollisuutta. (Kalliala & Toikkanen 2009, 41–42.)

Itä-Suomen yliopiston filosofisen tiedekunnan soveltavan kasvatustieteen ja opettajan-koulutuksen osastossa haluttiin kokeilla vuonna 2010–2011, miten opiskelijat saadaan paremmin tutustumaan toisten opiskelijoiden ideoihin, ajatuksiin, teksteihin ja tulkinta-eroihin muulla tavalla kuin perinteisillä menetelmillä. Tavoitteena oli hyödyntää sosiaalisen median aktiivista käyttöä ja yhteisöllisyyttä oppimisessa ja opiskelun tukena. Opettajaksi opiskelevien ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoista, yhteensä 150 opiskelijasta, muodostettiin 50 henkilön ryhmä. Opiskelijoille annettiin tehtävä, joka heidän tuli tehdä ja heidän piti kommentoida tekemistään ja kirjoittaa blogiinsa viestejä ja ajatuksia tehtävästä. Tarkoituksena oli myös, että heille tulevana opettajina, syntyisi käsitys miten arkipäivän tieto- ja viestintätekniikan välineitä ja ohjelmistoja voisi käyttää opetuksessa. Kokeilu oli osa TVT opettajan työssä -kurssia. (Valtonen 2011.)

Tavoitteena oli tuoda opiskelu osaksi vapaa-ajan ympäristöä. Sosiaalista mediaa käytettiin oppimismateriaaliksi ja lisäksi haluttiin tukea opiskelun yhteisöllisyyttä. Opiskeluympäristö linkitettiin opiskelijoiden Facebook-profiileihin. Samalla haluttiin tietoa, voitaisiinko Facebookia käyttää opiskelijan vapaa-ajan käytön lisäksi opiskeluun ja miten tähän menettelyyn suhtaudutaan. Kokeiluun osallistuneet henkilöt olivat syntyneet 1980- ja 1990-lukujen taitteessa ja olivat siten niin sanottua nettisukupolvea, joka loi kokeiluun oman tulosodotuksensa. Osallistujat käyttivät Facebookia päivittäin tai ainakin muutaman kerran viikossa. (Valtonen 2011.)

Kokeilumenetelmä koostui jokaisen omasta blogista, jotka linkitettiin yhteen RSS-syötteen avulla. Facebookissa oli kurssin nimen mukainen profiili. Blogit taas linkitettiin Facebookin kurssiprofiiliin RSS Graffiti-sovelluksella. Tämän jälkeen opiskelijat hyväksyivät kurssiprofiilin ystäväkseen. Jokaisesta blogipäivityksestä tuli syöte opiskelijan henkilökohtaiseen Facebook-profiiliin. (Valtonen 2011.)

Kokeilun tuloksista ilmeni, että noin puolet kokeiluun osallistuneista suhtautui neutraalisti Facebookin käyttämiseen opiskelussa. Noin yksi neljäsosa katsoi kuitenkin kurssimateriaalin olleen häiritsevää omassa Facebookissaan. Jos on totuttu käyttämään jotain mediaa vapaa-ajalla, saman median käyttäminen myös työ- tai opiskelutarkoitukseen saattoi olla vaikeaa. Loppuosan, noin yhden neljäsosan, mielestä Facebookin käyttäminen soveltui hyvin osaksi korkeakouluopiskelua. Toisten opiskelijoiden töiden näkyminen lisäsi motivaatiota omien oppimistehtävien tekemiseen. (Valtonen 2011.)

Yksi neljäsosa ei kuitenkaan nähnyt mitään syytä lukea muiden kirjoituksia. Tämä ryhmä halusi ensin itse vastata eikä poimia muiden ideoita vastauksiinsa tai vertaili toisten vastauksia vasta sen jälkeen, kun oli jo palauttanut oman vastauksensa. Tämä tuntui yhteisöllisyyden ja nettisukupolven käyttäytymisodotusten vastaiselta tavalta opiskella. Tämän tutkimuksen mukaan haasteita sosiaalisen median käyttämisestä opetuksessa on olemassa ja ne korostuvat yhdessä oppimisessa. Yhteisöllistä oppimista ei ehkä osata vielä sisäistää. (Valtonen 2011.)

Viisi ammatillista opettajakorkeakoulua, Haaga-Helia, Hämeenlinna, Jyväskylä, Oulu ja Tampere, seitsemän ohjaajaa ja 70 opiskelijaa osallistuivat sosiaalinen media ammatillisessa opetuksessa -opintojaksolle vuonna 2008–2009. Tavoitteena oli selvittää miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää ammatillisen opettajan työssä, millaisia sosiaalisen median ohjauksellisia ratkaisuja opettajaopiskelijat suunnittelevat ja mitä välineitä he niihin käyttävät. (Niinimäki & Tenno, 229–230.)

Opintojakson opiskelijat suunnittelivat omaan opetukseensa sosiaalisen median opinto- ja ohjauskokonaisuuden. Opettajaopiskelijoista noin kolme neljäsosaa oli ollut opetus-tehtävissä. Heillä oli hyvin vähäinen kokemus sosiaalisesta mediasta, koska noin puolet osallistujista ei tuntenut sosiaalisen median käsitettä. (Niinimäki & Tenno, 230.)

Taustalla oli tieto, että nykyinen Web 2.0 teknologia tarjoaa mahdollisuuden käyttää avoimuutta, vuorovaikutteisuutta ja yhteisöllisyyttä opetuksessa ja käytettävissä olevista sosiaalisen median välineistä voidaan rakentaa toimiva oppimisympäristö. Oletettiin myös, että sosiaalisen median käyttäminen edistää dialogin syntymistä opiskelijoiden kesken ja opettajan ja opiskelijan välille. Toiminnallisesti sosiaalisessa mediassa käytetään yhdessä tuotettua ja jokaiselle jaettua mediasisältöä, jolloin media koetaan sisällöntuotannon prosessina, tietovarastona ja jakelukanavana. Pedagogiikassa sosiokonstruktivisuus korostaa dialogia, vuorovaikutusta, yhdessä oppimista ja merkitysten rakentamista käytännöllisissä yhteyksissä. (Niinimäki & Tenno, 229–230.)

Opintojakson opiskelijat ymmärsivät, että kyse ei ole perinteisen opetuksen siirtämisestä Web 2.0-ympäristöön. Lopputuloksena heidän mielestään sosiaalisen median ohjausvälineet sopivat hyvin tai erinomaisesti verkostoitumiseen, yhdessä työskentelyyn ja ammatilliseen opetukseen. Työvälineet olivat mielekkäitä ja helppokäyttöisiä. (Niinimäki & Tenno, 231–232.)



Opettajaopiskelijat käyttivät blogia vuorovaikutuskanavana, yhteisön työskentely-ympäristönä ja materiaalin keräämispaikkana linkittämällä olemassa olevaa aineistoa. Blogi korvasi kurssin verkkosivun ja sen avulla sai havainnollisen listan viimeisimmistä tapahtumista. Siksi blogi sopi hyvin myös oppimispäiväkirjan pitämiseen. Blogin kirjoittamista käytettiin myös kurssisuorituksen edellytyksenä. Blogi oli kuitenkin opiskelijoiden seurantavälineenä työläs. (Niinimäki & Tenno, 231, 233.)

Suunnittelussa tähdättiin yhteisölliseen tiedon tuottamiseen, eikä tukeuduttu opettajan materiaaliin. Ohjauksessa haettiin tasapainoa verkkokontaktin ja henkilökohtaisen ohjauksen välillä riippuen aina opetettavasta asiasta. Tarkoituksena oli taata, että jokainen osallistuu. Kokemus opetti, että kaikille yhteinen orientaatiovaihe oli tärkeä opetuksen alussa. Lisäksi havaittiin, että yhteinen sopimus, kuinka ohjataan ja kuinka kurssilla edetään, oli tarpeen. Ohjauksessa painottui sosiokonstruktivisuus, jossa oppilaat nähtiin, ei passiivisina oppimateriaalin hyödyntäjinä, vaan aktiivisina uuden tiedon tuottajina. (Niinimäki & Tenno, 234.)

Hyvän oppimisprojektin lähtökohtana on yksilöllisen ja yhteisöllisen opiskelumuotojen yhdistäminen. Kaikki oppimisen muodot eivät ole tehokkaita ryhmissä. Siksi on mietittävä tarkkaan, millainen toiminta ja oppiminen soveltuvat sosiaalisen median kontekstiin. Toisaalta sosiaalinen media ei aina tarvitse ryhmätoimintaa, vaan se voi olla myös toimiva yksilöohjauksen väline. Opintojakson jälkeen opettajaopiskelijat olivat avoimempia sosiaalisen median ohjausvälineiden hyödyntäjiä ja uskalsivat kokeilla uusia teknisiä ratkaisuja rohkeammin kuin ennen opintojaksoa. (Niinimäki & Tenno, 233, 235.)

## 5 SOSIAALINEN MEDIA WELLAMO-OPISTOSSA

Wellamo-opistossa toimistotyön apuvälineinä on useita sähköisiä toimintoja. Hallinnon ja toimiston tärkein työväline on Hellewi-palvelin, jossa on muun muassa kurssi- ja opiskelijatiedot. Hellewi-palvelimelle on myös tuntiopettajilla omat tunnuksensa. Wellamo-opiston internet-sivuilla, [www.wellamo-opisto.fi](http://www.wellamo-opisto.fi), löytyy paljon tietoa opiston toiminnasta. Lisäksi sivuilla on palautelinkki, jonka avulla voi antaa palautetta esimerkiksi kurssien onnistumisesta ja ehdottaa uusia kursseja. Palautteen voi antaa nimettömänä, mutta halutessaan vastauksen asiakas antaa yhteystietonsa. Lukuvuoden opinto-opas jaetaan kotitalouksiin, lisäksi on ostettua mainostilaa ja -aikaa muun muassa Lahden Radiossa. Pieniä mainosjulkaisuja jaetaan ajankohtaisista kursseista esimerkiksi kirjastoihin. Opistotiedote lähetetään sähköpostilla jokaiselle opettajalle.

Moniin asiakkaiden ja opettajien tarvitsemiin helppoihin tiedusteluihin löytyy vastaukset näistä palveluista, julkaisuista, medioista ja mainoksista. Kansalaisopiston päivittäisiä rutiineja ovat poikkeavista opiskelujärjestelyistä tiedottaminen. Tällaisia ovat opetusryhmän normaalin kokoontumispäivän, -ajan tai -paikan muuttuminen. Usein ilmoitetaan myös ryhmän seuraavan kokoontumisen varustuksesta, tarvikkeista tai hankinnoista. Joskus tiedotetaan myös vierailusta tai vierailijasta. Yleisesti ilmoitetaan näytellyistä, konserteista ja esityksistä.

### 5.1 Sosiaalisen median käytön nykyinen tilanne Wellamo-opistossa

Wellamo-opistolla on käytössä Moodle-verkko-opetus- ja oppimisalusta. Päijät-Hämeen koulutus konsernin ja Lahden ammattikorkeakoulun kanssa on suunniteltu yhteinen Verkko-Wellamo, joka käynnistyi Wellamo-opiston osalta 1.1.2011. Moodle oli oppimisalustana myös aikuiskoulutuksen kansainvälistymiseen liittyvässä Kompassihankkeessa, jossa Wellamo-opisto oli mukana muun muassa Hämeenlinnan alueen, Vanajaveden kansalaisopiston, kanssa. Hanke oli kaksivuotinen ja se päättyi 30.6.2011.

Päijät-Osaaja on vapaan sivistystyön opetushenkilöstön täydennyskoulutushanke, joka kuuluu Osaava-ohjelmaan. Päijät-Osaaja -hanketta hallinnoi ja koordinoi Heinolan kansalaisopisto. Päijät-Osaaja -hanke toimii 14 kunnan alueella ja se toteutetaan yhteistyös-

sä Wellamo-opiston ja Itä-Hämeen opiston kanssa. Tässä hankkeessa on käytössä yhteisöpalvelu Facebook.

Wellamo-opisto on perustanut myös oman Facebook-sivunsa syksyllä 2010. Opiston Facebookin käyttäminen on ollut rajattua, koska sivulle ei ole kaikilla käyttöoikeuksia. Kuitenkin joidenkin uusien kurssien tiedottamisessa ja opiskelijahankinnoissa sekä sijaisopettajien rekrytoimisessa oma Facebook-sivu on toiminut hyvin.

Moodle-oppimisalusta on käytössä vain muutamalla opettajalla. Sosiaalista mediaa käytetään opetuksessa satunnaisesti. Uusista oppimisvälineistä, niiden ominaisuuksista ja mahdollisuuksista kaivataan ohjausta ja koulutusta. Varsinainen opetukseen liittyvä hyöty ja oppimisen uudet tavat ja käytänteet opitaan vain ajan myötä sekä Moodlea että sosiaalisia medioita käyttämällä.

## 5.2 Wellamo-opiston sosiaalisen median tavoitteista

Erilaisten sosiaalisten medioiden käyttämistä opetuksessa on kokeiltu ja positiivisten kokemusten perusteella medioiden käyttäminen oppimisessa, ohjaamisessa, tiedottamisessa ja markkinoinnissa on kasvamassa. Sosiaalisen median käyttäminen opetuksessa monipuolistaa oppimistapoja ja -mahdollisuuksia, se täydentää oppimista ja tiedottaminen helpottuu. Myös Wellamo-opiston on syytä pysyä kehityksessä mukana ja uudistaa mahdollisuuksiensa mukaan opetus-, oppimis-, markkinointi- ja tiedottamiskäytänteitään. Edelleen esimerkiksi viestitetään perinteisillä menetelmillä ja tämän lisäksi tiedotetaan, markkinoidaan ja ollaan aktiivisesti esillä erilaisissa sosiaalisissa medioissa. Osallistumalla yhteisöllisesti sosiaaliseen mediaan, on mahdollisuus saada uusia opiskelijoita ja opiskelijaryhmiä kiinnostumaan kansalaisopiston toiminnasta ja kurssitarjonnasta.

Wellamo-opistolla on käytössään oma, opiston käyttöön perustettu, Facebook-sivu. Lisäksi opettajat käyttävät omia sosiaalisia medioita opetuksessaan. Siksi tavoitteet ovat näissä kahdessa tarkoituksessa erilaiset. Wellamo-opiston sosiaalisen median tavoitteina ovat tiedottamisen monipuolistaminen ja kurssien markkinointi. Opiston oman Facebook-sivun avulla on jo nyt onnistuttu sijaisopettajien rekrytoimisessa. Samoin muutama kurssi on saatu alkamaan tehokkaan kurssimarkkinoinnin ansiosta. Wellamo-

opistossa on tavoitteena kokeilla myös muita sosiaalisia medioita. Esimerkiksi blogin ominaisuudet sopivat hyvin kansalaisopiston käyttöön. On huomattava, että median yhteisöllinen käyttäminen vaatii aikaa, osallistumista ja osaamista. (Kiiskinen 2011.)

Kun opetuksessa käytetään sosiaalista mediaa, niin alussa on syytä edetä rauhallisesti ja kokeilla sopivaa mediaa muutamalla kurssilla, joihin median katsotaan hyvin sopivan. Tavoitteena on kokeilla miten oppimista, ohjaamista ja tiedottamista voidaan tehostaa ja monipuolistaa sosiaalisen median avulla. Myöhemmin sosiaalisen median käyttämistä voidaan laajentaa. Sosiaalisen median kokeilun voi aloittaa myös niin, että julkaistaan joidenkin kurssien sisältö, tavoitteet ja perustason kurssimateriaali sosiaalisessa mediasa. Lisäksi opettajien tulee tiedottaa ja avoimesti keskustella sosiaalisen median kokemuksistaan sekä kannustaa kollegoitaan kokeilemaan erilaisia medioita. (Kiiskinen 2011.)

Sosiaalisen median avulla opiskelijoiden ajasta ja paikasta riippumaton opiskelu on mahdollista, kurssin seuraaminen ja osallistuminen kurssille helpottuu. Esimerkiksi aiheeseen tutustuminen ja materiaalista yhteisesti kommentoiminen voidaan järjestää sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalisen median välineiden avulla voidaan saada haja-asutusalueen kansalaiset osallistumaan kursseille siten, että osallistuminen ei vaadi samassa fyysisessä tilassa kokoontumista.

Wellamo-opistossa kurssi aloitetaan, kun opiskelijoita on ilmoittautunut vähintään seitsemän. Kun tietokoneyhteydet toimivat ja kurssilaiset kootaan saman sosiaalisen median välineen avulla yhteen, voidaan mahdollisesti saavuttaa osallistujia eri puolilta Wellamo-opiston toiminta-aluetta niin, että kurssilaisten minimialoitusmäärä täyttyy. Tällöin on mahdollista saada myös uusia kansalaisryhmiä ilmoittautumaan kursseille. (Kiiskinen 2011.)

Verkostoituminen on prosessi, jossa opitaan, tieto kulkee ja informaatiota vaihdetaan. Tarkoituksena on erikoistuminen ja oman toiminnan kehittäminen. Opetusta, oppimista ja osallistumiskäytänteitä sekä kurssivalikoimaa voidaan monipuolistaa benchmarkkauksen, esikuva- ja vertailuanalyysien, avulla sekä varsinkin käytännön tietoa ja kokemuksia vaihtamalla. Toisten kansalaisopistojen ja oppilaitosten oppimiskäytäntöihin tutustuminen on tärkeää. Lisäksi on syytä panostaa tiedottamiseen ja koulutukseen.

### 5.3 Sosiaalisen median käytön rajoitteet Wellamo-opistossa

Ensimmäiset asiat, jotka estävät tai viivästyttävät uuden median käyttöönottamista yrityksessä tai organisaatiossa ovat asenne ja ennakkoluulo: Olemme tulleet toimeen perinteisillä viestintä- ja tiedottamismenetelmillä ja omilla tutuilla ja hyväksi havaituilla viestintätavoillamme, miksi pitäisi ottaa käyttöön uusi teknologia tai toimia toisin? Mitä uutta ja mullistavaa sosiaalinen media voisi meille antaa? Mihin tarvitsemme yhteisöllisyyttä? Näillä kysymyksillä ilmaistuna, asiassa on kaksi puolta: oikea ja väärä.

Ensiksi pelkkä teknologia ei ole ratkaisu mihinkään ongelmaan, varsinkaan, jos ongelmaa ei ole tai sitä ei tunnisteta. Oppimistuloksiin ei ole vaikutusta pelkän teknologian käyttöönottamisella, eikä sosiaalinen media sovi jokaiseen opetusaineeseen. Toiseksi olisi kuitenkin hyvä seurata aikaa ja nähdä, missä asiakkaat ovat. Sosiaalinen media on jo tätä päivää ja oikean median tehokas käyttäminen ja laaja osallistuminen antavat organisaatioille aivan uutta potentiaalia. Koulutusorganisaatioissa sosiaalinen media olisi nähtävä oppimisen, ohjaamisen, tiedottamisen ja markkinoinnin lisäarvona sekä välineenä, jolla on mahdollisuus hankkia uusia opiskelijoita ja ottaa käyttöön uusia oppimiskäytänteitä.

Jokaisella opiskelijalla eikä jokaisella opettajallakaan ole vielä tietokonetta. Siksikin pitää olla edelleen perinteistä viestintää. Lisäksi sosiaalisen median käyttö ja seuraaminen vaativat aikaa ja taitoja, joten täytyy varautua kouluttamiseen ja kouluttautumiseen. Ilman ohjeita ja neuvoja sosiaalisen median kaikkia mahdollisuuksia on vaikea omin avuin saavuttaa.

Sosiaalinen media ei saa olla uhka, vaan mahdollisuus. Jos tahtoa ja resursseja on riittävästi, saadaan oikea viesti kohdistetuksi potentiaalsiin tuleviin asiakkaisiin. Työn määrää sosiaalisen median käyttöönottamisen ei saisi olennaisesti lisätä. Niin aika- kuin henkilöresurssit on jaettava tasapuolisesti. Yhteiset pelisäännöt on sovittava ja niistä on pidettävä kiinni. On myös valmistauduttava ja varattava aikaa sosiaalisen median huolelliseen suunnitteluun ja otettava valitun median tai medioiden kaikki ominaisuudet käyttöön. Lisäksi aikaa ja resursseja on varattava sivun seuraamiseen ja ylläpitoon.

## 5.4 Tutkimus sosiaalisen median käyttämisestä Wellamo-opistossa

### 5.4.1 Tutkimusmenetelmän käyttäminen

Selvittäessäni sosiaalisen median käyttämistä Wellamo-opistossa käytin teemahaastattelua. Teemahaastattelun nimi juontuu puolistrukturoidusta haastattelusta, joka on loma-kehaastattelun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto. Teemahaastattelu on käännetty englanninkielisestä termistä ja käsitteestä kertovasta kirjasta *The Focused Interview*, kohdennettu haastattelu. Teemahaastattelu on hyvä suomenkielinen termi, koska tässä tiedonkeräämismenetyelmässä haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin. Teemahaastattelu ei kuitenkaan edellytä kokeellisesti aikaansaattua yhteistä kokemusta kuten on kohdennetussa haastattelussa. Teemahaastattelun perusideana on, että kaikkia yksilön ajatuksia ja kokemuksia voidaan tutkia tällä menetelmällä korostaen haastateltavien elämysmaailmaa heidän määrittelemistä tilanteista. Haastattelun teema-alueet ovat jokaiselle haastateltavalle samat, mutta kysymysten tarkka ja yksityiskohtainen muoto ja esimerkiksi vastausjärjestys vaihtelevat eri haastateltavien ryhmien ja ryhmän jäsenten välillä. Teemahaastattelussa keskeistä on ihmisten asioiden tulkinta ja asioille antamat merkitykset, jotka syntyvät vuorovaikutuksesta. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.)

Kun teemahaastattelua suunnitellaan, täytyy haastattelijalla olla käsitys ilmiön tärkeistä osista, rakenteista, prosesseista ja kokonaisuudesta. Haastattelijalla on syytä olla myös tieto, että haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen. Näiden avulla haastattelijä päätyy oletuksiin ilmiön määräävien piirteiden seurauksista. Edellä mainittujen seikkojen perusteella haastattelijä kokoaa teemahaastattelun, joka kohdistetaan haastateltavien subjektiivisiin kokemuksiin ilmiöstä. Haastattelujen avulla kerätään aineistoa, jonka pohjalta voidaan luotettavasti tehdä ilmiötä koskevia päätelmiä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.)

Yleensä ottaen tutkittava ilmiö voidaan jakaa osailmiöihin. Yleinen iso käsite voidaan jakaa erilaisiin osiin, teemoihin. Teema-alueet edustavat teoreettisten pääkäsitteiden spesifioituja alakäsitteitä tai -luokkia. Varsinaiset haastattelukysymykset kohdistuvat näihin alakäsitteisiin. Haastattelutilanteessa kysymykset ovat haastattelijan muistilistana ja keskustelua ohjaavina kiintopisteinä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 66.)

Teemahaastattelun kysymysmuoto on tyypillisesti laaja ja haastattelu etenee joustavasti. Teemahaastatteluun ei kuulu kysymysten tarkka ennakkokonstruointi ja kysymykset ovat tyyppistä riippumatta avoimia, mutta ainakin kysymysten päälinjat on oltava hahmoteltu. Haastattelijan on suunniteltava kysymykset ja haastattelutilanne huolellisesti ja mahdollisimman yksityiskohtaisesti. On päätettävä myös halutaanko selvittää tosiasioita vai arvostustyyppisiä seikkoja. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 106.)

Päälinjan tason kysymykset voidaan jakaa tosiasia- ja mielipidekysymyksiin. Tosiasiakysymykset ovat täsmällisiä esikoodattuja kysymyksiä, joiden vastausvaihtoehdot ovat usein haastattelulomakkeessa. Tosiasiakysymykset voidaan jakaa tietokysymyksiin ja yksityisyys-julkisuus-kysymyksiin. Mielipidekysymykset, joihin luetaan myös asennekysymykset, voivat olla joko avoimia tai esikoodattuja. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 106.)

Teemahaastattelun voi tehdä myös jaotteleamalla kysymykset pääkysymyksiin ja tarkentaviin kysymyksiin sekä lisäkysymyksiin. Pääkysymykset luovat kehyksen koko haastattelulle. Tarkentavien kysymyksien tehtävä on rohkaista haastateltavaa täydentämään vastauksiaan. Jatkokysymysten tavoitteena on saada uutta näkökulmaa asioihin. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 106.)

Molemmissa tavoissa toteutuu teemahaastattelun suppilomaisuus: yleisestä tiedosta päädytään yksityiskohtaiseen tietoon. Haastattelijan pitää pyrkiä pois kysymys-vastaus tyyppisestä haastattelusta ja tavoitteena on päästä keskusteluun, avoimeen kanssakäymiseen. Tähän pääsemiseksi on syytä olla myös kysymyksiä varalla, koska jokainen haastateltava on erilainen ja asenteen tai mielipiteen saamiseksi on kohdetta osattava lähestyä oikealla tavalla. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 109.)

Haastattelu on helpointa aloittaa laajoilla tietokysymyksillä, joiden on oltava mielenkiintoa herättäviä ja sellaisia, joihin haastateltava osaa vastata. Näin haastattelutilanteessa saadaan syntymään luottamus sekä osaamisen ja tietämisen kautta löytyy innostus aiheeseen. Joskus on syytä palata aiemmin esitettyyn kysymykseen tai kerrata vastaus ja täydentää sitä lisäkysymyksellä, jolloin vastausta voidaan tiivistää. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 107.)

Teemahaastattelua varten jaoin sosiaalisen median ja sen käyttämisen teemoihin ja kokosin niiden pohjalta teemahaastattelukysymykset ja haastattelin kymmenen Wellamo-

opiston työntekijää 26:sta heidän työpaikallaan. Haastattelulomake ja sen teemakysymykset ja vastausvaihtoehdot olivat yhteensä kaksi A4-sivua (Liite 2). Lomakkeita oli kaksi: yksi päätoimisille opettajille, yksi hallinnon ja toimiston työntekijöille. Teemahaastattelut pidin Wellamo-opistossa 11.4.2011 ja 14.4.2011 välisenä aikana. Haastateluissa käytin kasvokkain, face to face-haastattelutapaa ja jokaisen haastattelun pidin yksilöhaastatteluna. Haastattelut kestivät noin puolesta tunnista 45 minuuttiin ja en katsonut tarpeelliseksi tallentaa haastatteluja videolle tai nauhalle. Haastattelun aikana tein muistiinpanoja. Käytin harkinnanvaraista näytettä, kun valitsin haastateltavat, jotka valitsin niin, että valittu henkilö edusti hyvin ryhmäänsä.

Wellamo-opistossa päätoimisia opettajia on 17, oppilaitoksen hallinnossa on kolme henkilöä ja toimistossa työskentelee kuusi työntekijää. Päätoimisia opettajia on kielten opetuksessa neljä, liikunnassa kaksi, musiikissa neljä, taideaineissa kaksi, teknisten aineiden opettajia on yksi ja tekstiilityön opettajia kolme ja lisäksi on yksi tietotekniikan opettaja.

Tapaustutkimuksen luonteenomaisuutta noudattaen valitsin opinnäytetyössäni lähes saman otantatiheyden mukaisesti, tasapuolisesti ja järjestelmällisesti kohde- ja opetusaineryhmistä haastateltavat henkilöt. Yhtäältä pidin kiinni systemaattisuudesta: jokaisesta työntekijäryhmästä tuli haastateltavia: hallinto, toimisto ja opettajat; toisaalta tasapuolisuutta ja frekvenssiä, kun jokaisesta opetusaineryhmästä (kielet, liikunta, musiikki, taideaineet, tekniset aineet, tekstiilityö ja tietotekniikka) oli haastateltava ja otantatiheys oli noin yhden suhde kolmeen. Hallinnosta haastattelin yhtä kolmesta (1/3) ja toimistosta kahta kuudesta työntekijästä (2/6) sekä 17 päätoimisesta opettajasta haastattelin seitsemää 17:stä (7/17). Kaikkiaan haastatteluja tuli kymmenen. Perusjoukon suuruus oli kaikkiaan 26 henkilöä.

Harkinnanvarainen haastateltavien valintani ei onnistunut täydellisesti. Keräsin täydentävää tietoa niin kutsutulla lumipallo-otannalla (snowball sampling). Lisäksi sovelsin joustavasti lisätiedon saamista satunnaisella lisähaastattelulla, ad hoc -tiedon kirjaamisella.

Teemahaastattelua pitäessäni huomasin, kun erään opetusaineryhmän haastateltava opettaja osoittautui liian kiireiseksi edes ajattelemaan sosiaalista mediaa opetuksessaan



ja tiedottamisessa, käytin hänen kohdallaan lumipallo-otantaa. Haastattelin seuraavaksi tämän haastateltavan ehdottamaa saman aineryhmän toista opettajaa.

Lisäksi satunnaisella kahvihuonetapaamisella oli täydentävä merkitys tiedon keräämisessä (ad hoc -tieto). Haastateltu henkilö kertoi lisää sosiaalisen median käyttämiskokemuksiaan, jotka kirjasin hänen haastattelutilanteessa täytettyyn lomakkeeseensa heti tapaamisen jälkeen. Toisin sanoen muutin joustavasti haastattelutaktiikkaani havaitessani tilanteen.

Kun valmistelin haastatteluja, mietin sosiaalisen median sopivuutta eri opetusaineiden opetuksessa. Ennakoin, että yhteisöllinen media soveltunee musiikin, taideaineiden, teknisten aineiden, tekstiilityön ja tietotekniikan opetukseen. En ollut varma siitä, kuinka sosiaalinen media sopii kielten ja liikunnan opetukseen ja millä tavalla asiaa kysyttäessä siihen haastattelussa suhtaudutaan. Haastattelutilanteessa pyrin olemaan objektiivinen ja kuunteleva, en asennetta tai toimintatapoja tyrkyttävä.

Kun erään toisen aineryhmän opettaja ei nähnyt mitään mahdollisuutta ottaa sosiaalista mediaa käyttöön miltään osin aineessaan, en nähnyt tarpeelliseksi haastatella sen ryhmän muitakaan opettajia. Katsoin (ja olimme yhdessä sitä mieltä), että kyseisen aineryhmän kukaan opettaja ei olisi enää antanut lisäinformaatiota empiriaosuuteeni.

Opettajien haastattelussa huomasin jo neljännen haastateltavan kohdalla (kaikkiaan seitsemän), että lisää informaatiota ei tule sosiaalisen median käyttämisestä, sen sijaan mahdollisesta tulevasta käytöstä oli ideoita. Tässä tilanteessa lumipallo-otanta täydensi kyseisen ainealueen tiedon saamisen myös median käyttämisestä nykyisessä opetuksessa.

Kuudes opettajaryhmän haastateltava ei antanut lisätietoa enää millään tavalla, mihinkään: ei sosiaalisen median omasta käytöstä, ei opetuskäytöstä enkä saanut edes tulevaisuuden näkymistä mitään lisäarvoa kyseiseen ainealueeseen tai sosiaalisen median käyttämisestä tiedotuksessa. Tässä kohdin saavutin opettajien haastattelussa saturaatiopisteen, kylläisyypisteen: tutkimuksen otoksen lisääminen ei olisi enää tuonut merkittävää uutta tietoa.

Toimiston työntekijöiden haastattelut kannatti ajoittaa peräkkäin, jolloin pystyin koordinoimaan haastattelutilannetta ja jälkimmäisessä haastattelutilanteessa esittämään lisäkysymyksiä sekä saamaan täydentävää tietoa. Varsinkin tiedottaminen ja tulevaisuuden näkymät antoivat tuloksiin aivan uutta syvyyttä.

Hallinnon haastateltavan kohdalla harkinnanvarainen otantani oli hyvin onnistunut. Sain mielestäni selville sen, mitä mieltä Wellamo-opiston hallinto on sosiaalisen median käyttämisestä opetuksessa ja tiedottamisessa nyt ja tulevaisuudessa.

Kaiken kaikkiaan tunsin haastateltavista sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja asioista huolenottamista sekä yhteistä asioiden hoitamisen koordinoimisen parantamista. Haastattelut otettiin omaksi ja haluttiin muuttaa vallitsevaa käytäntöä. Mielestäni haastattelutilannetta myös arvostettiin. Olisiko arvostus tullut valinnan seurauksena, koska harkinnanvaraisen metodini selvitin haastateltavalle ennen haastattelutilaisuutta, josta jopa nautittiin. Ehkä tilanne koettiin myös vaikuttamismahdollisuutena. Tietyn tyyppistä innostusta ja asiaan vihkiytymistä oli myös havaittavissa.

Vaikka mielestäni suunnittelin haastattelukysymykset mahdollisimman huolellisesti, silti joissakin haastatteluissa tietoa tuli sinne tänne kaksisivuista haastattelulomaketta. Samoin vastausten ennakkojäsentely ja -luokittelu ei jokaisessa haastattelussa toiminut kuten ennakoin. Toisissa tapauksissa edettiin täysin kysymysten mukaan, jolloin haastateltavalla ei juuri ollut kokemusta sosiaalisesta mediasta eikä esittäjä tulevaisuuden näkökulmia. Haastattelutilanteessa pyrin saamaan kerralla varman tuloksen, ettei haastattelua tarvitsisi uusia. Tässä kohdin tavoittelin haastattelun korkeaa reliäabeliutta: vaikka haastatellaan samaa henkilöä uudelleen tai jos haastattelun tekisi joku toinen henkilö, saadaan sama tulos. Samoin otin koko aineiston huomioon ja tulokset kertovat haastateltavien kokemuksista sosiaalisesta mediasta. Se, että kahdella eri tutkimusmenetelmällä päädytään samaan tulokseen, voi olla vaikeaa toteuttaa ja näyttää toteen.

Rakennevalidius toteutui opinnäytetyöni tuloksissa ja käytin käsitteitä, jotka kuuluvat sosiaaliseen mediaan. Ennustevalidius täyttyi taas siinä, että yhdellä haastattelukerralla sain sellaisen tuloksen, jolla voidaan ennakoida myöhempien haastattelujen ja haastattelukertojen tulos, jos sellaisia tehdään.

Haastatteluaineiston analyysin aloitin jo haastattelujen edetessä. Huomasin tiettyjen vastausten toistuvan ja jakautuvuuden eri kategorioihin. Tuloksissa pyrin tuomaan esille haastateltavan antaman tarkan sanallisen kuvauksen jopa sitaattina. Tavoitteenani oli mikäli mahdollista tulosten tiivistäminen ja merkitysten luokittelu. Tuloksien koostaminen keskittyi nimenomaan esitettyjen kysymysten vastauksien kategorioimiseen. Kysymykset olivat kuitenkin sellaisia, että vastausten koodaaminen tiettyihin luokkiin, esimerkiksi 1–5, oli hankalaa. Samoin tulokset eivät sisältäneet kokemustarinoita, joten narratiivinen strukturointi, tekstin ajallinen ja sosiaalinen järjestäminen, jäi vähäiseksi. Merkitysten tulkintaa pyrin välttämään ja tavoitteeni oli olla mahdollisimman objektiivinen. Tulokset kokosin kerätystä aineistosta, joten lähtökohtani oli induktiivista. Uskon, että aineiston määrästä, kymmenen haastattelua 26 henkilön perusjoukosta, sain kattavan esityksen ja tulokset osoittavat Wellamo-opiston koko henkilökunnan käsitystä sosiaalisesta mediasta, median käyttämisestä, kuinka sosiaalista mediaa voisi käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa sekä yhteistyökumppaneiden kanssa nyt ja tulevaisuudessa.

Teemahaastattelun kysymykset jaoin seuraaviin pääteemoihin: käsitys sosiaalisesta mediasta, sosiaalisen median käyttäminen vapaa-aikana, sosiaalisen median käyttäminen opetuksessa, sosiaalisen median käyttäminen tiedottamisessa ja sosiaalisen median käyttäminen yhteistyökumppaneiden kanssa.

#### 5.4.2 Teemahaastattelu ja keskeiset tulokset

Haastattelun aikana syntynyt kokonaisvaikutelma antoi kuvan haastateltavan käsityksestä sosiaalisesta mediasta. Pyysin haastateltavia myös määrittelemään sosiaalisen median termin teemahaastatteluni ensimmäisessä kysymyksessä. Kysymys oli yleisluontoinen ja siihen osasi jokainen haastateltava sanoa jotain. Tämä oli tärkeä avauskysymys, koska tällä kysymyksellä sain haastateltavan kiinnostumaan haastattelusta. Vastaamisen ja tietämisen kautta havaitsin innostumista aiheeseen ja haastattelutilanteeseen syntyi luottamus.

Teemahaastattelun kysymykseen: mitä sinun mielestäsi tarkoittaa sosiaalinen media yleensä, vastattiin vaihtelevasti. Kysymys osoittautui asiaa harrastavallekin haasteelliseksi. Kuvaavaa oli, kun aluksi haastateltavalla ei alkanut tulla mieleen määritelmän

kaltaista vastausta, alettiin luetella erilaisia sosiaalisia medioita. Ryhmät eivät erottuneet vastauksillaan toisistaan. Niin opettajat kuin hallinnon ja toimiston työntekijät vastasivat hyvin samankaltaisesti esitettyyn kysymykseen.

Opettajien ryhmä vastasi erillisin kommentein esimerkiksi seuraavasti: Sosiaalinen media on entinen puskaradio. Sosiaalinen media tarkoittaa sähköistä yhteydenpitämistä. Mainittiin sosiaalisen median yhteisöllisyys ja media, jossa kaikki voivat olla sisällön tuottajia. Suurisisältöisin oli määritelmä: erilaisia internetistä saatavia ilmaisia palveluja ja foorumeja, joissa tieto ja kommentit ovat vastavuoroisia.

Toimiston ja hallinnon työntekijät määrittelivät sosiaalisen median siten, että se on tiedon jakamista avoimesti eri yhteisöissä, joihin pääsee helposti. Tai sosiaalinen yhteisöpalsta, jota voi seurata, jossa voi tietoa jakaa, olla vuorovaikutuksessa ja yhteisöllisesti sekä kaikkea sitä, millä tarkoitetaan tiedon jakamista, vuorovaikutusta ja yhteistoiminnallisuutta.

Sosiaalisen median käyttäminen vapaa-aikana -teema oli kolmiosainen. Se jakautui samoin kuin kategoriat, sosiaalisen median käyttäminen opetuksessa, tiedottamisessa ja yhteistyökumppaneiden kanssa kolmeen osaan: mitä, miten ja kuinka paljon sosiaalista mediaa käytetään kyseisenä aikana tai kyseisessä tarkoituksessa. Edelleen hain tarkentavia vastauksia jakamalla teemat pieniin osiin kysymyksillä: kuinka voisit käyttää sosiaalista mediaa opetusaineessasi ja mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä opetuksessa, tiedottamisessa ja työyhteisössä sekä yhteistyökumppaneiden kanssa. Näillä halusin haastateltavien analysoivan tietämistään ja peilaavan kokemuksiaan sosiaalisen median nykyisestä käytöstään, mitä hyvää ja uutta omasta käytämisestä saataisiin siirrettyä testattuna Wellamo-opiston käyttöön.

Mitä sosiaalista mediaa käytät vapaa-aikanasi -kysymyksen, yleisin vastaus oli Facebook. Kahdeksalla, kymmenestä haastatellusta henkilöstä, oli oma Facebook-sivu. Seitsemän käytti myös Wellamo-opiston Facebookia. Twitteriä oli käyttänyt kaksi henkilöä ja yksi oli useammassa yhteisöpalveluissa kuten MySpace ja YouTube sekä käytti myös Skypeä. Eräs toinen oli Facebookin lisäksi LinkedIn-palvelussa.

Jatkokysymykseen miten käytät sosiaalista mediaa vapaa-aikanasi, esimerkiksi käyttöaika, vastattiin siten, että kolme haastateltavaa kymmenestä ei käyttänyt ollenkaan tai

käytti hyvin vähän. Kaksi tuntia viikossa käyttäviä oli neljä, joista useimmat kävivät kuitenkin joka päivä sosiaalisessa mediassa. Kaksi käyttäjää sanoi käyttävänsä sosiaalista mediaa kaksi tuntia joka päivä ja yksi haastateltavista sanoi olevansa sosiaalisessa mediassa omasta mielestään liian paljon.

Yhteisöllistä käyttämistä oli omasta mielestä viidellä haastatelluista ja kolme ilmoitti olevansa lähinnä seuraaja, tiedon jakaja tai chattailija. Seitsemän käytti sosiaalista mediaa työssään. Heistä viisi oli opettajia.

Kysymykseen, kuinka voisit käyttää sosiaalista mediaa työssäsi tai opetuksessasi, vastattiin pääsääntöisesti hyvin varovasti. Syyksi mainittiin muun muassa se, että Facebookin takia sosiaalisella medialla on huono maine. Kaikkiaan neljä henkilöä kymmenestä painotti eri sanamuodoin varovaisuuttaan siitä, mitä sosiaalisessa mediassa julkaisee. Yhtä moni halusi tehdä selvän rajan työn ja vapaa-ajan välille. Haluttiin pitää työrooli ja opiston Facebook visusti erossa omasta Facebookista ja yksityisyydestä. Kommenttina oli muun muassa: ”ymmärrän, että omaan Facebookiin ei laiteta työasioita”.

Lisäksi yhtäältä ymmärrettiin, että mitään arkaluontoista ei voi sosiaaliseen mediaan laittaa. Toisaalta kuitenkin sosiaalisessa mediassa voi saada aikaan inhimillisen ja läheisen otteen ja voi paikata, mitä oppitunnilla jäi sanomatta tai median kautta voi antaa lisäharjoituksia ja -ohjeita. Nekin, jotka eivät käyttäneet sosiaalista mediaa tai käyttivät sitä vähän, kertoivat, että jatkossa alkavat mahdollisesti käyttää.

Perusasioiden, lähinnä tiedottavan tyyppisen tiedon antaminen katsottiin sellaiseksi, mikä voisi olla sosiaalisessa mediassa jaettavaa tietoa. Tämän mainitsi yhteensä seitsemän haastateltavaa. Heistä viisi opettajaa halusi myös julkistaa sosiaalisessa mediassa esimerkiksi kurssin alussa sen laajennetun ja tarkennetun sisällön, aiheeseen liittyviä tärkeitä linkkejä sekä tietoa näyttelyistä ja konserteista.

Merkittävänä sosiaalisen median mahdollisina aineistoina nähtiin myös opiskelijoiden työt ja niiden julkaiseminen sosiaalisessa mediassa. Tämän seikan otti esille kolme henkilöä. Lisäksi mainittiin sijaisten rekrytoiminen, mikä oli toiminut hyvin sosiaalisen median avulla. Tämän mainitsi neljä haastateltua. Erillisenä kommenttina nousi esille se, että kaikki oppilaat ovat jo Facebookissa. Se, kuinka aktiivisesti sosiaalisessa mediassa olevat opiskelijat saadaan myös Wellamo-opiston median käyttäjiksi, on tulevan

käytön haastavia kysymyksiä. Huomion arvoista oli myös se, että nekin, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa opetuksessaan tai sanoivat, että perinteinen viestintä riittää, olivat sitä mieltä, että sosiaalinen media voisi monipuolistaa opetusta ja tiedottamista.

Kurssin suunnittelussa näki sosiaalisen median auttavan kaksi henkilöä. Sosiaalinen media voisi parantaa markkinointia neljän vastaajan mielestä. Samoin neljän haastattelun mielestä Wellamo-opiston internet-sivulta pitäisi olla linkki opiston Facebookiin. Lisäksi Wellamo-opiston Facebookiin haluttaisiin laittaa erilaista materiaalia ja opiskeluun liittyviä hyödyllisiä linkkejä. Kaivattiin myös kansainvälisyyttä ja mahdollisuutta käydä virtuaalisesti taidematkoilla. YouTubeen viittaavaan linkkiin voisi laittaa opetusaineen perustehtäviä ja -tekniikkaa.

Pelkkä Wellamo-opiston internet-sivun kautta nykyisin annettava palaute ei riitä kolmen haastattelun mielestä. Haluttiin opettajakohtaista Facebook-ryhmää ja sitä kautta lähempi ja monipuolisempi palaute kuin mitä nyt saadaan internet-sivun ja sähköpostin avulla. Tosin kahden henkilön mielestä nykyinen palautejärjestelmä on toiminut riittävän hyvin. Ihan oma aineryhmätiimi tai oma suljettu ryhmä olisi hyvä kahden henkilön mielestä. Kolme henkilöä kaipasi Facebookin hallintaan koulutusta ja yksi YouTubeen käyttöön.

Facebook oli haastateltavien mielestä tehokkain tapa, kun kysymyksenä oli mikä sosiaalinen media kävisi mainitsemiisi tarkoituksiin. Seitsemän henkilöä oli tätä mieltä. Toiseksi eniten haastateltavan esittämiin tarkoituksiin sopi blogi-sivu, joka tässä yhteydessä mainittiin kuusi kertaa ja YouTube, jota ehdotti yksi haastateltu. Muut mediat esimerkiksi wiki materiaalin tuottamisessa, Ning tai muu internetissä oleva sovellus esimerkiksi jam2jam sai yhden kannatuksen haastattelussa. Twitterin käyttämistä ehdotti kaksi henkilöä.

Kaksi henkilöä ilmoitti halukkuutensa kehittää Wellamo-opiston Facebookia, jos saisi siihen lisää resursseja. Heidän mielestään täyden hyödyn saamiseksi tarvitaan kunnan Facebook-sivu. Sivun rakentaminen, ylläpitäminen ja median kautta tehokas vastaaminen toisi asiakkaita Wellamo-opistolle ja lisäisi opiston tunnettua.

Mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä Wellamo-opistossa -kysymykseen, opetuksen kannalta, kolme henkilöä esitti virtuaalista tai nettiopetusta.

Eri kunnista koottavaa mahdollista internet-kurssia kannatti kaksi henkilöä. Wellamo-opiston potentiaaliset asiakasryhmät, seniorit ja työssäkäyvät, pienenevät. Ongelmaksi on jo osoittautunut pienissä kunnissa opintoryhmien alkaminen. Ryhmä alkaa, jos seitsemän osallistujaa saadaan ryhmään mukaan. Mahdollisesti internet-sovelluksen tai muun teknologian avulla toteutetulle verkkokurssille saadaan seitsemän opiskelijaa, jotka voivat olla yhteydessä toisiinsa eri kunnista.

Kysymykseen mitä asioita arvioit voitavan tehostaa Wellamo-opiston työyhteisössä sosiaalista mediaa käyttämällä, kaksi sanoi, että tiedottamista ja vuorovaikutteisuutta voitaisiin lisätä. Viikko- ja opistotiedote ja muut tiedotustyyppiset asiat voisi julkaista sosiaalisen median avulla tai myös sen kautta. Toistakin mielipidettä oli, koska opistotiedote on lähetetty sähköpostilla ja sen jakelu on laajempi kuin muissa tiedotuksissa, siihen ei kaivattu sosiaalista mediaa. Tässä yhteydessä kolme henkilöä esitti viestintävälineeksi Facebookia, koska se on nopea. Kaksi haastateltavaa ehdotti blogia, jonka ominaisuudet katsottiin kyseiseen asiaan sopivan parhaiten.

Sosiaalinen media ei ole itseisarvo. Asiakkaat ovat aina oikeassa ja heitä ei voi pakottaa tietynlaiseen toimintaan. Siksi yleisohje, nyt käytetään tiedottamiseen vain Facebookia, ei toimi. ”Perinteet velvoittavat”, kertoi eräs haastateltu tarkoittaen miksi muuttaa toimivaa käytäntöä. Wellamo-opistossa on ollut jonkin aikaa tapana esimerkiksi ilmoittaa ryhmätekstiviestillä kurssin osallistujille viime hetken muutoksista. Tekstiviesti on osoittautunut nopeaksi ja tehokkaaksi viestintätavaksi. Myös monella seniorikansalaisella on jo matkapuhelin.

Sen sijaan yhteistyökumppanien kanssa voisi käyttää tai merkittävästi tehostaa sosiaalisen median käyttämistä Päijät-osaaja -hankkeessa, jonka mainitsi neljä henkilöä. Tässä Osaava-ohjelman hankkeessa on käytössä Facebook. Lisäksi yhteyden pitämistä Vanajaveden opiston kanssa piti tärkeänä kaksi haastateltua.

Negatiivisina puolina nähtiin työn ja vapaa-ajan rajan hämärtyminen sekä resurssien niukkuus. Nämä seikat mainitsi kolme henkilöä. Wellamo-opiston Facebookin käytön rajoittavana tekijänä nähtiin myös se, että opiston Facebook-sivulle ei ole voinut laittaa muuta kuin, mitä myös opiston internet-sivulla on. Toisaalta kontrolli katsottiin hyväksi. Muuten opiston Facebook-sivulle menee mitä tahansa aineistoa. Käytännön ongelmana

todettiin myös se, että jokaisella opiskelijalla ei ole tietokonetta saati taitoa seurata sosiaalista mediaa. Tämän otti esille viisi haastateltua kymmenestä.

Sosiaalinen media ei sovi jokaiseen opetusaineeseen. Jonkin aineen opetukseen sosiaalista mediaa on turha pakolla laittaa. Oppimistulokset eivät olennaisesti muutu paremmiksi pelkän teknologian käyttöönottamisella. Tiedottaminen ja ainakin kurssimateriaalin julkaiseminen sosiaalisessa mediassa saattaa kuitenkin olla lähitulevaisuuden asia.

On huomattava myös, että sosiaalinen media ei sovi jokaiselle opettajalle. Kukaan opettajista ei kuitenkaan teillannut totaalisesti sosiaalisen median käyttämistä esimerkiksi tiedottamistarkoituksessa.

Ajatus ”nyt meillä on Wellamo-opiston oma Facebook-sivu ja se riittää”, on myös väärä. On ilman muuta selvää, että sivu on suunniteltava huolellisesti ja otettava sen kaikki ominaisuudet käyttöön. Lisäksi sivua on seurattava koko ajan. Tähän tehtävään ei ehkä riitä yhden henkilön työpanos. Tehtävä on jaettava useamman työntekijän kesken, jotka samanaikaisesti seuraavat sivun tapahtumia, reagoivat nopeasti, keskustelevat keskenään ja sopivat kenelle ilmoitettu asia kuuluu, kuka vastaa ja mitä vastataan. Tähän tarvitaan tietoa ja kokemusta kansalaisopiston toiminnasta ja opiston prosessien tuntemusta.

Wellamo-opiston kymmenen työntekijän haastattelujen tulokset osoittavat, että sosiaalista mediaa käytetään työssä paljon: seitsemän työntekijää kymmenestä käytti työssään jotain sosiaalista mediaa. Facebook-yhteisöpalvelu on se viestintä- ja tiedotusväline, jota käytetään eniten ja jota ehdotetaan käytettäväksi myös opetuksessa, työyhteisössä ja yhteistyökumppanien kanssa. Viisi henkilöä luokitteli käyttönsä jopa yhteisölliseksi. Samoin seitsemän haastateltua oli työssään käyttänyt Wellamo-opiston Facebook-sivua. Facebookin kautta neljä haastateltua oli hankkinut sijaisia. Samoin neljän vastaajan mielestä sosiaalinen media voisi parantaa kurssien markkinointia.

Työyhteisön viestinnän ja tiedottamisen tehostamiseksi kolme henkilöä esitti Facebookia. Kaksi haastateltavaa ehdotti blogia. Yhteistyökumppanienkin kanssa mieluiten käytettäisiin Facebookia. Tätä ehdotti neljä henkilöä ja he viittasivat tässä yhteydessä Päijät-osaaja -hankkeeseen. Samoin neljän haastatellun mielestä Wellamo-opiston internet-sivulta pitäisi olla linkki opiston Facebookiin. Vaihtoehtojakin esitettiin: kuusi kymme-



nestä ehdotti myös blogin sopivan työkäyttöön ja Twitterin käyttämistä ehdotti kaksi henkilöä.

Tulosten perusteella voidaan päätellä, että Wellamo-opiston henkilökunta tietää mitä sosiaalinen media on. Selkeä viesti oli myös se, että julkaistavan sisällön suhteen on syytä olla varovainen. Turvalliseksi julkaista katsottiin kurssin laaja sisältö, aiheeseen liittyvät linkit tai tietoa näyttelyistä ja konserteista sekä opiskelijoiden työt. Puolet haastatelluista oli tätä mieltä.

Sosiaalisen median käytön tehostamiseen oli myös innokkuutta: Kaksi henkilöä ilmoitti halukkuutensa kehittää Wellamo-opiston Facebookia. Yhden kolmasosan mielestä sosiaalista mediaa voitaisiin käyttää virtuaalisessa opetuksessa. Eri kunnista koottavaa mahdollista internet-kurssia kannatti kaksi henkilöä. Nekin, jotka eivät käyttäneet sosiaalista mediaa, käyttivät sitä vähän tai olivat sitä mieltä, että perinteinen viestintä riittää, kertoivat alkavansa mahdollisesti käyttää sosiaalista mediaa ja, että sosiaalinen media voisi monipuolistaa viestintää ja tiedottamista.

#### 5.4.3 Suunnitelma sosiaalisen median käytöstä Wellamo-opistossa

Haastattelutulosten perusteella ensimmäinen tärkeä tehtävä on Wellamo-opiston oman Facebook-sivun kehittäminen. Varovainen alku ja valvonta ovat olleet hyvä asia tähän mennessä. Ensi syksynä, lukuvuoden 2011–2012, alkaessa on hyvä ajankohta laajentaa opiston Facebookin käyttämistä. Se, mille tasolle Facebook-yhteisöpalvelun käyttäminen Wellamo-opistossa asetetaan, kannattaa kysyä asiantuntijoilta, jotka ovat ne henkilöt, jotka mediaa ovat työssään nyt käyttäneet. Heidän kehittämisajatuksiaan kannattaa kuunnella. Yhteisesti sovitaan taso ja pelisäännöt, asetetaan aika- ja henkilöresurssit sekä prosessista tiedotetaan koko henkilökunnalle. Sosiaalisen median käyttämisen mukaisesti määritetään mahdollisimman tarkasti mitä tehdään, missä, milloin, miten, kuka ja miksi. Lisäksi koulutetaan sekä annetaan ohjeita ja neuvoja.

Paras tapa löytää Wellamo-opiston Facebookin kehittäjät, on kysyä vapaaehtoisia henkilökunnan kokouksessa. Ennakoiva keskustelu halukkaiden kanssa olisi suotavaa ja kokouksessa tehtäisiin yhteinen henkilövalinta. Johdon on syytä aloittaa kyseinen prosessi.

Hallinnosta, toimistosta ja päätoimisista opettajista valitaan työryhmä, johon kuuluu hallinnosta yksi, toimistosta kaksi ja opettajien keskuudesta valitaan neljä edustajaa.

Toimistosta on syytä valita työryhmään kaksi edustajaa kaikkiaan kuudesta työntekijästä siksi, että varmistetaan päivitys ja vastaamismahdollisuus eri työ- ja loma-aikoina. Päätoimisten opettajien ainealueista ehdotan valittaviksi yksi edustaja seuraavista opetusaineryhmistä: musiikki, taideaineet, tekstiilityö ja tietotekniikka. Nämä aineet ovat edustettuina siksi, että näiden aineiden opettajilla oli eniten käyttökokemusta ja ideoita sosiaalisesta mediasta ja sen käyttämisestä. Työryhmän koko on täten seitsemän henkilöä. Työryhmä kokoontuu säännöllisesti, sisäisesti yhteisesti sopiminaan aikoina ja työtehtävänä on sosiaalisen median käytön kehittäminen, tiedottaminen ja käytännön toimenpiteet, suunnittelu ja toteutus.

Toiseksi sosiaaliseksi mediaksi kannattaa ottaa käyttöön blogi tai Twitter. Tässäkin paras asiantuntija on se, joka on käyttänyt kyseistä mediaa Wellamo-opistoon liittyvissä työasioissa. Henkilökunnan kokouksessa on hyvä valtuuttaa kyseinen työryhmä tutkimaan ensiksi blogin käyttämistä. Kannattaa tutkia hyötyjä ja mahdollisuutta myös rehtorin blogin perustamisesta ja sen linkittämisestä opiston Facebookiin ja internet-sivulle.

Blogin ja Twitterin mahdollisuudet kannattaa tutkia ja testata tarkkaan ja tehtävä sitten päätös. Molemmilla medioilla on hyvät puolensa. Blogi sopii parhaiten ajankohtaisen asian tiedottamiseen, tekstin ja multimedian julkaisuun. Twitter on yksinkertainen, interaktiivinen keskusteluareena, joka sopii pikaviestintään. 146 merkin tweettiin voidaan lisätä myös kuvia ja videoita.

On varottava tuomasta liikaa teknologiaa yhdellä kertaa. Siksi on parasta, että tulevana lukuvuonna laajennetaan Wellamo-opiston Facebookin käyttämistä ja blogin käyttämistä testataan. Testauksen tekee työryhmä. Testauksen tarkistuspisteet asetetaan joulukuun alkuun 2011 ja huhtikuun alkuun 2012, joissa pisteissä tarkistetaan tilanne, keskustellaan, tiedotetaan ja tehdään tarvittavat päätökset.

Wellamo-opiston Facebook on opiston asioita ja tarkoituksia varten. Jokainen opettaja voi käyttää omaa tai opetusta varten perustettua sosiaalista mediaa opetuksessaan. Tässä opettajien kannattaa huomata Itä-Suomen yliopiston esimerkki, jossa oli yhdistetty Facebook ja opiskelijoiden blogit, Valtonen 2011.

## 6 YHTEENVETO JA LOPPUPÄÄTELMÄT

Kun aloin suunnitella opinnäytetyötäni keväällä 2010, ei Wellamo-opistossa ollut käytössä sosiaalista mediaa. Syksyllä 2010 tiesin, että sosiaalista mediaa käytetään Wellamo-opistossa. Sitä kuka käyttää, mitä mediaa, kuinka paljon ja missä tarkoituksessa ei tiedetty. Virallisesti Wellamo-opiston Facebook-sivu otettiin käyttöön syksyn kuluessa 2010, mutta lopulta median käyttö oli hyvin rajoitettua, koska siinä ei saanut olla mitään muuta kuin on myös opiston internet-sivulla, [www.wellamo-opisto.fi](http://www.wellamo-opisto.fi).

Tarkoituksenani oli tutkia kuinka yleistä sosiaalisen median käyttäminen Wellamo-opistossa on, mitä mediaa käytetään, miten ja kuinka sitä halutaan käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa nyt ja tulevaisuudessa. Wellamo-opiston kannalta tarkoituksenani oli ohjata opistoa valitsemaan sopivin ja opiston käyttöön parhaiten soveltuva sosiaalinen media. Lisäksi tarkoituksena oli edistää sosiaalisen median käyttöönottamista opiston opetuksessa sekä opiskelijoiden päivittäisessä viestinnässä ja tiedottamisessa. Lopuksi tarkoitus oli esittää suunnitelma sosiaalisen median käyttöönottamisesta Wellamo-opistossa.

Opinnäytetyössäni tutkin sellaisia sosiaalisia medioita, jotka soveltuvat parhaiten opetukseen ja tiedottamiseen. Kirjallisuusselvityksessä olen selvittänyt mitä sosiaalinen media on, olen esitellyt eri medioita ja niiden ominaisuuksia sekä mihin käyttötarkoitukseen ne soveltuvat. Lisäksi olen selventänyt sosiaaliseen mediaan liittyvää käsitteistöä ja termistöä ja laatinut työni loppuun käsiteluettelon. Empiriaosuudessa käyttökemusten selvittämisen jälkeen, analysoin kokemukset ja selvitin sosiaalisen median käytön edelleen kehittämistä. Lopputuloksena esitin suunnitelman sosiaalisen median käyttöönottamisesta Wellamo-opistossa.

Käytännön tutkimustyö alkoi teemahaastattelun suunnittelemisella. Wellamo-opistossa oli keväällä 2011 17 päätoimista opettajaa, oppilaitoksen hallinnossa oli kolme henkilöä ja toimistossa työskenteli kuusi työntekijää. Teemahaastatteluun osallistujat valitsin harkinnanvaraisesti. Valinnassa systemaattisuus toteutui, kun jokaisesta työntekijäryhmästä, hallinto, toimisto ja opettajat, oli ainakin yksi edustaja. Tasapuolisuus täyttyi, kun jokaisesta opetusaineryhmästä (kielet, liikunta, musiikki, taideaineet, tekniset aineet, tekstiilityö ja tietotekniikka) oli haastateltava. Suurin piirtein sama frekvenssi,

yhden suhde kolmeen, toteutui niin, että hallinnosta haastattelin yhtä kolmesta (1/3) ja toimistosta kahta kuudesta työntekijästä (2/6) sekä 17 päätoimisesta opettajasta haastattelin seitsemää 17:stä (7/17). Kaikkiaan haastatteluja kertyi kymmenen. Perusjoukon suuruus oli yhteensä 26 henkilöä.

Paitsi haastatteluin, keräsin tietoa myös sattumalta järjestyneellä lisätapaamisella, ad hoc -tiedon kirjaamisella. Lisäksi käytin täydentävänä tiedonkeräämistapana lumipallo-otantaa (snowball sampling). Otantamääräni oli myös onnistunut, sillä kuudennen opettajan haastattelussa huomasin, että haastateltavien lisääminen ei olisi enää tuonut merkittävää uutta tietoa. Siinä kohdin opettajien haastatteluja saavutin saturaatiopisteen eli kylläisyyspisteen. Toimiston työntekijöiden haastattelut (2) kannatti ajoittaa peräkkäin. Lisäksi onnistuin hallinnon (1) haastateltavan kohdalla harkinnanvaraisessa valinnassani.

Teemahaastattelun kysymykset jaoin seuraaviin pääteemoihin: käsitys sosiaalisesta mediasta, sosiaalisen median käyttäminen vapaa-aikana, opetuksessa, tiedottamisessa ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Rakennevalidiuden mukaan käytin käsitteitä, jotka kuuluvat sosiaaliseen mediaan. Tavoitteenani oli korkea ennustevalidius, jonka mukaan yhdellä haastattelukerralla saa sellaisen tuloksen, jolla voidaan ennakoida myöhempien haastattelujen ja haastattelukertojen tulos. Tavoitteenani oli myös korkea reliabelius, jonka mukaan saataisiin sama tulos riippumatta siitä, vaikka haastattelun tekisi toinen haastattelija tai haastateltaisiin samaa henkilöä.

Haastattelutilannetta arvostettiin ja tuntui siltä, että sosiaalisen median käyttöön haluttiin myös vaikuttaa. Lisäksi haastateltavista koin sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja asioista huolenottamista. Tämä näkyi ehkä myös siinä, että haastattelutilanteiden sopiminen onnistui paremmin kuin odotin. Hyvin monella löytyi vapaata aikaa osallistua haastatteluun. Kymmeneen haastatteluun meni kolme päivää, vaikka olin varannut tähän aikaa viikon ja varautunut puoleentoista viikkoon.

Joissain haastattelutilanteissa omasta mielestäni jäin ehkä liikaa vaatimaan vastausta tai mielipidettä haastateltavalta, mutta tavoitteeni oli tässä kohdin se, että pyrin saamaan yhdellä kerralla selvän kannan ja selkeän lopputuloksen. Jos nyt suunnittelisin haastattelumakkeen uudelleen, tekisin siitä selkeän, jotta jaottelu olisi yhteensopivampi vastausten kanssa kuin mitä se nyt oli.

Tutkimustulosten mukaan Wellamo-opiston koko henkilökunta tiesi mitä sosiaalinen media on. Sosiaalinen media määriteltiin monin sanoin ja useiden käsitteiden avulla laajasti. Sosiaalisen median käyttöön suhtauduttiin varovasti ja toisaalta terveen epäluuloisesti. Sosiaalisen median käyttäminen tiedettiin haastavaksi, mutta tunnistettiin yhteisöllisyyden tuomat edut. Facebookia ehdotettiin eniten käytettäväksi mediaksi. Oman aineen opetusta ja opiskelijan ohjausta ja tiedottamista osattiin hyvin ainakin haastattelussa siirtää myös Facebookiin. Tiedettiin myös ero Facebook-sivun ja -ryhmän välillä ja löydettiin omaan opetukseen sopivia etuja molemmista vaihtoehdoista. Samoin ymmärrettiin nopean tiedottamisen sekä opettaja- ja oppilasrekrytoinnin mahdollisuudet. Tulokset edustavat mielestäni hyvin Wellamo-opiston koko henkilökunnan käsitystä sosiaalisesta mediasta, median käyttämisestä, kuinka sosiaalista mediaa voisi käyttää opetuksessa ja tiedottamisessa sekä yhteistyökumppaneiden kanssa nyt ja tulevaisuudessa.

Wellamo-opiston Facebookia kehitetään edelleen ja tulevaisuudessa ehdotetun seitsenhenkisen työryhmän toimesta. Lisäksi esimerkiksi rehtorin blogi voisi olla hyvä elävöittävä lisä opiston Facebook- ja internet-sivun profiilin kohottamiseksi. Opetuksessa jokainen opettaja voi käyttää omia sosiaalisia medioitaan apuna. Kokemuksista on syytä keskustella jokaisessa opettajakokouksessa lukuvuoden aikana ja käyttämisestä on syytä tukea. Muihin kansalaisopistoihin on hyvä olla tiiviissä yhteydessä, benchmarkata ja on seurattava aikaa, sosiaalisen median käytön kehittymistä ja käyttöä opetuksessa.

Wellamo-opistossa suuntaus näyttää olevan se, että tulevaisuudessa sosiaalisia medioita käytetään opetuksessa enemmän kuin nyt. Muutaman vuoden kuluttua Wellamo-opiston opettajat ovat jo enemmän tutustuneet sosiaalisten medioiden käyttämiseen ja saaneet vuorovaikutteisista verkkotyökaluista omakohtaisia kokemuksia. Siksi olisi hyvä tutkia sosiaalisen median käyttämistä opetuksessa kansalaisopistoissa. Aikuisten ryhmät ovat erilaisia kuin esimerkiksi toisen asteen oppilaitosten opiskelijoiden ryhmät. Näkökulma voisi siten olla esimerkiksi ryhmädynamiikka ja ryhmässä toimiminen. Usealta paikkakunnalta koottu opiskelijaryhmä, joka opiskelee internetin välityksellä jonkin sosiaalisen median välineen avulla, on taas tekniikan ja kokemusten osalta mielenkiintoinen tulevaisuuden tutkimuskohde.

## LÄHTEET

- Haavisto, M. 2009. Näin käytät Twitteriä. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.
- Hakkarainen, K., Lonka, K. & Lipponen, L. 1999. Tutkiva oppiminen – Älykkään toiminnan rajat ja niiden ylittäminen. Juva: WSOY.
- Hintikka, K. 2009. Sosiaalinen media aktivoivan oppimisen välineenä -hankeraportti 2008. Jyväskylän yliopisto. 8–9. Luettu 5.8.2011. <http://kans.jyu.fi/aineistot/raportit/JY-Sosiaalinen-media-2008-loppuraportti.pdf>.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Teemahaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Oy Yliopistokustannus, HYY yhtymä.
- Joutsenvirta, T. 2006. Vuorovaikutteinen opetus ja oppiminen verkossa. Blogikirjoitus. Helsingin yliopisto. Valtiotieteellinen tiedekunta. <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/ovtl/index.htm>.
- Järvi, U. & Vainikainen, T. 2010. Asiantuntijan mukaan. Viestintäopas media-ajan asiantuntijoille. Turku: Oy Enostone Ltd.
- Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.
- Kiiskinen, P. tietotekniikanopettaja. 2011. Haastattelut ja sähköpostit 27.9.2011–7.10.2011. Oksanen, E. Lahden kaupungin sivistystoimi. Wellamo-opisto.
- Matikainen, J. 2009. Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Helsingin yliopisto, viestinnän tutkimuskeskus, CRC. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009, 30–32. Luettu 5.8.2011. [http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen\\_ja\\_perinteisen\\_median\\_rajalla\\_raportti.pdf](http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf).
- Niinimäki, J. & Tenno, T. Aikuiskasvatus -lehti, 29. vuosikerta, 3/2009. Yliopistopedagogiikka. Sosiaalinen media ammatillisessa opetuksessa – ammatillisten opettajakorkeakoulujen opettajaopiskelijoiden opetuskäytänteitä, 229–235.
- Opetushallitus. 2010. Luettu 3.8.2011. [http://www.edu.fi/materiaaleja\\_ja\\_tyotapoja/tvt\\_opetuksessa/sosiaalisen\\_median\\_kayttoehdot\\_opetuksessa/suhde\\_lakiin\\_normeihin\\_ja\\_perinteeseen/kayttoehdot\\_lainsaadanto\\_ja\\_yksilonsuoja/safe\\_habor\\_sopimus](http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/sosiaalisen_median_kayttoehdot_opetuksessa/suhde_lakiin_normeihin_ja_perinteeseen/kayttoehdot_lainsaadanto_ja_yksilonsuoja/safe_habor_sopimus)
- Pohjavirta, H., Sundström-Pullinen & M., Wickman-Viitala, T. 2009. Sosiaalisen median käyttö opetuksessa – kokemuksia opettajien ja opiskelijoiden valmiuksista. Tampereen ammattikorkeakoulu, Ammatillinen opettajakorkeakoulu. Opettajankoulutuksen kehittämishanke. <https://publications.theseus.fi>.
- Puustinen, M. 2009. Opettaja -lehti, 104. vuosikerta, 41/2009. Sosiaalinen media jakaa opettajat, 15–18.
- Puustinen, M. & Somerpuro, V. Opettaja -lehti, 104. vuosikerta, 51–52/2009. Opettajat jätetty yksin, 16–19.
- Rongas, A. & Heino, T. 2010. Päivitetty 2010. Opetushallitus. Luettu 7.12.2010. [http://www.edu.fi/materiaaleja\\_ja\\_tyotapoja/tvt\\_opetuksessa/mika\\_ihmeen\\_sosiaalinen\\_media](http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media).

Soininen, J., Wasenius, R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy.

Suominen, R. & Nurmela, S. 2011. Verkko-opettaja. 1. painos. Helsinki: WSOYpro.

Valtonen, T. Itä-Suomen yliopisto, 2011. ITK, interaktiivinen tekniikka koulutuksessa, opetuskäytön konferenssi. Online ITK-tallenne, oppimisympäristöt, 14.3.2011. Katsottu 2.8.2011. <http://itk.fi>.

Wuorisalo, J., 2010. Sosiaalinen media oppimisen tukena – matkalla kohti avoimia, verkotuneita ja liikkuvia oppimisympäristöjä. Teoksessa Meriranta, M. (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja. EU, 89, 91–92, 97–98.

## LIITTEET

## LIITE 1, KÄSITTEITÄ

## LIITE 1: 1 (3)

**Keskustelupalstapalvelu** Verkkosivun kautta toimiva palvelu, jossa jätetyt viestit säilyvät myöhemmin kommentointia varten, ellei niitä erikseen poisteta. Reaaliaikaista palvelua kutsutaan Chatiksi. Viestiketjut ovat keskustelualueen tai -palstan viestejä, esimerkiksi Suomi.24-keskustelut, Tohtori.fi tai Google-ryhmät.

**Kollektiivinen sisällöntuottaminen**

Vapaaehtoista, tietoverkon välityksellä tapahtuvaa sisällöntuottamista, esimerkiksi verkkotietosanakirja Wikipedia, joka on tunnetuin wiki-sivusto.

**Lukuohjelma** Uutistenlukija. Englanniksi news reader. Ohjelma tai web-palvelu, jonka avulla voi tilata itselleen uutissyötteitä ja lukea niitä.

**Mainejärjestelmä** Järjestelmän avulla annetaan vinkkejä muille käyttäjille, kuinka hyväksi ja luotettavaksi verkkopalvelu koetaan. Käyttäjien jakamia vuorovaikutteisia hinta- tai hyödykepalveluja ovat esimerkiksi vertaa.fi ja Epinions.com.

**Screencast** Ohjevideo tai ruutukaappausvideo, jossa yhdistetään puhe ja tietokoneen ruudun tapahtumat esittävä video.

**Sosiaalinen media** Yhteisöllinen, vuorovaikutteinen, käyttäjälähtöinen, tietoverkkoa käyttävä viestintämuoto, jossa käyttäjä tai ryhmät tuottavat ja käyttävät sisältöä. Tyypillisiä verkkopalveluja

(jatkuu)



## LIITE 1: 2 (3)

	ovat esimerkiksi keskustelupalstat, verkkoyhteisöpalvelut ja sisällönjakopalvelut. Tyypillistä toimintaa on blogien kirjoittaminen ja lukeminen, avoimen lähdekoodin kehittäminen, tiedostojen jakaminen ja vertaisverkot.
Sosiaalinen verkosto	Social network on verkostopalvelu, jossa käyttäjällä on oma profiili ja kontakteja sekä oma ja yhteisön tapa tiedottaa ja katsoa muiden kuulumiset.
Tag	Merkintä, joka kuvaa sisältöä, mielikuva, esimerkiksi äänitai kirjanmerkki, avainsana ja tekstitiedostot.
Uutissyöte	Uutisvirta, RSS-virta, uutissyöttö. Englanniksi news feed. XML-muotoinen dynaamisesti generoitu sivu, joka sisältää linkkejä ja tietoja sivuston uusimmista tapahtumista.
Verkkosyöte	Tietoverkon tallennetun sisällön pääkohdat, uutisen avainsanat, esiin ilmestyvät tiedot palveluista, joita päivitetään usein. RSS, Really Simple Syndication, Rich Site Syndication, RDF Site Summary ja Atom-syöte.
Verkkoyhteisöpalvelu	Verkostoitumispalvelu, jossa osallistujat jakavat tietoa, mielipiteitään ja viestivät keskenään, esimerkiksi Facebook, MySpace, IRC-Galleria. Joissakin verkkoyhteisöpalveluissa voi luoda itselleen esimerkiksi kuvallisen profiilin, jossa kertoo itsestään ja pyytää tai hyväksyy ystäviään liittymään yhteisöön. Yhteisöt voivat olla harrastukseen tai työhön liittyviä kuten LinkedIn.
Verkostoituminen	Vapaaehtoisten sosiaalisten ja/tai taloudellisten vuorovaikutteisten yhteistyösuhteiden luomista verkostoksi, jossa sitoudutaan luottamuksellisesti yhteistoimintaan. Verkostoituminen voi olla alueellista, alakohtaista tai eri organisaatioiden

## LIITE 1: 3 (3)

samanlaista toimintaa tai tehtävää hoitavien tiimien tai työntekijöiden verkostoitumista.

Verkottuminen	Verkkoteknologiaratkaisujen käyttöönottoa, jossa käyttäjät välittävät keskenään tavaraa, palveluita, pääomaa tai informaatiota.
Vodcast	Videocast, jossa on yhdistetty video ja podcast. Blogi, joka on videomuodossa.
Yhteisö ja vertaismedia	Yksilöt verkostoituvat yhteisöllisten verkkotyökalujen avulla ja muodostavat yhteisöjä. Yhteisö on sosiaalinen verkko, jonka käyttämää mediaa voidaan kutsua osallistuvaksi mediaksi, vertaismediaksi tai kansalaisjournalismiksi.
Yhteisökirjanmerkki	Verkostokirjanmerkki, jaettu, sosiaalinen kirjanmerkki on julkiselle verkkosivustolle tallennettu merkki, jonka voi halutessaan jakaa toisten sivuston käyttäjien kanssa. Kirjanmerkkipalveluja ovat esimerkiksi Delicious, Furl ja Diigo.

## LIITE 2, HAASTATTELULOMAKKEET

LIITE 2: 1 (4)

Haastattelukysymykset päätoimisille opettajille, 7 haastattelua/17 opettajasta:

## 1. Taustatiedot

- a. Mies / Nainen
- b. Ikä
- c. Mitä ainetta opetat?

## 2. Sosiaalisen median käyttäminen

## a. Mitä sinun mielestäsi tarkoittaa sosiaalinen media yleensä?

- Haastateltava luettelee sosiaalisia medioita tai määrittelee sanoin sosiaalisen median
- Haastateltava kertoo yhteisöllisyydestä
- Vuorovaikutuksesta
- Tiedon jakamisesta, Tiedottamisesta
- Seuraamisesta
- Ryhmistä
- Verkostoitumisesta

## b. Mitä sosiaalista mediaa käytät vapaa-aikanasi?

- Haastateltava luettelee sosiaalisia medioita, joita hän käyttää.

## c. Miten käytät sosiaalista mediaa?

Haastateltava kertoo miten hän käyttää sosiaalisia medioita.

- Käyttöaika/vrk
- Oma käyttö, chattailu, kuvia, blogi
- Seuraaminen, jakaminen, vuorovaikutteinen, yhteisöllinen käyttö
- Sisällön tekeminen, konteksti, (asiayhteys, viitekehys), linkitettävyyys, jatkuvuus
- Minäkeskeinen <-> asiakeskeinen, Facebook <-> Twitter

## d. Kuinka käytät sosiaalista mediaa opetusaineessasi?

Haastateltava luettelee erilaisia tapoja, kuinka hän voisi käyttää sosiaalisia medioita opetuksessaan ja tiedottamisessaan.

(jatkuu)

- Kurssin johdanto
- Kurssin perusasioiden julkaisu
- Diagnostiset tehtävät
- Perustehtävät
- Yhteiset kurssilaisten kiinnostuksen aiheet
- Nopea tiedottaminen: Kurssiin liittyvät muutokset: aika, paikka, varustus
  - e. Mikä sosiaalinen media sopisi näihin mainitsemiisi tarkoituksiin?

Haastateltava luettelee erilaisia sosiaalisia medioita, joita hän voisi käyttää.

3. Mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä Wellamo-opistossa?
  - a. Opetuksessa

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa, tehostaa tai tehdä mielenkiintoisemmaksi opiskelijalle.

- Oppiminen
- Tiedotus
- Ryhmässä tai yhdessä oppiminen
- Uudenlainen opettaminen
- Mitä sosiaalisen median käyttäminen vaatii opiskelijoilta?
  - b. Työyhteisössä

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa tai tehostaa työyhteisössä.

- Yksisuuntainen, tiedottava
  - Vuorovaikutteinen, blogivastaus
  - Yhteisöllinen, sosiaalinen media, Facebook, Twitter
4. Mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä yhteistyökumppaneiden kanssa?

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa tai tehostaa yhteistyökumppaneiden kanssa.

- Benchmarkkaus

## 5. Rajoitteet. Mitä rajoitteita näet sosiaalisen median käyttöönottamisessa?

Haastattelukysymykset hallinnon ja toimiston työntekijöille, 3 haastattelua/9 henkilöä:

### 1. Taustatiedot

a. Mies / Nainen

b. Ikä

c. Työnkuva

### 2. Sosiaalisen median käyttäminen

a. Mitä sinun mielestäsi tarkoittaa sosiaalinen media yleensä?

- Haastateltava luettelee sosiaalisia medioita tai määrittelee sanoin sosiaalisen media on
- Haastateltava kertoo yhteisöllisyydestä
- Vuorovaikutuksesta
- Tiedon jakamisesta, Tiedottamisesta
- Seuraamisesta
- Ryhmistä
- Verkostoitumisesta

b. Mitä sosiaalista mediaa käytät vapaa-aikanasi?

- Haastateltava luettelee sosiaalisia medioita, joita hän käyttää.

c. Miten käytät sosiaalista mediaa?

Haastateltava kertoo miten hän käyttää sosiaalisia medioita.

- Käyttöaika/vrk
- Oma käyttö, chattailu, kuvia, blogi
- Seuraaminen, jakaminen, vuorovaikutteinen, yhteisöllinen käyttö
- Sisällön tekeminen, konteksti, (asiayhteys, viitekehys), linkitettävyyys, jatkuvuus
- Minäkeskeinen <-> asiakeskeinen, Facebook <-> Twitter

d. Kuinka käytät sosiaalista mediaa työssäsi?

## LIITE 2: 4 (4)

Haastateltava luettelee erilaisia tapoja, kuinka hän käyttää sosiaalisia medioita työssään.

- Kurssin perusasioiden julkaisu
- Yhteiset kurssilaisten kiinnostuksen aiheet
- Nopea tiedottaminen: Kurssiin liittyvät muutokset: aika, paikka, varustus
  - e. Mikä sosiaalinen media sopisi näihin mainitsemiisi tarkoituksiin?

Haastateltava luettelee erilaisia sosiaalisia medioita, joita hän voisi työssään käyttää.

3. Mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä Wellamo-opistossa?
  - a. Tiedottamisessa, viestinnässä ja mahdollisesti opetuksessa

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa, tehostaa tai tehdä mielenkiintoisemmaksi opiskelijalle.

- Oppiminen
- Tiedotus
- Ryhmässä tai yhdessä oppiminen
- Uudenlainen opettaminen
- Mitä sosiaalisen median käyttäminen vaatii opiskelijoilta?
- 

b. Työyhteisössä

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa tai tehostaa työyhteisössä.

- Yksisuuntainen, tiedottava
- Vuorovaikutteinen, blogivastaus
- Yhteisöllinen, sosiaalinen media, Facebook, Twitter

4. Mitä asioita arvioit voitavan tehostaa sosiaalista mediaa käyttämällä yhteistyökumppaneiden kanssa?

Haastateltava luettelee asioita, joita voidaan parantaa tai tehostaa yhteistyökumppaneiden kanssa.

- Benchmarkkaus

5. Rajoitteet. Mitä rajoitteita näet sosiaalisen median käyttöönottamisessa?