



Anneli Hurtig

INTRANETIN SUUNNITTELU TORNION KAUPUNGINKIRJASTOLLE

INTRANETIN SUUNNITTELU TORNION KAUPUNGINKIRJASTOLLE

Anneli Hurtig
Opinnäytetyö
Syksy 2013
Kirjasto- ja tietopalvelualan koulutus-
ohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelma

Tekijä: Anneli Hurtig

Opinnäytetyön nimi: Intranetin suunnittelu Tornion kaupunginkirjastolle

Työn ohjaaja: Minna Kamula

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2013

Sivumäärä: 63 + 1 liitesivu

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella intranet Tornion kaupunginkirjastolle. Kyseessä oli toiminnallinen opinnäytetyö ja kehittämistehtävänä oli selvittää, mitä kirjaston intranetiltä vaaditaan. Aihe kiinnosti, koska työskentelen itse Tornion kaupunginkirjastossa eikä meillä ole intranetiä käytössä. Suunnittelun apuna käytettiin kahta kyselyä ja kahden kirjaston intranetistä saatua kuvaruutukopiota. Toisaalta suunnittelua ei ohjannut liikaa muiden kirjastojen valmiit intranetit, koska käytettävissä oli vain kaksi mallia. Työn toimeksiantajana oli Tornion kaupunginkirjasto.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehystenä käytettiin organisaatioviestintää, jota käsiteltiin jaetuna ulkoiseen ja sisäiseen viestintään. Molemmat viestintätavat sisältävät verkkoviestintää. Verkkoviestinnän merkitys kasvaa viestinnän siirryttyä yhä enemmän verkkoon. Sisäiseen viestintään kuuluvan intranetin merkitys korostuu tulevaisuuden työyhteisöissä. Kaupunkien ja kuntien säästöpainneiden alla henkilökunnan määrä kirjastoissa vähenee ja tällöin on tärkeää, että kirjastotyössä tarvittavat aineistot löytyvät ajantasaisina sovitusta paikasta.

Tornion kaupunginkirjaston tulevaa intranetiä varten laadittiin kaksi suunnitelmaa, joista henkilökunta voi päättää, kumpaa lähdetään toteuttamaan. Tornion kaupunginkirjaston henkilöstölle tehdyn kyselyn perusteella ilmeni, että intranet tulee työkäyttöön eikä kevyempää sisältöä kuten vitsejä kaivata ainakaan tässä vaiheessa. Sosiaalisen intranetin käyttö lisääntyy tulevaisuudessa työelämässä, sillä viestintä muuttuu entistä vuorovaikutteisemmaksi ja yhteisöllisemmäksi.

Tekemääni opinnäytetyötä voidaan hyödyntää suunniteltaessa intranetiä kirjastoille. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että intranetin suunnittelussa kannattaa lähteä liikkeelle organisaation omista tarpeista. Kehitysehdotuksena ja jatkotoimenpiteenä voidaan tehdä kysely Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle, kunhan intranetiä on käytetty jonkin aikaa. Kyselyn avulla saadaan arvokasta tietoa intranetin jatkokehittelyä varten.

Asiasanat:

kirjastot, intranet, suunnittelu, organisaatioviestintä, sisäinen viestintä, Tornion kaupunginkirjasto

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Library and Information Services

Author: Anneli Hurtig

Title of thesis: Design of the intranet for the Tornio City Library

Supervisor: Minna Kamula

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2013 Number of pages: 63 + 1 appendix

The purpose of this thesis was to design the intranet for the Tornio City Library. The development task of the thesis was to find out what are the intranet requirements for the library. The subject interested me because I work in the Tornio City Library and we don't have our own intranet. As a help for planning I used two questionnaires and two screen captures from the different libraries' intranets. The client of the thesis was the Tornio City Library.

As the theoretical framework for this thesis I used organization communication, from which both external and internal communication was introduced. Both communication ways contain network communication. The significance of the network communication has increased because of communication has moved more and more to the net. Internal communication includes the intranet the significance of which is emphasized in the future workplaces. Under the saving pressure of the towns and municipalities the number of the staff in libraries decreases and in that case it will be important that the materials needed in the work are found instantly from an agreed place.

Two plans were made for the Tornio City Library and the staff of the library can later decide which one will be used for the future intranet. On the basis of a questionnaire completed by the library staff, it was discovered that since the intranet is for work use, it does not need any lighter contents such as jokes at least at this stage. The use of the social intranet will increase in the future in the working life because the communication becomes more interactive and communal than before.

This thesis can be utilized when designing an intranet for libraries. The conclusion can be made that in the planning of the intranet should be based on the needs of the organization. As a future development proposal one could make later a new questionnaire for the staff of the Tornio City Library. The questionnaire could be done when the intranet has already been used for some time so that the staff has new ideas how to develop the intranet. The questionnaire could provide valuable information for the further development of the intranet.

Keywords:

libraries, intranet, design, organization communication, internal communication, Tornio City Library

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	TORNION KAUPUNGINKIRJASTO	8
3	VIESTINTÄ ORGANISAATIOISSA.....	9
3.1	Viestintä	9
3.2	Viestinnän tutkimus.....	10
3.3	Organisaatioviestintä	11
3.4	Organisaatioviestinnän tavoitteet	12
3.5	Organisaatioviestinnän tehtävät.....	14
3.6	Organisaatioviestinnän muotoja ja välineitä	17
3.6.1	Ulkoisen viestintä	18
3.6.2	Sisäinen viestintä.....	20
3.6.3	Verkkoviestintä	23
3.7	Organisaatioviestinnän uusia muotoja	25
3.8	Organisaatioviestinnän haasteet.....	27
4	INTRANET ORGANISAATIOVIESTINNÄSSÄ.....	30
4.1	Intranetin kehitysvaiheet	31
4.2	Intranetin päätehtävät	33
4.3	Intranetin suunnittelu	33
4.4	Intranetin hyödyt ja haasteet.....	35
4.5	Sosiaalinen intranet	39
5	INTRANETIN SUUNNITTELU TORNION KAUPUNGINKIRJASTOLLE.....	41
5.1	Strateginen suunnittelu	41
5.1.1	Tavoitteet intranetille	41
5.1.2	Intranetin tarve	42
5.2	Määrittely	43
5.2.1	Kysely Lapin kirjastojen johtajille	43
5.2.2	Kysely Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle	45
5.3	Suunnittelu.....	47
5.4	Toteutus	54
5.5	Testaus, käyttöönotto ja ylläpito.....	55
5.6	Suunnitelman esittäminen henkilökunnalle ja jatkotoimenpiteet	56

6	JOHTOPÄÄTÖKSET	58
7	POHDINTA.....	59
	LÄHTEET	61
	LIITTEET	64

1 JOHDANTO

Kirjaston henkilökunnan työaika kuluu tulevaisuudessa entistä enemmän asiakkaiden henkilökohtaiseen palveluun. Asiakkaat odottavat, että henkilökunnalla on aikaa palvella juuri heitä sekä fyysisesti että verkossa. Kommunikaation, opastuksen ja neuvonnan tarve tulee kasvamaan kirjastoissa. Asiakkaat tulevat kirjastoon lainaamaan, lukemaan, kuuntelemaan, katselemaan sekä aikaa kuluttamaan ja tapaamaan muita ihmisiä. Vaativimpien tiedonhakujen kanssa tullaan myös kirjastoon, sillä helpot tiedonhaut tehdään itse kotona.

Asiakkaiden vaatiessa yhä enemmän henkilökohtaista palvelua kirjaston henkilökunnan täytyy löytää oman työpaikan ohjeet, tiedotteet ja tulosteet tarvittaessa nopeasti. Lisäksi henkilökunnan tulee tietää ja voida luottaa, että uusien ja ajantasainen versio löytyy sovitusta paikasta. Tämä edellyttää koko henkilökunnan sitoutumista asiaan eli jokaisen pitää huolehtia omalta osaltaan, että heidän muokkaamansa aineisto löytyy asianmukaisesti.

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Tornion kaupunginkirjasto, jossa olen itse työssä. Opinnäytetyöni tarkoituksena on suunnitella intranet Tornion kaupunginkirjastolle. Tekninen toteutus jää myöhemmin tehtäväksi eikä sisälly tähän työhön. Aihe kiinnostaa minua. Koen tehtävän tärkeäksi kirjaston kannalta, sillä meillä ei ole intranetiä käytössä. Lisäksi kaipaankin jotakin foorumia, jossa asioista voidaan keskustella viikkopalavereiden jälkeen. Palavereissa esille tulleiden asioiden kehittelyä voitaisiin jatkaa esimerkiksi intranetin keskustelupalstalla. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, joten varsinaista tutkimusongelmaa ei ole. Kehittämistehtävänä on selvittää mitä kirjaston intranetiltä vaaditaan.

Vaatimusten selvittämiseen saatiin apua Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle tehdyllä kyselyllä, jossa kysyttiin mitä intranetin tulisi sisältää. Lisäksi tehtiin kysely sähköpostitse Lapin kirjastojen johtajille. Heiltä kysyttiin kirjastojen intranetin käytöstä, päivittämisestä, siellä olevasta aineistosta ja sen sijainnista, joko kunnan omilla palvelimilla tai jotenkin muuten käytettynä.

Teoreettisena viitekehyksenä käytän organisaatioviestintää, koska haluan lähestyä aihettani laajemmin ja tuoda esiin viestinnän eri muotoja ja välineitä. Organisaatioviestintä jakaantuu sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Intranet on osa sisäistä viestintää. Lähestyn sitä intranetin kehityshistorian kautta.

2 TORNION KAUPUNGINKIRJASTO

Tornion kaupunginkirjastoon kuuluu pääkirjasto, kirjastoauto ja yksi lähikirjasto. Pääkirjastossa on kolme kerrosta ja osastoja on kolme. Alakerrassa on musiikkiosasto sekä lasten- ja nuortenosasto, varasto ja kirjastoauton työpiste. Keskikerroksessa on lainaustoimisto ja lehtisali sekä yläkerroksessa ovat tietopalvelu, aikuistenosasto, taidesali, runokamari ja Tornio-kokoelma.

Pääkirjastossa työskentelee kaksitoista henkilöä, kirjastoautossa kolme henkilöä sekä lähikirjastossa yksi henkilö. Kirjastossa työskennellään aamu- ja iltavuoroissa sekä tehdään lauantaivuoroja kerran kuukaudessa. Henkilökunnan keski-ikä on korkea eli 56 vuotta. Henkilökunta on vaihtunut jonkin verran eläkkeelle jäämisten seurauksena.

Tulevaisuudessa kirjastossa voi olla vähemmän henkilökuntaa, koska kuntien säästöpainot ovat kovat. Henkilökuntaa ei eläkkeelle jääneiden tilalle välttämättä oteta. Tämän vuoksi on tärkeää, että kirjaston ohjeet, tulosteet ja tiedotteet olisivat yhdessä paikassa, josta kaikki ne löytyvät.

Kirjastot ovat aina pyrkineet seuraamaan aikaansa ja ottamaan käyttöön uutta tekniikkaa ja teknologiaa asiakkaita varten. Näin pyritään takaamaan kaikille kansalaisille kirjastolaissakin määrätty tasavertainen mahdollisuus käyttää virtuaalisia ja vuorovaikutteisia verkkopalveluita sekä kehittää kansalaisvalmiuksia (Kirjastolaki 904/1998 1:2.1-2 §).

Kirjastossamme on aina pyritty olemaan ajan hermolla ja kehittämään sekä uudistamaan kirjastoa asiakkaita paremmin palvelevaksi. Kirjastossamme voidaan digitoida VHS-kasetteja DVD:lle. Tänä vuonna on aloitettu Kirjakassi-kokeilu, jossa asiakkaalle lainataan sovittu aineisto valmiiksi kirjakassiin ja hänen valtuuttamansa henkilö toimittaa kirjakassin perille. Kirjastossa on yksi iPad taulutietokone, jota voidaan käyttää kirjastossa henkilöllisyystodistusta vastaan. E-kirjojen lukulaitteita on kaksi ja niitä lainataan kahdeksi viikoksi. Sähköinen sanomalehtipalvelu ePress on myös käytettävissä kirjastossamme. E-kirjoja on hankittu koko Lapin kirjastokimpan käyttöön 62 kappaletta Ellibsin e-kirjapalvelusta ja 10 e-kirjaa valtakunnallisen FinELib-hankkeen myötä. FinELib on keskitetysti elektronisia aineistoja jäsenorganisaatioilleen hankkiva konsortio, joka muodostuu suomalaisista yliopistoista, ammattikorkeakouluista, tutkimuslaitoksista ja yleisistä kirjastoista (Kansalliskirjasto 2013, hakupäivä 22.9.2013).

3 VIESTINTÄ ORGANISAATIOISSA

Viestintä on muuttunut entistä enemmän median ehdoilla toimimiseksi. Yritykset ovat riippuvaisia median suhtautumisesta niihin ja ne muokkaavat toimintaansa median ehdoilla hyväksyttävämmäksi. Mikäli yritykset eivät tässä onnistu, niiden olemassaolo on jopa uhattuna. Aikaisemmin yritykset pystyivät kontrolloimaan omaa yhteisöviestintäänsä, mutta sosiaalisen median myötä viestinnän hallinta on muuttunut. Yritysten täytyy miettiä omaa viestintäänsä ja toimintaansa sosiaalisessa mediassa entistä tarkemmin. Toisaalta median murros mahdollistaa organisaatioille niiden itsellisen toiminnan. Medioiden portinvartijan rooli ei ulotu sosiaaliseen mediaan vaan yritykset voivat tuoda niissä omat näkemyksensä esiin. (Juholin 2013, 13, 18–19.)

Tarkastelen seuraavaksi viestintää, viestinnän tutkimusta, organisaatioviestintää, sen tavoitteita, tehtäviä ja muotoja eli ulkoista, sisäistä sekä verkkoviestintää. Välineitä ulkoisessa viestinnässä ovat esimerkiksi Internet, extranet, asiakaslehti, asiakastiedote, mediasuhteet ja yhteisöviestintä. Sisäisen viestinnän välineitä ovat esimerkiksi intranet, esimies-alaiskeskustelut, kokoukset, koulutukset, verkostot ja sähköposti. Verkkoviestintää käsittelen lyhyesti, koska sivuan sitä opinnäytetyössäni useita kertoja. Lopuksi käsittelen organisaatioviestinnän uusia muotoja ja organisaatioviestinnän haasteita.

3.1 Viestintä

Viestintä on sanomien välittämistä ja vastaanottamista lähettäjältä vastaanottajalle. Viestintä vaatii kanavan, jota pitkin sanoma siirtyy vastaanottajalle. Kanavia voi olla useita ja ne voivat olla käytössä yhtä aikaa. Kanavia ovat esimerkiksi puhelin, sähköposti, asiakaslehdet, www-sivut ja kasvokkain viestintä. (Wiio 1994, 67–81.) Viestintä voi olla kirjallista, suullista tai verkossa tapahtuvaa eli sähköistä.

Viestintätilanteessa voi tulla häiriöitä, jolloin viestintä ei onnistu halutulla tavalla. Viestintähäiriöt voivat olla sekä sisäisiä että ulkoisia. Sisäisiä häiriöitä ovat asenteet, mielipiteet ja tunnetekijät. Ulkoisia häiriöitä ovat esimerkiksi melu, viestin perillemenon vaikeus ja verkon toimimattomuus. Viestinnässä on tärkeää saada palautetta, jolloin siitä muodostuu keskustelua. (Wiio 1994, 67–81.)

Viestintä on yhteinen asia ja se muodostuu latinankielisestä kantasanasta *communicare*, joka tarkoittaa yhdessä tekemistä. Tämä kuvastaa vuorovaikutuksen ja tekemisen välistä sidosta sekä yhteisöllisyyttä. Viestintä on lajityypillinen ominaisuus ihmisille. Me puhumme, jäsenämme käsitteitä, vaihdamme tietoa ja kokemuksia keskenämme sekä ilmaisemme tunteita. (Juholin 2013, 44.)

Käsitteiden määrittelyä

Viestinnässä käytetään useita eri termejä, kuten yhteisöviestintä, yritysviestintä ja työyhteisöviestintä ja organisaatioviestintä. Termejä voidaan määrittellä useilla eri tavoilla. **Yhteisöviestintä** tarkoittaa kaikkea viestintää, jota tapahtuu yhteisön sisällä sekä yhteisön ja sen ulkopuolisen maailman välillä. Yhteisöviestintä koostuu sekä viestinnästä että tiedottamisesta. Viestintä on vuorovaikutteista ja kaksisuuntaista. Tiedottaminen on yksisuuntaista. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 13.) Yhteisöviestintä tutkii työyhteisöjen sekä erilaisten organisaatioiden ja sen sidosryhmien välistä viestintää (Jyväskylän yliopisto 2013, hakupäivä 30.7.2013). **Yritysviestintä** termiä käytetään kun puhutaan yksityisen sektorin viestinnästä.

Työyhteisöviestintä voidaan määrittellä useilla eri tavoilla. Åberg (2003, 61) määrittelee sen sanomien vaihdannaksi työyhteisön osien välillä. Tavoitteena on työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden toteuttaminen. Juholin (2013, 23) määrittelee työyhteisöviestinnän laajemmin eikä hänen mukaansa ole tarvetta erottaa sisäistä ja ulkoista viestintää toisistaan, koska ne kietoutuvat sekä vaikuttavat toisiinsa. Työyhteisöviestintä on hänen mukaansa foorumeilla tapahtuvaa. Tärkeimmät ovat fyysinen ja virtuaalinen työtila tai -ympäristö, jossa työyhteisön jäsenet itseohjautuvasti, kollegiaalisesti ja johdetusti toimivat. Tässä työssä käytetään organisaatioviestintä-termiä.

3.2 Viestinnän tutkimus

Viestintää voidaan tutkia kahdesta eri näkökulmasta eli sanomien siirtona sekä merkitysten tuottamisena ja vaihtona. Sanomien siirrossa tutkitaan sekä lähettäjien että vastaanottajien sisään- ja uloskoodausta. Lisäksi tutkitaan miten viestien välittäjät käyttävät viestintäkanavia ja -välineitä. Sanomien siirrossa tutkitaan viestintää prosessina, jossa toiset henkilöt vaikuttavat toisen käyttäytymiseen ja mielentilaan. Mikäli vaikutus on vähäisempi tai se eroaa tarkoitetusta, tämän koulukunnan mielestä viestintä on epäonnistunut. Tätä sanomien siirron näkökulmaa kutsutaan prosessikoulukunnaksi. (Fiske 1992, 14.)

Toinen näkökulma tutkii siis viestintää merkitysten tuottamisena ja vaihtona. Tässä tutkitaan, kuinka sanomat eli tekstit ja ihmiset toimivat vuorovaikutuksessa, jotta syntyy merkityksiä. Tärkeää on tutkia tekstien roolia kulttuurissa sekä merkityksenantoa. Tämän koulukunnan mukaan väärinkäsitykset eivät tarkoita viestinnän epäonnistumista vaan ne voivat johtua lähettäjän ja vastaanottajan kulttuurieroista. Tässä tutkitaan siis viestinnällisesti tekstien ja kulttuurin tutkimusta. Tätä ajattelutapaa kutsutaan semioottiseksi koulukunnaksi. (Fiske 1992, 14–15.)

Juholin (2009, 35–36) esittelee kolmannen koulukunnan, joka tutkii viestintää. Se on rituaali- tai yhteisöllisyyskoulukunta, joka korostaa yhdessä tekemistä ja olemisen merkitystä. Tämän koulukunnan mukaan viestintä saa uusia merkityksiä, kun se jaetaan yhdessä osallistumalla tapahtumaan, tilaisuuteen tai toimimalla työtiimissä. Koulukunnan mukaan yhteisöllisyys syntyy sekä fyysisesti yhteisessä paikassa että virtuaalisesti virtuaaliyhteisössä. Edellytyksenä on yhteinen asia ja siihen sitoutuminen. Tämän koulukunnan merkitys on kasvanut 2000-luvulla yhteisöllisyyden merkityksen kasvun myötä.

Viestintä on kaiken kaikkiaan monimutkainen tapahtuma, johon vaikuttavat useat eri tekijät sekä vastaanottajan ja lähettäjän omat edellytykset ja odotukset. Ihmiset odottavat viestinnältä eri asioita ja heidän kykynsä vastaanottaa ja lähettää viestejä vaihtelevat sekä tilanteen että olosuhteiden mukaan. Viestinnällä annetaan merkityksiä, tulkitaan asioiden tilaa, saatetaan tulkintoja muiden tietoon vuorovaikutteisen, sanomia välittävän verkoston kautta (Åberg 2000, 54).

3.3 Organisaatioviestintä

Organisaatio on ihmisryhmittymä, joka pyrkii tiettyihin päämääriin ja tavoitteisiin. Ryhmä eroaa organisaatiosta siten, että ryhmää ei koota päämäärien tavoittamiseksi. Organisaation ehdoton edellytys on viestintä. Organisaatio voidaan määrittää myös järjestelmänä. Se on avoin, osittain itsesäätoinen järjestelmä, johon voi kuulua biologisia, fysikaalisia ja käsitejärjestelmiä ja joka toimii kuten sosiaalinen järjestelmä tiettyjen päämäärien tavoittamiseksi. Näitä ovat ihmiset, heidän muodostamansa ryhmät, laitteet sekä käsitejärjestelminä esimerkiksi ohjeet sekä näiden kaikkien yhdistelmät. (Wiio 1994, 161–162.)

Organisaatioviestintä voidaan määritellä usealla tavalla. Se voi tarkoittaa organisaatioissa tapahtuvaa virallista ja vapaamuotoista viestintää (Juholin 2013, 27). Wiio (1994, 162–163) määrittelee

organisaatioviestinnän viestinnän liitännätekijäksi organisaation eri toimintojen välillä. Viestintä kytketty hänen mukaansa johtamiseen, laskentatoimeen, tuotannonjohtoon, henkilösuhteisiin, yritysdemokratiaan, markkinointiin ja ostotoimintoihin. Viestintä yhdistää näitä eri toimintoja toisiinsa.

3.4 Organisaatioviestinnän tavoitteet

Organisaatioviestinnän tavoitteena on toteuttaa yrityksen itsensä määrittelemiä viestinnän tavoitteita. Yritysten pitää kysyä itseltään, mihin meillä tarvitaan viestintää. Sidosryhmien tunnistaminen on tärkeää, jotta olemassaolon oikeutus tulee esiin. Julkisyhteisöjen tulisi myös huomioida tämä omassa toiminnassaan, koska niidenkin hyödyllisyys tulee esiin sidosryhmien odotusten kautta. (Juholin 2013, 51.)

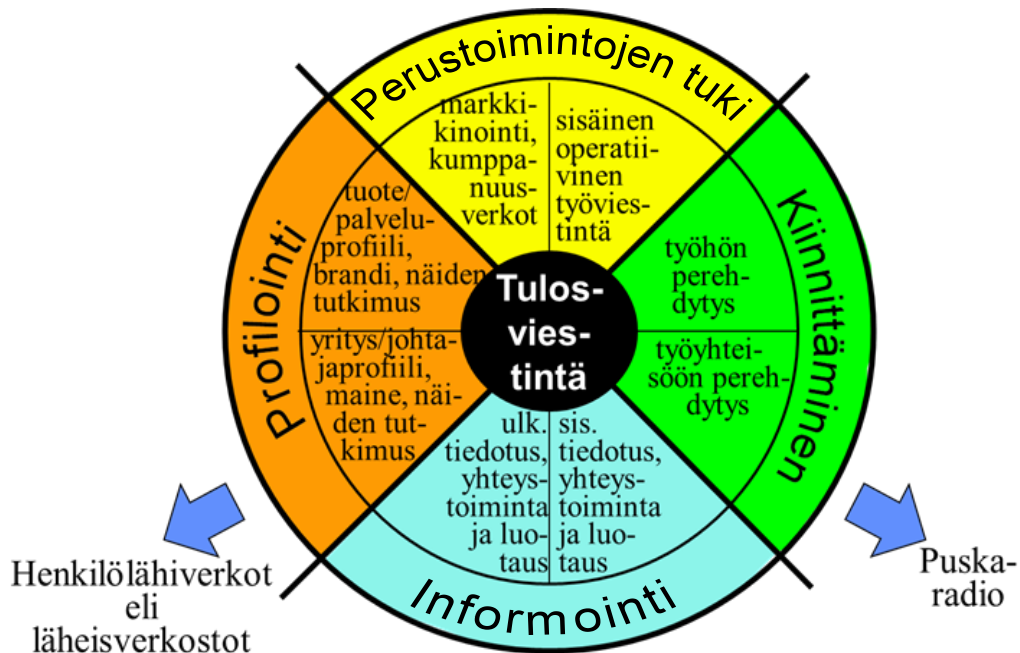
Juholin (2013, 52) esittelee käsitteen stakeholder, jota käytetään sidosryhmien synonyymina. Tällä tarkoitetaan osapuolia, joihin organisaation toiminta voi vaikuttaa. Nämä organisaatiot voivat vastaavasti itse vaikuttaa organisaation toimintaan tai joita organisaation toiminta koskee. Ero sidosryhmien ja stakeholdereiden välillä on siinä, että sidosryhmät yleensä tunnetaan. Stakeholderit voivat tulla tyhjästä ja yllättäen ja he sekä keskustelevat keskenään, että muodostavat verkostoja keskenään.

Tärkeää on puhua sidosryhmien ohella julkisuuksista tai verkottuneesta julkisuudesta. Tällä tarkoitetaan julkisuuksia, joilla organisaatiot toimivat ja kohtaavat tuntemiaan tai tuntemattomia stakeholdereita. Organisaatioiden tulisi nähdä sekä oma julkisuutensa että julkisuuksien suhde vastavuoroisena. Organisaatiot toimivat julkisuuksien kentillä ja luovat omalla toiminnallaan uusia julkisuuksia. Tämän myötä sidosryhmien määrä lisääntyy ja julkisuus on luonteeltaan dynaamista eli liikkuvaa. (Juholin 2013, 54.)

Viestinnän tavoitteita voi Åbergin (2003, 63–64, 219) mukaan lähestyä myös kysymällä miksi työyhteisössä viestitään. Hän löytää **viisi tavoitetta** viestinnälle. Ensimmäinen viestinnän tarve on toiminnan tukeminen, jolla palveluita ja tuotteita tuotetaan ja niitä siirretään asiakkaille. Tämä on tärkein työyhteisön viestinnän muoto, jonka tulee toimia. Tätä ei voi korvata hyvällä sisäisellä tiedottamisella.

Toinen on työyhteisön profilointi, jossa viestinnän tehtävä on luoda pitkäjänteinen yhteisö-, johtaja- tai palveluprofiili. Kolmas viestinnän tavoite on informointi, jossa viestintää tarvitaan kertomaan työyhteisön tapahtumista. Neljäs tavoite on kiinnittäminen, jossa viestinnän tavoitteena on työntekijöiden perehdyttäminen työhönsä ja työyhteisöönsä.

Näistä neljästä tavoitteesta Åberg on käyttänyt termiä tulosviestintä, koska ne vaikuttavat suoraan ja ratkaisevasti työyhteisön tuloksen tekemiseen. Näihin työyhteisö voi itse vaikuttaa ja päättää, miten niiden kanssa toimitaan. Tehokas tulosviestintä edellyttää viestinnän tarkastelua kokonaisuutena. Kaikkia näitä lohkoja tulee kehittää, jotta se tukee kokonaistavoitteiden saavuttamista ja tuloksen tekemistä. Tässä (Åberg 2003, 66) mallissa, jota kutsutaan ”Åbergin pizzaksi” (kuvio 1), kuvataan konkreettisia viestinnän muotoja.



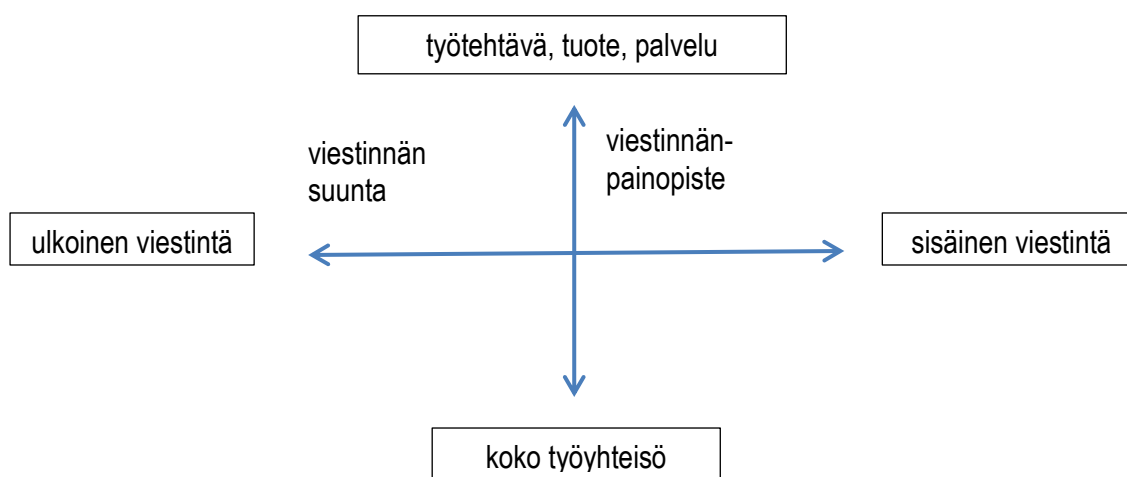
KUVIO 1. Åberg 2006, hakupäivä 22.9.2013.

Viides eli viimeinen tavoite on vuorovaikutuksessa oleminen. Työyhteisössä viestintää tarvitaan sosiaalisten tarpeiden tyydyttämiseen, koska ihmiset ovat sosiaalisia. Tätä työyhteisössä ei voida valvoa, koska ihmiset viestivät vaikka sitä olisi säännöillä rajoitettu. Tämä on tärkeä viestinnän muoto ja se asettaa yrityksen johdolle siitä syystä haasteita viestinnän avoimuudesta kaikilla organisaation tasoilla.

3.5 Organisaatioviestinnän tehtävät

Kanavien ja viestimien lisäksi voidaan organisaatioissa miettiä, miksi yrityksessä viestitään. Tieto-yhteiskunta edellyttää kaikilta työntekijöiltä viestintäosaamista jollakin tasolla. Kaikki työntekijät omassa työpisteessään viestivät useilla eri tavoilla ja antavat organisaatiosta kuvaa ulospäin. Viestintäosaaminen on samalla osa yritysten osaamis pääomaa, joten siihen kannattaa panostaa.

Viestinnän tehtäviä voi lähestyä yhdistämällä kaksi ulottuvuutta eli viestinnän suunnan ja sisäisen painopisteen (kuvio 2). Viestinnän suunnalla tarkoitetaan viestinnän painopisteen jakamista sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisällön painopiste tarkoittaa jatkumoa, joka koostuu yksittäisistä työtehtävistä, tuotteista ja palveluista, joihin liittyvät sanomat. Toiseen päähän kuuluvat koko työyhteisöön liittyvät sanomat. (Åberg 2003, 64–65.). Yhdistämällä nämä kaksi ulottuvuutta, saadaan yhteisöviestinnän sisältöä kuvaava kokonaisviestinnän malli.



KUVIO 2. Åbergin (2003, 65) yhteisöviestinnän ulottuvuudet.

Juholin (2013, 55–66) lähestyy viestinnän tehtäviä **käytännön näkökulmasta**. Hänen mukaansa siihen kuuluvat päivittäinen työviestintä, informointi, tiedotus, tiedonvälitys, yhteisöllisyyden rakentaminen, ammattilaisten välinen yhteistyö, profilointi, maineen tai imagon rakentaminen, markkinoinnin tukeminen, brändin johtaminen, vaikuttaminen ja spontaani vuorovaikutus. Käsittelen seuraavassa näitä kaikkia lähemmin.

Päivittäinen (työ)viestintä

Päivittäinen viestintä tarkoittaa kaikkea tiedonvaihiantaa ja keskustelua, jota tarvitaan päivästä toiseen tehtävistä ja velvoitteista suoriutumiseen. Juholin viittaa myös Åbergin käyttämiin nimityksiin eli arkiviestintä, työviestintä sekä perustoimintojen tuki. Päivittäisviestintä on muodollista ja vapaamuotoista sekä näiden sekoitusta riippuen ketkä kommunikoivat ja mistä asiasta. (Juholin 2013, 55–56.)

Toimiva päivittäisviestintä on toimivien prosessien, asioiden hoidon ja palautteen saannin takia tärkeää. Päivittäisviestintään liittyy ohjeita, pelisääntöjä, sopimuksia ja toimintatapoja. Kaikilla työntekijöillä on oma vastuunsa ja roolinsa, jotta viestintä toimii ja kaikki saavat hyötyä toisten kokemuksista. Päivittäisviestinnän edellytys on avoimuus, hyvä yhteishenki ja rento tunnelma. Esteenä hyvälle viestinnälle on salailu ja kilpailuhenkisyys. (Juholin 2013, 55–56.)

Informointi, tiedotus, tiedonvälitys

Informoinnilla tarkoitetaan kaikkea tiedonvälitystä, jota organisaatiossa tietoisesti ja suunnitelmallisesti hoidetaan. Yleensä se on yksisuuntaista ja selkeää, jolloin keskusteluja ei tarvita. Informointi on muodollisempaa ja kurinalaisempaa kuin päivittäisviestintä. Tavoitteena ovat organisaation oma etu ja omat tavoitteet. (Juholin 2013, 57.)

Informointi on muuttunut uuden teknologian myötä jopa jatkuvaksi virraksi, jossa alkuperäistä viestiä täydennetään uudella tiedolla ja mahdollisilla korjauksilla. Tässä on vaarana tiedon liian suuri määrä, joka voi johtaa toisaalta viestinnän tehottomuuteen. Tietotulva on totta tänä päivänä useilla työpaikoilla ja tämä edellyttää oleellisen tiedon erottamista viestitulvasta. Eli tehokas ja kerralla ymmärrettävä viestintä on entistä tärkeämpää. (Juholin 2013, 58–59.)

Yhteisöllisyyden rakentaminen

Yhteisöllisyyden rakentaminen tarkoittaa sisäisiä verkostoja sekä sitoutumista työhön ja työyhteisöön. Näiden vaikutuksia ovat työn imu ja tulokset. Suhde asiakkaisiin ja yhteistyökumppaneihin lujittuu viestinnän avulla. Tämän avulla syntyy sitoutumista, kun tiedetään organisaation perustehävä, arvot, tavoitteet sekä tulevaisuuden suunnitelmat. (Juholin 2013, 59.)

Sidosryhmien sitouttaminen on myös tavoitteena. Työpaikoilla on työntekijöitä, jotka eivät halua sitoutua omaan organisaatioonsa vaan omaan kehittymiseensä ja uraansa. Työntekijöiden hyvä

sitouttaminen on tärkeää, jotta työntekijät pysyvät työpaikassaan. Tässä auttavat tunnelma, mahdollisuus vaikuttaa omaan työhönsä ja työyhteisöön. (Juholin 2013, 59–60.)

Ammattilaisten välinen yhteistyö

Ammattilaisten välinen yhteistyö ja yhteisöllisyys ovat tärkeitä, koska nykyään työelämässä vaaditaan laajaa osaamista ja tukea omalle työlle. Yhteistyön merkitys kasvaa tulevaisuudessa ja sille on jo tarvetta yritysten työyhteisöviestinnän kehittämiseksi. (Juholin 2013, 60.) Yhteistyön avulla paranee käsitys siitä, mikä tieto on relevanttia ja arvokasta. Ajattelu pysyy laaja-alaisena ja omat käytännöt tulee kyseenalaistettua helpommin sekä ongelmiin saa apua muilta. Osallistumalla muiden kanssa voi vahvistaa verkostojaan, tehdä omaa osaamistaan tunnetuksi ja rakentaa mainettaan. (Aalto 2012, 17.)

Profilointi, maineen tai imagon rakentaminen

Profilointi, maineen tai imagon rakentaminen on tärkeää, jotta erotutaan muista yrityksistä ja saada oma yritys näyttämään ulospäin miltä halutaankin. Tässä vaikuttavat organisaation omat teot sekä henkilökunnan ja muiden puheet. Tällöin on tärkeää kiinnittää huomiota kaikkeen näkyvään, kuuluvaan tai muuten aistittavissa olevaan. Tähän kuuluvat esimerkiksi pukeutuminen, äänenkäyttö, kirjeet, nettisivut ja näkyminen mediassa sekä muussa julkisuudessa. Nämä yhdessä luovat kuvaa yrityksestä ulospäin. (Juholin 2013, 61–62.)

Markkinoinnin tukeminen, brändin johtaminen

Organisaation tavoitteita edistävät yhdessä sekä yhteisöviestintä eli PR että markkinointi, koska ne kytkeytyvät toisiinsa ja ovat toisiaan tukevia. Nykyään näiden nähdään sulautuvan toisiinsa. Toisaalta viestinnän ja markkinoinnin ammattilaiset vaalivat omia alueitaan eivätkä toimi yhdessä yrityksen parhaaksi. Verkon myötä viestinnän ammattilaiset ovat enempi liittyneet markkinointiviestintään. (Juholin 2013, 63–64.)

Vaikuttaminen

Organisaatiot kuuluvat tiiviisti yhteiskuntaan ja niiden tulee tietää omat velvollisuutensa ja oikeutensa. Yrityksille antamien resurssien myötä yhteiskunnalla on oikeus arvioida yritysten toimintatapoja ja vastuullisuutta. Samalla organisaatioilla on intoa vaikuttaa yhteiskuntaan ja ympäristöön. Organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan esimerkiksi lainsäädäntöön eli he käyttävät samalla vaikuttajaviestintää oman asiansa ajamiseen. Terminä käytetään myös lobbausta, joka on tuttu lähinnä Euroopan Unioniin suuntautuvasta vaikuttamisesta. (Juholin 2013, 64–65.)

Tärkeää vaikuttamisessa on lakien noudattaminen eikä omien taloudellisten etujen tarjoaminen ja etujen tavoittelu saa olla lähtökohtana. Sosiaalinen media on tuonut lisää vaikuttamisen mahdollisuuksia yrityksille. Yhdessä perinteisen median kanssa sillä pystyy painostamaan virallista päätöksentekoa. (Juholin 2013, 65–66.)

Spontaani vuorovaikutus

Edellä esitetyt ovat johdettua viestintää eli yhteisöviestintää. Tämän rinnalla tapahtuu koko ajan kohtaamisia ja vuorovaikutusta, jotka eivät ole suunniteltuja tai johdettuja. Tämä vapaamuotoinen tai spontaani viestintä on tärkeää työyhteisöissä ja yritysten tulisi tukea sitä työviihtyvyyden lisäämiseksi. (Juholin 2013, 66–67.)

3.6 Organisaatioviestinnän muotoja ja välineitä

Organisaatioviestintää voidaan jaotella perinteisesti sekä ulkoiseen että sisäiseen viestintään. Juholin (2013, 51) ei näe jakoa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään mielekkäänä, koska hänen mielestään viestin vastaanottajia tai vuorovaikutuksen osapuolia ei voida rajata selkeästi sisäisiin tai ulkoiisiin. Osakkaat, ympäristön asukkaat ja potentiaaliset työntekijät voivat olla hänen mielestään joskus samassa asemassa kuin henkilöstö. Hänen mukaansa näiden tiedot ja suhtautuminen organisaatioon ovat yhtä tärkeitä kuin henkilöstön sitoutuminen työhön ja työyhteisöönsä.

Käsittelen tässä kuitenkin viestintää jaoteltuna sekä ulkoiseen että sisäiseen viestintään, koska siten on helpompi rajata aiheen käsittelyä. Verkkoviestintää käsittelen sisäisen viestinnän jälkeen, koska sekä ulkoinen että sisäinen viestintä sisältää verkkoviestintää. Verkkoviestintä on osa nykypäivän viestintää verkottuneessa yhteiskunnassa ja sen merkitys korostuu, koska suurin osa organisaatioiden viestinnästä on siirtynyt verkkoon.

Verkkoviestinnän lisääntyä on työntekijöille itselleen siirtynyt vastuuta viestien vastaanottajana ja tiedon etsijänä. Kaikkia työasioita ei tulla kertomaan henkilökohtaisesti. Mikäli työntekijät eivät huolehdi omasta tiedonsaannistaan eivätkä osallistu infotilaisuuksiin, lue uutiskirjeitä tai käy intranetissä saattaa tärkeää tietoa jäädä saamatta. Tämä voi osaltaan selittää, miksi työntekijät kokevat, että he eivät saa tietoa tai viestintä ei toimi heidän mielestään. (Korhonen & Rajala 2011, 19.)

Mielestäni viestintä on myös erilaista riippuen vastaanottajasta ja asiasta. Kaikkeen viestintään ei myöskään odoteta palautetta samalla tavalla. Organisaatiot viestivät ja tiedottavat medialle omista tapahtumistaan eivätkä välttämättä odota saavansa palautetta. Työyhteisöjen oma viestintä on erilaista ja siihen odotetaan sekä toivotaan palautetta henkilökunnalta, joko suoraan pyytämällä tai oletuksena. Samalla se on osa organisaatioiden arkista viestintää.

3.6.1 Ulkoinen viestintä

Ulkoisessa viestinnässä ja tiedotuksessa välitetään yrityksen uutisia, hoidetaan yhteiskunta- ja sidosryhmäsuhteita sekä tuetaan markkinointiviestintää. Kohderyhmä voi olla sekä suuri, nimetön ja rajaamaton että pieni, tunnettu ja rajattu ryhmä. Suurta ryhmää lähestytään välillisesti eli median avulla. Pienempää ryhmää voi lähestyä henkilökohtaisen viestinnän keinoin. (Åberg 2000, 152–153.)

Ulkoisen viestinnän muotoja ovat esimerkiksi internet, extranet, asiakaslehti, asiakastiedote, mediasuhteet, PR (Public Relations) eli yhteisöviestintä, sidosryhmäviestintä tai stakeholderviestintä, IR (Investor Relations) eli sijoittajasuhteet ja lobbaus (Åberg 2000, 152–153). Åberg (2000, 153) löytää ulkoiseen viestintään kolme tasoa: ulkoisen tiedotuksen, yhteystoiminnan ja ympäristöluotauksen. Ulkoiseen tiedotukseen kuuluvat mediasuhteet ja sponsorointi. Yhteystoimintaan eli suhdetoimintaan eli PR:ään kuuluvat sidosryhmäsuhteet, yhteiskuntasuhteet, julkissuhteet ja sijoittajasuhteet. Ympäristöluotauksessa viestintäyksikkö yrittää havaita ympäristössään tapahtuvia muutossignaaleja, jotta niihin voidaan reagoida mahdollisimman nopeasti.

Käsittelen seuraavassa ulkoisia viestinnän muotoja lyhyesti, koska keskityn opinnäytetyössäni lähinnä sisäiseen viestintään. Ulkoisessa viestinnässä keskitytään yrityksen tunnetuksi tekemiseen ja kilpailukyvyyn lisäämiseen. Media on kiinnostunut yrityksestä, mikäli siellä tapahtuu jotakin uutta, mikä ylittää uutiskynnyksen, yrityksen liiketoiminta on mielenkiintoista tai siellä työskentelee mediaa kiinnostavia henkilöitä. Organisaatioissa tiedon jatkuva uusiminen ja jalostaminen sekä tehokas ja laaja hyödyntäminen lisäävät yritysten tunnettavuutta. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 87.)

Internet ja extranet

Sidosryhmäviestintää hoidetaan yhä enemmän verkon kautta eli sähköpostilla, Internetin tai extranetin avulla. Yrityksellä on tärkeä olla toimivat, käyttäjäystävälliset ja ajantasaiset www-sivut, joiden suunnittelussa on mietitty kohderyhmä, tavoite sivujen saavutettavuudelle sekä viestinnälliset ja liiketaloudelliset tavoitteet. Extranet on yrityksen suljettu verkkopalvelu, jonne pääsevät sisään sovitut sidosryhmät. Valinta viestimien välillä riippuu viestinnällisestä tarpeesta ja asetetuista tavoitteista. Mikäli viestintä on tarpeen kaikille sidosryhmille, kannattaa se hoitaa extranet-palvelussa. Tällöin se ei kuormita organisaation julkista Internet-sivustoa ylimääräisellä informaatiolla. (Jussila & Leino 1999, 76.)

Asiakaslehti

Asiakaslehti on aikakauslehden muotoinen julkaisu, joka ilmestyy vähintään neljä kertaa vuodessa joko paperisena tai verkossa. Lehdessä kerrotaan yrityksestä, sen tapahtumista, tuotteista, henkilöistä ja tulevaisuudesta laajemmin kuin tiedotteessa. Asiakkaiden kokemukset tulevat lehdessä myös esiin. Lehdellä tavoitellaan lukijan mielipiteen, mielikuvan ja käyttäytymisen muuttamista tai vahvistamista, joka johtaisi myynnin kasvuun. (Juholin 2013, 257.)

Asiakastiedote

Asiakastiedote on lyhyt, yleensä yksisivuinen ja yleensä yhden asian sisältävä tiedote. Tätä käytetään nopeaan viestintään, jos palvelu muuttuu, loppuu tai tulee uutta. Tiedotteessa tärkeitä ovat päivämäärä, lisätietojen saanti sekä perustelut kielteiselle asialle. Tiedote on paikallaan, mikäli asiakkaita ei tavoiteta verkkoviestinnällä. (Juholin 2013, 256.)

Mediasuhteet

Kuten Juholin (2013,13) on korostanut, mediasuhteet ovat yrityksille entistäkin tärkeämpiä. Toimittajien yhä suurempi valta päättää julkisuuteen tulevista asioista asettaa yrityksille haasteita hoitaa mediasuhteitaan. Yrityksen mediasuhteiden avainsanoja ovat rehellisyys, avoimuus, nopeus ja jatkuvuus. Joukkoviestimillä on valtaa muokata suuren yleisön käsityksiä, jotka muodostuvat median luomista uutisista. Sekä joukkoviestimet että yritykset tarvitsevat toisiaan. Yritykset tarvitsevat positiivista julkisuutta ja media uutisia.

Yhteisöviestintä eli suhdetoiminta tai PR (Public Relations)

Åberg (2000, 153, 164–165, 175) määrittelee yhteisöviestintään kuuluvaksi siis sidosryhmäsuhteet, julkisuussuhteet ja sijoittajasuhteet. Sidosryhmäsuhteisiin kuuluvat muun muassa omistajat,

asiakkaat, ympäristön asukkaat ja jälleenmyyjät. Nämä vaikuttavat organisaatioiden toimintaan ja ne odottavat saavansa vastineeksi jotakin. Tässä yhteydessä on hyvä muistaa stakeholdereiden vaikutus yhteisöviestintään. Julkisuussuhteet tarkoittavat yhteyksiä poliittisiin päättäjiin ja tähän kuuluu myös lobbaus. Sijoittajasuhteet tarkoittavat viestintää, jota yritykset hoitavat yrityksen arvopapereita omistaviin tai potentiaalsiin omistajiin.

Yritysten kannattaa keskittyä omassa viestinnässään tärkeimpiin ryhmiin, koska resurssit ovat rajalliset. Viestintä on tärkeä hoitaa hyvin ja uskottavasti, koska varsinkin pörssiyhtiöiden sijoittajat tekevät yritysten talouden kannalta tärkeitä päätöksiä. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2011, 135.) Tässä yhteydessä voisi miettiä onko viestintä markkinointiviestintää vai yhteisöviestintää. Markkinointiviestinnässä vastaanottajaa lähestytään mielikuvia luoden ja runsaasti adjektiivejä käyttäen. Toisaalta kaikenlainen viestintä tukee yritysten ja organisaatioiden liiketoimintaa eli tuotteiden ja palveluiden myymistä. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 15–17.)

3.6.2 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä sisältää esimerkiksi tiedottavan esimiesviestinnän, sähköpostin, ilmoitustaulut, tiedotustilaisuudet, esimies-alaiskeskustelut, kokoukset, koulutukset, verkostot ja intranetin (Åberg 2000, 174). Sisäisen viestinnän kanavan valintaan vaikuttavat sanoman sisältö, kiireellisyys ja kohderyhmä. Yrityksellä tulee olla erilaista sisäistä viestintää riippuen aiheesta. Eli tarvitaan nopeaa, tosiaikaista ja asian ytimen kertovaa viestintää, ajankohtaista asioista hiukan tarkemmin kertovaa viestintää ja syvällisempää, asioiden ja tapahtumien taustoista kertovaa viestintää. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 109.) Toimiva sisäinen viestintä on tärkeää, koska hyvin toimivana se välittyy asiakkaille henkilökunnan tietämyksenä oman organisaation asioista.

Sisäinen tiedottaminen perustuu Yhteistoimintalakiin, jonka mukaan henkilöstöllä on mahdollisuus vaikuttaa omaa työtään ja työpaikkaansa koskevien asioiden käsittelyyn. Laki määrittelee myös työnantajan tiedostusvelvollisuuden. Tämän mukaan on kerrottava yrityksen tilinpäätöksestä, taloudellisesta tilasta, henkilöstösuunnitelmista, palkkatilastoista, henkilöstöasioiden yleisperiaatteista ja toimintaorganisaatiosta sekä muutoksista, jotka koskevat edellisiä asioita. Laki määrittelee vain minimitason, mutta henkilöstö olisi otettava mukaan suunnitteluun ja pidettävä koko ajan tasalla yritystä koskevista asioista. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 105.)

Sisäinen viestintä on tärkeä johtamisen väline ja osa esimiehen työtä. Työtyytyväisyys on sidoksissa työyhteisön viestintään ja tyytyväisyys viestintään sitouttaa työyhteisöön. Ongelma on oikea tiedon määrä eli sitä voi tulla liikaa tai liian vähän. Tietoa voidaan haluta asioista, joista sitä ei saada. Tämä asettaa johtamiselle haasteita työyhteisöissä. (Åberg 2006, 110.)

Sisäisellä tiedottamisella eli viestinnällä on kolme tavoitetta eli tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitouttaminen. Tiedonkululla halutaan varmistaa, että yksilö tietää oman paikkansa työyhteisössä ja oman merkityksen organisaation toimintaan. Vuorovaikutuksen tarkoituksena on saada avointa vuorovaikutusta ja edistää me-henkeä, joiden avulla halutaan kannustaa oman työn ja työyhteisön kehittämiseen. Kolmas tavoite on tukea yrityksen visiota, strategiaa ja arvoja eli sitouttaa organisaatioon. Tärkeä on tässä ottaa henkilöstö mukaan asioiden käsittelyyn, huolehtia, että asiat sekä ymmärretään ja hyväksytään. Muutoksista, varsinkin ikävistä uutisista, tulisi kertoa heti avoimesti, jotta puskaradion kautta ei leviä virheellistä ja väärää tietoa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 106–107.)

Sisäinen viestintä toimii hyvin, jos henkilöstöä tiedotetaan viimeistään, kun lehdistö- ja pörssitiedotteet annetaan julkisuuteen tai taloon tulee uusi henkilö. Työkokoukset ja ryhmäpalaverit kuuluvat tärkeänä osana viestintään. Sähköisessä viestinnässä eli verkossa tai sähköpostilla tapahtuvassa tulee huomioida henkilötietolaki, sähköisen viestinnän tietosuojalaki ja työelämän tietosuojalaki. (Pesonen 2012, 145.)

Käsittelen seuraavassa joitakin sisäisen viestinnän kanavia tarkemmin eli esimiesalaiskeskusteluita, kokouksia, koulutuksia, verkostoja ja sähköpostia. Valitsin nämä, koska katson niiden olevan tärkeimmät työpaikkojen sisäisessä viestinnässä käytössä olevista välineistä. Intranetin käsittelen seuraavassa pääotsikossa omana osionaan.

Esimies-alaiskeskustelut

Esimies on tutkimusten mukaan työpaikan tärkein tiedonlähde, jolta odotetaan saatavan tietoa melkein kaikissa tilanteissa. Vaikeiden asioiden käsittelyssä rehellisyys, avoimuus ja ihmistä kohtaan oleva myönteinen asenne auttavat hyvään lopputulokseen pääsemisessä. Säännölliset palaute- ja kehityskeskustelut eli tuloskeskustelut ovat tärkeitä, jotta työntekijä tulee kuulluksi työpaikallaan. Esimiesalaiskeskustelut voivat parhaimmillaan muuttua tasavertaisten yhteistyökumppaneiden väliseksi suunnittelu- ja arviointikokouksiksi. Esimiehellä on hyvä tilaisuus kuulla työntekijän ajatuksia ja näkemyksiä, varmistaa yhteiset tavoitteet sekä saada palautetta työstään.

(Juholin 2013, 206–207.) Esimiehen haasteena on mielestäni tasapuolisuus kaikkia työntekijöitä kohtaan.

Kokoukset

Työpaikoilla yksiköiden säännöllisesti pidettävät kokoukset ovat tärkeitä ja tehokkaita viestinnän kannalta. Niissä käsitellään yleensä ajankohtaisia asioita. Säännöllisten kokousten, mielellään kerran viikossa, avulla puskaradion toiminta ei leviä liikaa. Tutun porukan kanssa uskaltaa toivotavasti vaihtaa vapaasti ja luottamuksellisesti ajatuksia. Käsiteltävistä asioista olisi hyvä saada esityslista etukäteen. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 110.) Henkilökunnalla tulee mielestäni olla tunne, että jokaisen mielipide on tärkeä ja jokaista kuullaan.

Koulutukset

Koulutustilaisuudet on hyvä keino saada tietoa suuremmalle joukolle. Samalla henkilökunta voidaan ottaa koulutuksissa mukaan ideoimaan, pohtimaan ja keskustelemaan sovitusta asioista. Perekoulutuksen voi suorittaa osittain koulutuksen avulla. Ammatillisen osaamisen kehittäminen on yhä tärkeämpää kaikilla sektorilla ja se tukee henkilöstön monipuolista osaamista. Asiakkaiden vaatimusten kasvaessa lisääntyy henkilöstön tarve kehittää ammattitaitoaan koko ajan. Työntekijöiden omat vahvuudet tulee ottaa huomioon koulutuksia suunniteltaessa. Työnantajat saavat koulutusten avulla samalla sitoutettua henkilökuntaa työyhteisöönsä ja takaavat ammattitaitoisen henkilökunnan töissä pysymisen. (Lämsä & Uusitalo 2012, 160–163.)

Verkostot

Nykyään työpaikoilla vaaditaan jatkuvaa kehittämistä ja uusien ideoiden esittämistä. Työntekijöiden kannattaa verkostoitua muiden saman alan ihmisten kanssa ja vaihtaa heidän kanssaan ideoita, osaamista ja tietoja. Tällä tavoin voi kehittää omaa työtään ja osoittaa omaaloitteisuuttaan työpaikalla. Samalla voidaan levittää niin sanottua hiljaista tietoa, jota on muuten hankala julkisesti välittää.

Sähköposti

Sähköposti on työpaikoilla eniten käytetty sisäisen viestinnän kanava. Sen avulla pystyy lähettämään joko koko henkilökunnalle tai valitulle joukolle viestin kerralla. Mukaan on helppo lisätä liitetiedosto, jonka voi tarvittaessa tulostaa tai tallentaa itselleen. Sähköpostia voidaan käyttää ohjeistuksiin, aikataulujen välittämiseen, pikatiedottamiseen, helppojen kysymysten esittämiseen

ja vastaamiseen sekä me-hengen nostattamiseen terveisien ja kehujen avulla. (Kortesuo 2009, 101.)

Sähköpostia käytetään jopa kokousten pitämiseen. Vaarana on viestinnän muuttuminen liian kiihkeäksi, koska välitöntä palautetta ei saa. Sähköpostin käyttämisessä on hyvä muistaa sähköpostietiketti, jotta se tulisi osaksi yritysten ja organisaatioiden yrityskuvaa ja kulttuuria. Sähköposti on usein työpaikan rennoin kirjallinen viestintätapa. Sitä käytetään joskus työpaikkakiusaamiseen, rivoihin vitseihin, komenteluun, toisten panetteluun tai yksityisasioiden tilittämiseen. (Kortesuo 2009, 100–101.) On hyvä huomata, että nettisukupolvi ei käytä sähköpostia vaan pikaviestejä eli mesetystä ja muuta sosiaalista mediaa (Ojala & Pöysti 2008, 28).

Sähköposti sopii parhaiten organisaatioihin, jotka suosivat avoimuutta, osallistumista, kriittistä mielipiteiden vaihtoa ja erilaisuutta. Johdon esimerkki lisää työyhteisöissä avoimempaa ja keskustelevampaa johtamisilmastoa. Sähköpostin käyttö ei saisi silti korvata kasvokkain tapahtuvaa keskustelua. Työpaikoilla tulisi sopia, millä välineillä viestitään ja millaisissa tilanteissa sähköpostia voi käyttää. Ihmiset tekevät omia tulkintojaan viesteistä, joten eri kanavia tulee käyttää joustavasti. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 98.)

3.6.3 Verkkoviestintä

Verkkoviestintä on keskeinen osa organisaation kokonaisviestintää. Uusin tieto julkaistaan usein ensin verkkopalvelussa ja sen jälkeen tarvittaessa paperisena esimerkiksi asiakaspalvelupisteissä. Haasteena verkkoviestinnässä on tiedon löydettävyys, läpäisevyys ja erottuminen muusta informaatiotulvasta. Verkkoviestintä on monitahoista, joten sen johtamisen haasteet liittyvät johdon ymmärrykseen viestinnän tärkeydestä. Verkkoviestintää ei kannata erottaa verkkoviestintäyksikölle, sillä se jää helposti irralliseksi organisaation ydintoiminnasta. Tällöin viestinnästä voi tulla jopa kilpailua yrityksen sisällä. Käyttäjille annettujen viestintä- ja palvelulupausten pitäminen on tärkeää, jotta käyttäjien luottamus organisaatioon säilyy. Ajantasaisuus ja kohderyhmän miettiminen ovat tärkeitä, jotta sivusto pysyy kiinnostavana. Sivustoa on hyvä käydä läpi muutaman kerran vuodessa ja samalla päivittää niitä. Verkkoviestinnälle tulee asettaa tavoitteet ja resurssit, joiden tulee kytkeytyä kiinteästi toisiinsa. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 11, 14–16, 70.)

Verkkoviestinnän jakoja

Verkkoviestintää voidaan jakaa **perinteisesti käyttöympäristön mukaisesti** avoimiin internet-palveluihin, organisaation sisäisiin viestintäpalveluihin (intranet) ja kohderyhmäkohtaisiin verkkopalveluihin (extranet). **Sisällön laadun perusteella** palveluita voidaan jakaa: 1. asiapalveluihin, kuten organisaation yleisviestintä ja julkishallinnon viestintä, 2. elämyspalveluihin, kuten yhteisöt, chat-palstat ja pelaaminen ja 3. suoritepalveluihin, kuten sähköisen asioinnin palvelut, verkko-kauppa ja organisaatioiden välinen tiedonsiirto. **Esitys- ja tiedontuottamisteknologian** mukaan verkkoviestintä voidaan jakaa staattisiin (HTML-pohjaisiin) verkkopalveluihin, dynaamisiin (tietokantapohjaisiin) verkkopalveluihin ja streaming (reaaliaikainen medianlataus) verkkopalveluihin. (Pohjanoksa ym. 2007, 23, 55.)

Verkkoviestinnän vaiheita

Pohjanoksa ym. (2007, 59–60) käyttävät Gartner Groupin kehitysmallia soveltaen ja löytävät verkkoviestinnästä **neljä vaihetta** eli osallistumis-, hyöty-, kilpailu- ja integroitumisvaiheen. Gartner Group on johtava toimija kehityksen ennustamisessa ja mallien luomisessa. Näitä malleja käyttävät yliopistot ja useat valtiot omien kehitysmalliensa pohjana. Näiden mallien avulla voidaan nähdä käyttämättömiä mahdollisuuksia ja suuntia, joita kilpailijat eivät ole hyödyntäneet tai joista tulee itselle selkeää hyötyä.

Osallistumisvaiheessa on verkkopalvelu, koska se pitää olla. Hyötyvaiheessa mietitään, miten verkkopalvelu voisi tukea organisaation kokonaistoimintaa. Kilpailuvaiheessa mietitään, miten voimme luoda kilpailuetua verkossa tai, onko kilpailija meitä parempi verkossa. Integroitumisvaiheessa fyysistä palvelua tai toimintaa ei voida erottaa verkkotoiminnasta, vaan kaikissa organisaation toiminnoissa on verkkoulottuvuus. Tässä viimeisessä vaiheessa parhaimmillaan tuotetaan uusia tuotteita ja palveluja, joista muodostuu entistä tuottoisampia organisaatioiden kannalta. (Pohjanoksa ym. 2007, 60–66.)

Verkkoviestinnän tekstilajeja

Kortesuo (2009, 13–14, 59–62) erottaa verkkoviestinnässä eri tekstilajeja, joita voidaan käyttää sekä intranetissä että Internetissä. Tekstilajeja on hänen mukaansa neljä eli artikkelit (tietoartikkelit, ohjeet, haastattelut), uutiset ja tiedotteet, työelämän verkkokeskustelut ja ammatilliset blogit. Blogeja tulisi hyödyntää nykyistä enemmän yrityksissä ulkoiseen kommunikointiin. Pienyritykset ja freelancerit pystyvät blogien avulla pitämään asiakkaisiin ja yhteistyökumppaneihin yhteyttä helpposti ja edullisesti.

Blogeissa toteutuu parhaiten yksilön sananvapaus, vapaa tiedonvälitys, vuorovaikutus lukijoiden kanssa sekä yhteisöllisyys. Organisaatioiden kannattaisi hyödyntää useita blogoja, koska silloin useampi ihminen saa työpaikalla äänensä kuuluviin, jolloin samalla moniarvoisuus lisääntyy. Asiakkaat pääsevät vaikuttamaan organisaation kehittämiseen ja sen toimintatapoihin. Isoissa organisaatioissa ihmiset tulevat tutummiksi blogien avulla. Se lisää työpaikan yhteisöllisyyttä. Blogit mahdollistavat kaikkien ihmisten keskustelun ja mielipiteiden vaihdon asemasta tai maasta riippumatta. Blogien pitäminen sitouttaa sekä kirjoittajaa että lukijoita. (Kortesuo 2009, 59–61.)

3.7 Organisaatioviestinnän uusia muotoja

Suomalainen työelämä muuttuu kovaa vauhtia. Työ- ja vapaa-aika menevät osittain päällekkäin ja työstään innostuneet ihmiset voivat verkostoitua globaalisti, joten työasioita tulee seurattua vapaa-ajallakin. Työelämässä vaaditaan sosiaalisen median seuraamista ja siinä mukana olemista. Uudet viestintätaidot vaativat uuden työkuulttuurin synnyttämistä, jossa työntekijät eri rooleissa voivat keskustella työhön liittyvistä asioista avoimissa verkostoissa kuten parhaaksi näkevät. Työpaikoilla on tuettava, kannustettava, luotava mahdollisuuksia ja luovuttava liiasta kontrollista, jotta henkilöstö pääsee hyödyntämään sosiaalista mediaa työssään. (Aalto 2012, 6–7.)

Nykyinen työelämä vaatii viestintätaitoja, jotka ovat sekä jakamista ja yhteistyön kulttuuria että välineiden käyttötaitoja. Organisaation johdon tulisi omalla esimerkillään kannustaa tiedon avoimeen jakamiseen omassa organisaatiossaan. Lisäksi työntekijöitä tulisi rohkaista verkostoitumaan oman alansa muiden toimijoiden kanssa. Näin työntekijät saavat tukea omille ideoille ja ajatuksilleen. (Aalto 2012, 14.)

Sosiaalisen median ohjeet tulisi olla jokaisella työpaikalla, jotta työntekijät tietävät miten he esiintyvät työnantajan edustajana ja mikä on yksityistä roolia. Organisaation tavoitteet sosiaalisen median käytölle tulisi kertoa selvästi. Niissä tulisi myös kertoa mikä on sallittua ja mikä ei.

Aalto (2012, 102–103) esittelee organisaation kaksi avoimuuden kenttää eli sisäisen ja ulkoisen. Perinteisesti organisaatioissa on käytössä aluksi vähäinen avoimuus ja tarkka roolijako organisaation sisällä. Avoimuuden lisääntymisen myötä omaehtoinen osallisuus kasvaa. Tämä lisää työyhteisössä yhteistyötä eri osastojen kesken ja halua auttaa työtovereita.

Aktiivinen avoimuus on organisaation tapa tehdä päätöksiä ja valintoja, jotka edistävät tiedon jakamista ja avointa saatavuutta. Tätä voi toteuttaa työpaikoilla olemalla mukana asiakkaiden ja sidosryhmien elämässä. Aktiivinen avoimuus tarkoittaa läsnäoloa ja toimintaa, joka toteutuu tavoitettavissa olemisena, kuuntelemisena, vaikutteille altistumisena ja päätöksiin vaikuttamisen mahdollisuuksien näkyväksi tekemisenä. (Aalto 2012, 106.) Näen avoimuuden lisäämisen kaikkien organisaatioiden tärkeäksi tehtäväksi. Asiakkaat arvostavat organisaatioita, jotka kertovat omista tekemisistään, suunnitelmistaan ja mahdollisista ongelmistaan avoimesti. Se lisää sympatioita organisaatioita kohtaan.

Aalto (2012, 108–109) viittaa teoksessaan Charlene Lin teokseen *Open Leadership*, jossa avoimuus jaetaan tiedon jakamiseen ja päätöksentekoon. Tiedon jakamisen Li jakaa kuuteen osaluueeseen, jotka ovat päätösten perusteleva ja taustoittaminen, ajan tasalla pitäminen, keskusteleminen, osallistumisen rohkaiseminen ja joukkoistaminen. Crowdsourcing eli joukkoistaminen eli talkoistaminen tarkoittaa ongelman ratkaistavaksi antamista tai tehtävän suorittamista internetissä esitettävän avoimen kutsun avulla. Tehtävän tai ongelman voi tehdä tai ratkaista kuka vain nimeämätön joukko. Tämä joukkoistaminen tulee varmaankin työelämässä lisääntymään.

Sosiaalisen media välineitä ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, LinkedIn, blogi, Yammer, Pinterest, Youtube, Wiki, GoogleDrive Dropbox, Slideshare ja Flickr (Ojala & Pöysti 2012, 39–75). Näistä monet mahdollistavat luontevan vuorovaikutuksen asiakkaiden ja sidosryhmien välillä. Organisaatioilla on hyvä olla myös kotisivut, joita sosiaalisen median välineillä täydennetään. Lähemmin esittelen Facebookin, blogin, Twitterin ja YouTuben, koska katson näiden tukevan hyvin organisaatioviestintää ja tavoittavan eri-ikäisiä asiakkaita. Näitä palveluita voidaan käyttää myös mobiililaitteilla, kannettavilla ja tableteilla, koska perinteinen tietokoneen käyttö muuttuu. Asiakkaat käyttävät luontevasti uutta tekniikka ja organisaatioiden tulisi ottaa käyttöön sosiaalisen median välineitä.

Facebook

Facebookissa voidaan kertoa uusista tuotteista, tarjouksista, testata ideoita, käynnistää keskusteluja ja tiedottaa organisaation uusista tapahtumista (Ojala & Pöysti 2012, 144). Tänne luodaan kuvallinen käyttäjäprofiili. Facebook on mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu, joka sopii hyvin erilaisille organisaatioille ja julkiselle sektorille. Facebookiin voidaan kirjoittaa rennommalla tyylillä kuin esimerkiksi kotisivuille.

Blogi

Blogeja voidaan käyttää sekä sisäiseen että ulkoiseen viestintään. Sisäisessä viestinnässä esimerkiksi projektiryhmät voivat kertoa projektin etenemisestä. Ulkoisessa viestinnässä voidaan kertoa uusista tuotteista, palveluista, organisaation arvoista ja toimintatavoista. Mediakin huomioi blogit nykyään omista lähteistään. Yrityksissä tietyn aihepiirin bloggaaja on tärkeä markkinointikanava, jonka ammattitaitoon luotetaan. (Ojala & Pöysti 2012, 54–55.)

Twitter

Twitterissä voidaan tiedottaa ajankohtaisista tapahtumista, avoimista työpaikoista, uusista tuotteista, palveluista, muutoksista aikatauluihin ja monesta muustakin asiasta. Käyttäjien kysymyksiin voidaan myös vastata. Twitter on mikroblogipalvelu, johon voi kirjoittaa enintään 140 merkkiä. Palvelun ideana on seurata muita mielenkiintoisia henkilöitä, yrityksiä tai organisaatioita. Nämä voivat puolestaan seurata vastavuoroisesti toisiaan tai muita mielenkiinnon kohteita. (Ojala & Pöysti 2012, 55.)

YouTube

YouTubessa voidaan jakaa tuote-esittelyvideoita, koulutusvideoita, tuotteiden kokoamis- ja huolto-ohjeita. YouTube on videoiden jakopalvelu, jota käytetään myös hakukoneena. Videot voidaan linkittää kotisivulle, joten yritysten ja organisaatioiden näkyvyys kasvaa. (Ojala & Pöysti 2012, 57–58.)

Kaikkeen sosiaaliseen mediaan kirjoittamisen yhteydessä tulee huomioida, että kirjoittaa ja julkaisee niissä vain sellaista, minkä voi sanoa julkisesti yleisellä paikalla. Lisäksi tulee muistaa, että useiden sosiaalisen median palvelinten kotimaa on Yhdysvallat ja medioissa toimitaan sen maan lakien mukaan. Tämä tarkoittaa, että palvelinten ylläpitäjät voivat muuttaa käyttöehtoja yksipuolisesti, käyttää julkaistuja tietoja, kerätä niitä ja myydä niitä edelleen esimerkiksi mainostajille.

3.8 Organisaatioviestinnän haasteet

Organisaatioviestinnän haasteita ovat sisäisessä viestinnässä avoimuuden puute. Tämä on työ-
kulttuurikysymys, jossa yksilösuoritusten kannustamisesta tulisi siirtyä koko organisaatiota tukevaan ja työtoveria auttavaan ilmapiiriin ja samalla uuteen työkuulttuuriin. Uusi tietointensiivisen työ

sisältää selkeästi määritellyt prosessit, uudet tilannekohtaiset tehtävät ja vastuut sekä ennalta määrittelemättömän tahon antaman tuen. (Aalto 2012, 102–103.)

Åberg (2006, 111–112, 117–118) löytää sisäisessä viestinnässä neljä haastetta eli tietojen liikkuminen, tietovarastot ja verkot, esimiehet ja tietotorit ja ahaa-aukiot. Tietojen liikkumisella hän tarkoittaa liian vähäistä viestintää eli puskaradio täyttää viestinnällisen tyhjiön. Tietovarastot ja verkot tarkoittavat tarvittavien tietojen olevan tallessa varastossa, mutta niihin ei pääse suoraan verkosta. Esimiehen tiedotusvastuu oman työyhteisön sisällä ja toisaalta tietojen vienti organisaatiossa ylöspäin on haaste. Tietotorit ja ahaa-aukiot tarkoittavat fyysistä tilaa, jossa henkilökunta voi heittää ilmaan vilttejä ideoita ja toisaalta lepuuttaa aivoja liiallisen työnteon välillä. Verkkoviestintä on haasteellista, koska viestien tulkinta voi olla erilaista riippuen vastaanottajasta. Työrytmin katkeaminen jatkuvan verkkoviestinnän ja sen tosiaikaisen seuraamisen takia häiritsee keskittymistä työhön.

Kulttuurien ja vastakulttuurien kohtaamista yli maantieteellisten, valtiollisten ja aatteellisten rajojen voidaan pitää myös haasteena. Viestinnässä tasa-arvoisina osapuolina kohtaavat tiedottaja, journalisti, kansalaiset ja kansalaisryhmät. Tässä etenkin blogien kirjoittajat haastavat viestinnän ja tiedotuksen perinteiset mallit. Kansalaisjournalismi on lisääntynyt uusien sosiaalisen median välineiden avulla. (Lehtonen 2008, 138, 148.)

Haasteina viestinnässä ja etenkin verkkoviestinnässä ovat niiden tuomat mahdollisuudet eli vuorovaikutteisuus, etäisyyksien häviäminen, ajan joustavuus, autonomian kasvu ja yksityisyys. Vuorovaikutteisuus on viestinnässä lähtökohtana, mutta usein viestintä on yksisuuntaista. Etäisyyksien häviäminen vähentää kasvokkain tapahtuvaa viestintää, koska jopa viereisestä huoneesta viestitään sähköpostilla. Ajan joustavuus edellyttää uusien kommunikaatiovälineiden käyttöä ja aina tavoitettavissa olemista, joten oma aika voi vähentyä. Autonomian kasvu lisää uuden teknologian myötä kontrollin lisääntymistä ja toisaalta raportoinnin ja dokumentoinnin tarve on kasvanut. Yksityisyyden ja julkisuuden raja voi hämärtyä viestinnässä. Tämä asettaa haasteita organisaatioille ja johtamiselle, koska henkilökohtaista viestintääkin tarvitaan. (Matikainen 2008, 167–168.)

Digitaalisen viestinnän hyödyntäminen, sen luonteen, ominaisuuksien, mahdollisuuksien ja uhkien haltuun ottaminen organisaatioissa on haaste. Toimintaympäristön laajentuminen, monikulttuurisuus, jatkuvat muutokset ja epävarmuus työpaikoilla ovat haasteita etenkin 2010-luvulla.

Internetin käyttö ei kuitenkaan ole laajentunut koko maailmaan ja sitä käyttävät ääriryhmätkin terrorismin levittämiseen. (Juholin 2013, 41–42.)

Korhonen ja Rajala (2011, 35–44) haastattelivat suomalaisia viestintäjohtajia ja he löysivät yhdeksän yleisintä haastetta viestinnälle. Suurin osa näistä haasteista johtui siitä, että tehokkaan viestinnän merkitystä liiketoiminnalle ei ymmärretty. Tästä seurasi liian niukat resurssit viestinnälle, joten viestintä ei ole tarpeeksi tehokasta. Haasteet ovat riittämätön yhteistyö linjaorganisaation ja viestinnän välillä, viestintäroolia ei ymmärretä organisaatiossa, koordinointi ja resurssit puuttuvat, johdon sitoutumattomuus viestintään, turha ja päällekkäinen työ, viestinnän epätasalaatuisuus ja puutteellinen tiedonhallinta.

Viestinnän haasteet ovat kaiken kaikkiaan organisaatiolle moninaisia ja kertovat toimintaympäristön muutoksista, kansainvälistymisestä, viestinnän välineiden ja kanavien muuttumisesta. Onnistunut viestintä vaatii organisaatioilta hyvää suunnittelua, sitoutumista ja johdon näkemystä viestinnän monimuotoisuudesta ja sen sitomisesta organisaation tärkeimpiin toimintoihin. Viestinnän moninaisuus tulee myös muistaa ja käyttää eri kanavia tarkoituksen mukaan.

Organisaatioviestintä elää muutosten aikaa, koska yhteiskunta muuttuu nopeassa tahdissa ja uusia viestintävälineitä otetaan käyttöön. Nykyään nuoret ovat tottuneet jo pienestä pitäen käyttämään elektronisia laitteita, eivätkä he vierasta niiden käyttöä työssään. Organisaatioissa voitaisiin hyödyntää enemmän nuorempien työntekijöiden ennakkoluutonta suhtautumista uuteen tekniikkaan ja ottaa sitä rohkeasti käyttöön työpaikoilla. Tässä yhteydessä tulee muistaa tekijänoikeudet eli mikä on sallittua ja mikä ei, eettiset säännöt, asiantuntemus, roolit, moraali ja yleensä asiallinen käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median ohjeet tulisi olla työpaikoilla tehtynä ja käsiteltyinä, jotta viestintä antaa organisaatiosta asiallisen ja myönteisen kuvan ulospäin.

4 INTRANET ORGANISAATIOVIESTINNÄSSÄ

Yksi yrityksen sisäisen viestinnän kanavista on intranet. Työyhteisöissä sisäinen viestintä muuttuu yhä tärkeämmäksi, koska viestinnän ja viestien määrä lisääntyy jatkuvasti. Yrityksen toiminnan kannalta toimiva sisäinen viestintä on tärkeää. Tekniikan kehittymisen myötä viestintä on siirtynyt yhä enemmän verkkoon. Lisäksi työntekijät tekevät yhä useammin työtä päätteen ääressä.

Intranet on yrityksen sisäinen tietoverkko, joka käyttää samaa teknologiaa kuin Internet. Intranetistä puhutaan silloin, kun vain yrityksen oma henkilöstö pääsee sinne sisälle. Extranetistä puhutaan silloin, kun muutkin kuin oma henkilökunta, esimerkiksi sidosryhmät pääsevät sinne. Sekä intranet että extranet ovat suljettuja verkkoja, jotka vaativat käyttäjätunnuksen ja salasanan sisään kirjautumisen yhteydessä. Nämä ovat tarkoitettu rajoitetulle käyttäjäryhmälle ja ulkopuoliset eivät pääse kirjautumaan sinne. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.)

Säterin ja Hosiokosken (2009) mukaan intranetin suunnittelu, rakentaminen, ylläpitäminen ja käyttö tulisi kytkeä osaksi yrityksen verkkoviestintästrategiaa. Viestintää tulisi suunnitella pitemmällä tähtäimellä ja sen tulisi olla kaikkien tiedossa ymmärrettävällä tavalla. Strategian tulisi olla päivitettävissä, mutta suurien linjojen tulisi olla pysyviä. Yrityksen johdon tulisi itse sitoutua ja käyttää intranetiä asiointiin ja kommunikointiin, jotta henkilökunta sitoutuisi käyttämään sitä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 48–49.)

Intranetin merkitys kasvaa mielestäni, koska varsinkin sähköpostien määrä on lisääntynyt ja työntekijöiden aikaa kuluu liikaa viestien lukemiseen. Lisäksi tärkeimmät viestit hukkuvat viestitulvaan. Yrityksissä viestintä siirtyy entistä enemmän intranettiin ja korvaa kohta sähköpostin. Intranetistä saa hyvällä suunnittelulla ja henkilökunnan onnistuneella sitouttamisella mielestäni tämän päivän tärkeimmän sisäisen viestinnän kanavan.

Seuraavaksi tarkastelen intranetin kehitysvaiheita, päätehtäviä ja suunnittelua. Hyötyjä ja haasteita selvitän sekä tekstin tuottajan että viestinnälliseltä kannalta. Lisäksi luon katsauksen sosiaaliseen intranettiin, jonka merkitys tulevaisuudessa korostuu entisestään.

4.1 Intranetin kehitysvaiheet

Intranet alkoi muotoutua 1990-luvun puolivälin jälkeen, kun ensimmäisiä verkkototeutuksia tehtiin yritysten sisäiseen viestintään. Alkusysäyksen intranet sai, kun yrityksissä haluttiin kokeilla uutta ja yrityksillä oli aineistoja, joiden jakelua haluttiin helpottaa. Kehitys on ollut nopeaa eikä yrityksissä ja julkisessa hallinnossa pärjättäisi ilman omia intranetejä. Intranetin kehityksessä voidaan erottaa viisi eri vaihetta viestinnällisestä näkökulmasta. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 15, 25.)

Ensimmäinen vaihe olivat yksikkökohtaiset pioneerit, jotka rakentuivat yhden henkilön innostuksesta työpaikallaan. Nämä erillishankkeet eli intranetit eivät kehittyneet ajan myötä vaan niihin kertyi tietoa valtavat määrät. Kukaan ei hallinnut tätä tietomäärää ja yrityksissä kehitettiin samaan aikaan Internetiä. Tämä vaihe päättyi kun organisaatioissa huomattiin, että erillisiä ratkaisuja ei ollut järkevää eikä taloudellisesti mahdollista ylläpitää. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 25–30.)

Toinen vaihe intranetin kehityksessä oli 1990-luvun lopun konsernitason staattinen toteutus, joka tarkoittaa ulkopuolisen toimittajan toteuttamaa ulkoasua ja rakennesuunnittelua. Yritysten kansainvälistymisen myötä niissä herättiin huomaamaan, että henkilöstölle tiedotettavia ja muuttuvia asioita pitäisi saada nopeasti ja tehokkaasti eteenpäin. Viestintä oli yksipuolista johdon välittämää tietoa alaisille eli intranet oli pelkkä tiedotuskanava. Tietoa ja sivustoja oli paljon mutta ne olivat järjestelemättä. Yritysten johto havahtui huomaamaan intranetin tarpeellisuuden ja sen merkityksen johtamisen välineenä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 31–34.)

Kolmas vaihe kehityksessä oli sisällönhallintajärjestelmän käyttöönotto. Organisaatiossa hajautettiin sisällönhallintaa, vastuut jaettiin ja oikeudet määriteltiin. Sivustot hallittiin teknisesti mutta ei sisällöllisesti. Hakemistorakenne oli labyrinttinen eikä tietoa löytynyt sille loogisesta paikasta. Viestintäkanavan digitaalinen hyödyntäminen oli vielä puutteellista. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 35–38.)

Neljäs vaihe intranetin kehityksessä oli personointi ja prosessien mukaan otto. Tässä vaiheessa intranetin sisältöä mietittiin kohderyhmittäin ja työprosessien kuvaukset ja ohjeet otettiin mukaan. Huomiota kiinnitetään käytettävyyteen, käyttäjäystävällisyyteen sekä kaksisuuntaisuuteen. Käyttäjällä tulisi olla mahdollisuus palautteen antamiseen, intranetin kehittämiseen, sisältöihin ja kommunikointiin yli organisaatorajojen. Tällä tavalla saadaan hiljainen tieto esiin ja hyödyntämään koko organisaatiota. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 39–41.)

Intranetin avulla organisaatio muuttuu läpinäkyväksi ja asiat muuttuvat henkilökohtaisiksi eli ne personoituvat. Tämä korostaa intranetin merkitystä johtamisen välineenä. Johtajilta edellytetään uudenlaisia viestintätaitoja ja tilanneherkkyyttä. Prosessien kuvaamisen myötä ja niiden näkyminen intranetissä saa työntekijän paremmin huomaamaan oman merkityksensä organisaatiossa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 40–41.)

Intranethankkeen vetäminen vaatii asiantuntijatyöryhmämallin käyttöönottoa. Tärkeä on, että yrityksen viestintä, henkilöstön kehittäminen, operatiivinen johto, teknologiaosaaminen sekä ilmaisuosaaminen yhdistetään kokonaisuudeksi. Hankkeella tulee olla selkeä omistaja, joka vastaa hankkeen toteutuksesta ja lopputuloksesta. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 42.)

Viides vaihe intranetin kehityksessä on työpaikan kojelauta. Tällä tarkoitetaan jokaisen työntekijän tietokoneen muuttumista personoiduksi kojelaudaksi, josta löytyy ohjaamisen työkalut ja bisneksen mittarit. Terminä käytetään business intelligence eli liiketoimintaälyä. Työntekijällä on käytössään hänen työssään ja asemassaan tarvitsemansa näkymä. Tämä edellyttää tietokantojen ja rajapintojen harmonisointia. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 43.)

Digitaalinen työpöytä toteutuu, jos työpaikoilla kehitetään etäkäyttöön soveltuvia ratkaisuja ja erilaiset rajapinnat toimivat keskenään. Tämä edellyttää työpaikoilla viestinnän ja johdon strategiatyön digitalisointia. Vuorovaikutteisuus tulisi mieltää kanssakäymiseksi ihmisten kesken teknologian avustamana, ei pelkäsi tekniikaksi. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 44–45.)

Intranetin yleistymiseen 1990-luvun puolivälissä voi nähdä sekä teknisiä että yhteiskunnallisia syitä. Juuri tekniikan parantuminen mahdollisti Internetin yleistymisen. Yksinkertainen tekniikka mahdollisti helppokäyttöisyyden ja suhteellisen edullisuuden. Useat yritykset ja organisaatiot tustuivat Internetiin ja työntekijöillä oli jonkin verran kokemusta surffaamisesta. Intranetistä ymmärrettiin, että se on organisaation sisäinen Internet, joka ei ole uhkaava, vaikea tai monimutkainen. Suurella osalla yrityksistä oli myös www-tekniikka valmiina. Länsimaissa vallitsi ”Internet-hype”, lehdistö kirjoitti Internetistä ja poliitikoilla oli suuri usko uuteen teknologiaan. Lisäksi kouluihin hankittiin Internet-yhteydellä varustettuja koneita. Kaiken kaikkiaan vallitsi suuri optimismi, koska Internetillä nähtiin olevan vaikutuksia työttömyyden vähentämiseen, organisaatioiden tehokkuuden paranemiseen, etätöiden lisääntymiseen ja maantieteellisen etäisyyden pienentämiseen. (Bark, Heide, Langen & Nygren 2002, 9–10.)

4.2 Intranetin päätehtävät

Intranet voidaan rakentaa jokaiselle organisaatiolle sen omia tarpeita ja toiveita vastaavaksi. Intranetin päätehtävät ovat tiedonhallinta, yhteistyö, viestintä ja rutiinitöiden suorittaminen. Tiedonhallinnan näkökulmasta intranetiä voidaan käyttää tiedon keräämiseen ja säilyttämiseen. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.) Organisaatiossa ja henkilöstöllä on paljon aineistoa, joka olisi hyvä saada kerättyä yhteen paikkaan. Tässä säästyttäisiin päällekkäiseltä työltä ja tarvittava aineisto olisi kaikkien saatavilla. Mielestäni tämä lisää avoimuutta ja yhteisöllisyyttä työpaikalla.

Intranetin käyttäminen yhteistyöhön ja viestintään mahdollistaa tiedottamisen. Samalla intranettiin sisältöä tuottavat voivat olla yhteydessä keskenään. Tällä houkutellaan henkilöstöä keskustelupalstojen käyttöön ja samalla oppimaan toisiltaan. Vuorovaikutus koko organisaatiossa ja kaikilla tasoilla on intranetin tärkeimpiä ominaisuuksia. Avoin viestintä mahdollistaa avoimen keskustelun, palautteen antamisen sekä huhujen ja juurujen katkaisemisen. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.)

Rutiinitöitä voidaan tehdä intranetin kautta. Aikatauluja voidaan sopia intranetissä sekä tehdä tilavarauksia ja hankintoja intranetin kautta. Verkkokoulutuksiinkin voidaan osallistua intranetin kautta. Tämä vähentää matkustamisen tarvetta ja tuo samalla säästöjä. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.)

Intranetiä käytetään myös yhteisöidentiteetin rakentamiseksi ja vahvistamiseksi sekä yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden lisäämiseksi. Tärkeää on huomioida maantieteellisen etäisyyden minimoiminen intranetin avulla. Tiedon jakaminen ja arkistointi on erittäin tärkeä ominaisuus intranetissä. Jäsenten tavoittaminen onnistuu myös intranetin käytöllä. (Lehmuskallio, hakupäivä 13.7.2013.)

4.3 Intranetin suunnittelu

Intranetin suunnittelussa on tärkeä ottaa huomioon sekä käyttäjä- että liiketoimintanäkökulma. Suunnittelun lähtökohtana ovat viestintästrategia ja –suunnitelma. Viestintästrategiassa määritelt-

lään viestinnän peruslinjat eli miksi viestitään, viestinnän ydinkohdat sekä viestinnän arvot ja tavoitteet. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.)

Tornion kaupunginkirjastolla ei ole viestintästrategiaa, mutta sen laadinta tulee ajankohtaiseksi kun kirjastossamme tehdään some-säännöt. Kirjaston intranet tulee toistaiseksi vain henkilökunnan käyttöön eikä extranetille ole tässä vaiheessa tarvetta. Sidosryhmäkäyttöä voidaan miettiä myöhemmin, kun saamme intranetin ensin kirjastossa käyttöön ja sitä opitaan hyödyntämään. Kaksinkertaisen tiedon määrää tulisi intranetissä välttää ja kirjaston intranetiin tulisi laittaa linkitys Tornion kaupungin intranetiin, josta löytyvät esimerkiksi kaupungin viestintäohjeet eri hallintokunnille.

Viestintäsuunnitelmassa strategiat tuodaan käytäntöön. Viestintäsuunnitelmaan kuuluvat esimerkiksi vastuut, budjetit ja aikataulut. Intranetin vastuu pitää sopia eli kirjastolla päävastuu voisi olla kirjastomme IT-henkilöllä ja tarvittaessa kahdella kirjastonhoitajalla. Samalla heidän vastuullaan olisi päivittäminen. Budjetti pitää sopia työpaikalla, mikäli intranetin tekee ulkopuolinen taho eikä kirjaston henkilökunta. Aikataulu pitää sopia riittävän väljäksi, jotta intranetistä saadaan hyvä. Hyvä strategia ja sen päivitettävyyden sekä selkeä suunnitelma luovat hyvän pohjan yrityksen viestinnän kehittämiseksi. Sekä strategia että suunnitelma sisältävät sisäisen viestinnän. Nämä yhdessä säästävät resursseja sekä luovat ennustettavuutta ja toimintamalleja sisäiseen viestintään. Näiden pohjalta intranetin suunnittelulle voi luoda omat tavoitteet. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 8.7.2013.)

Intranetin sisällön kehittämisessä ja ylläpidon suunnittelussa on tärkeä ottaa mukaan koko henkilökunta. Tällöin saadaan dynamisempi, relevantimpi ja ajantasaisempi intranet. Henkilökuntaa tulee kannustaa osallistumaan intranetin kehittämiseen vapaaehtoisesti. Jollei henkilökuntaa saada mukaan, tehty työ uuden ja muuttuvan intranetin saamiseksi menee hukkaan. (Jeffery & Dworak 2013, 64.) Kehittämistä pitää jatkaa, kun intranet on ollut vähän aikaa henkilökunnan käytössä ja henkilökunnalta saadaan palautetta käyttökokemuksista ja sisällöstä. Palautteen kerääminen onnistuu vaikka henkilökunnan viikkopalaverien yhteydessä, jolloin voidaan puhua muutenkin viestinnästä.

Intranetin suunnittelussa ajoitus on tärkeä, jotta intranetin käyttöönotto onnistuu. Muita suuria teknologisia projekteja ei pitäisi olla yhä aikaa vireillä. Toisaalta kirjastoissa on aina suunnitteilla jotakin muutakin. (Jeffery & Dworak 2013, 69.) Valmiin intranetin laadun ja vaatimusten määrittely

auttaa pääsemään haluttuun lopputulokseen. Uusi intranet on vakuuttava, jos se toimii käyttäjillä ja helpottaa heidän työtään. Loppukäyttäjien tulee ymmärtää ja lisäksi arvostaa, miten he voivat hyödyntää intranetiä työssään. (Sharpe & Vacek 2013, 132.)

4.4 Intranetin hyödyt ja haasteet

Hyödyt

Intranetin hyötyjä on lukuisia. Kuivalahden ja Luukkosen (2009, 51) mukaan viestintäkanavana intranet on kattava, nopea ja tosiaikainen. Tällöin tavoitetaan koko yrityksen henkilökunta samaan aikaan ja viestintä on samanlaista kaikille, mikä vähentää juurujen ja huhujen leviämistä. Tämä on tärkeää jos yrityksessä on meneillään muutoksia, jotka koskevat henkilökuntaa. Eli sisäinen viestintä on organisaatioille tärkeää.

Säterin ja Hosiokosken (2009) mukaan intranet voidaan muokata kunkin yrityksen omia tarpeita varten, joten tässäkin korostuu intranetin suunnittelun tärkeys. Useimmat intranetit ovat nykyään selainpohjaisia, mikä lisää niiden käytettävyyttä entisestään. Matkapuhelimilla, tableteilla ja kannettavilla pääsee mukavasti intranettiin. Työntekijät liikkuvat työn puolesta paljon ja käyttävät sujuvasti teknisiä laitteita, joten intranetiä kannattaa hyödyntää viestinnässä ja henkilökunnan tavoitettavuudessa.

Tulevaisuudessa intranetin käyttö mielestäni lisääntyy, koska se muuttuu yhä helppokäyttöisemmäksi ja henkilökunta tuottaa enempi aineistoa intranettiin. Näen vuorovaikutteisuuden lisääntyvän, koska organisaatioiden henkilökunnat hallitsevat nykyään tekniikoita hyvin ja ottavat uusia käytäntöjä sujuvasti käyttöön. Yritysten johdon tulee tukea intranetin käyttöä ja olla itse esimerkkinä intranetin käytössä. Keskustelupalstoilla johto voisi virittää keskustelua ja tukea sekä kannustaa henkilökuntaa osallistumaan kommentointiin.

Haasteet

Intranetin haasteita voi lähestyä eri näkökulmista. Kortesus (2009, 65–66) lähestyy intranetiä työpaikan sisäisenä verkkona lähinnä **tekstiä tuottavan näkökulmasta**, ei tekniseltä kannalta. Hänen mukaansa intranetissä on seitsemän isoa haastetta eli tiedon löydettävyys, tiedon painotuneisuus eli päämajakeskeisyys, hakemistojen loogisuus, tiedon päällekkäisyys, liika tieto, tiedon puuttuminen ja tiedon vanhentuminen.

1) Tiedon löydettävyys

Ensimmäinen haaste on tiedon löydettävyys. Tietoa on, mutta henkilökunta ei osaa etsiä sitä oikeasta paikasta. Tähän auttaisi hakusanapalvelu. Jokaisen tekstiä tuottavan tulisi osata luoda tuottamalleen aineistolle avainsanalista.

2) Tiedon päämajakeskeisyys

Toinen haaste on päämajakeskeisyys tai jokin muu painottuneisuus. Tällä tarkoitetaan tiedotettavien asioiden kertovan usein pääkonttorin uutisista, jolloin vaarana on työntekijöiden vieraantuminen intranetistä. Uutisten tulisi koskettaa jokaista työntekijää, jotta he pysyisivät intranetin käyttäjinä.

3) Hakemistojen loogisuus

Kolmantena haasteena on tiedon sijainnin ja hakemistojen epäloogisuus. Hyvä suunnittelu takaisi tallennettaville asioille oikean paikan, josta ne sitten löytyisivät. Usein intranetit syntyvät vahingossa levyasemien hakemistoihin, jolloin rakenne on epäkäytännöllinen.

4) Tiedon päällekkäisyys

Neljäntenä haasteena ovat päällekkäiset tiedostot, koska tiedon tallentaja ei tiedä oikeaa paikkaa, jonne arkistoi dokumentin. Nämä päällekkäiset dokumentit syntyvät yritysten eri osastojen samanaikaisista hankkeista.

5) Liika tieto

Viides haaste on tiedon liiallinen määrä. Yrityksissä voitaisiin miettiä tarkemmin, mitä tietoja ja asioita intranetiin kannattaa viedä. Eri osastot voisivat tehdä koosteita omista asioistaan ja vasta sitten viedä ne intranetiin.

6) Tiedon puuttuminen

Kuudes haaste seuraa edellisestä eli tietoa ei ole. Intranetin käytön tulisi olla tärkeää ja tietoa tulisi olla sopivasti. Mikäli käyttö tuntuu raskaalta, eivät eri osastot tuota sinne materiaalia.

7) Tiedon vanhentuminen

Lopuksi näistä kaikista on seurauksena seitsemäs haaste eli tiedon vanhentuminen. Intranetin suunnittelun vaiheessa on tärkeää sopia, miten sitä päivitetään ja tietoja poistetaan. Mikäli näistä asioista ei ole sovittu, intranet on kohta täynnä vanhentunutta aineistoa ja tiedon määrä on niin

suuri, että sitä ei hallitse kukaan. Kirjastossa tulee sopia kuka huolehtii vanhentuneen aineiston poistamisen ja muutenkin sen päivityksestä.

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 53–60) lähestyvät intranetin haasteita **viestinnälliseltä kannalta**. He löytävät kuusi haastetta, joiden taustalla on käytön yksinkertaisuus. Tällä he tarkoittavat, että itse intranetin käyttäminen ruudulta ja selailu on sekä helppoa että yksinkertaista. Ongelmana on saada tästä selailusta tärkeää ja tuottavaa toimintaa, joka kuuluu yritysten liiketoimintaan. Seuraavaksi esittelen haasteet: tekninen ja teknologinen haaste, osaamisen tasot, prosessit, tiedon johtaminen, viestinnän toteutuksen ilmaisullisuus ja johtamiskulttuuri.

1) Tekninen ja teknologinen

Tekninen ja teknologinen haaste tarkoittaa, että yrityksellä tulee olla kunnossa tietokoneet, verkot ja palvelimet. Viestintää hoitavan henkilön tulee hallita IT-alan peruskäsitteet, jotta hän ymmärtää teknisen infrastruktuurin ja teknologisten sovellusten eron. Avointen rajapintojen tulee olla käytössä eli ohjelmien tulee keskustella keskenään. Yrityksen tehokkaan toiminnan kannalta on tärkeää, että tietojärjestelmät toimivat saumattomasti toistensa kanssa. Yhteinen koko taloa koskeva viestintäsuunnitelma on tärkeä, jotta kaikkien osastojen ratkaisut saadaan toimimaan yhdessä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53–54.)

2) Osaamisen tasot

Yrityksissä työntekijät hallitsevat tekstinkäsittelyn ja muut työpaikoilla tarvittavat ohjelmat, mutta viestintäosaaminen ei ole vielä riittävää. Työntekijöiden tulisi hallinta reaaliaikainen ja kaksisuuntainen viestintä verkossa. Ryhmätyövälineet tulisi ottaa laajemmin käyttöön koulutuksen avulla. Tärkeää olisi myös yrityksen johdon esimerkki ja kannustus, jotta työntekijät omaksuisivat viestinnän osaksi työtään. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.)

3) Prosessit

Yrityksissä tehdään useita prosesseja, jotka tukevat yrityksen tavoitteita ja päämääriä. Tavoitteenä on saada yhtenäiset, ymmärrettävät ja tehokkaat toimintatavat. Prosessien määrittelyjen yhteydessä tulisi hyödyntää intranetiä ja käyttää ryhmätyövälineitä apuna. Prosessien tulokset tulisi ottaa käyttöön ja liittää osaksi intranetin jokapäiväistä käyttöä. Viestintäosaaminen on tärkeä, jotta saavutetut tulokset voidaan hyödyntää yrityksessä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55–56.)

4) Tiedon johtaminen

Yrityksissä tuotteet ovat pitkälti samanlaisia ja erottuakseen muista yrityksistä tietovirtojen tulee olla hallinnassa. Kaksisuuntaisen viestinnän hallinta on tärkeää, koska kilpailijoista on hyvä erottua ja tuotteista on hyvä kertoa useiden kanavien kautta. Tietojohtamisen tulee liittyä yrityksen viestintään kiinteästi. Tietoa on hyvä olla kaikilla organisaation tasoilla. Toisaalta on tärkeä miettiä, kenellä on oikeus mihinkin tietoon. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56.)

5) Viestinnän toteutuksen ilmaisullisuus

Viestintää tulisi tarkastella kokonaisuutena, jolloin mietitään sisällöntuotantoa tarkasti, harjaantuneesti ja eri medioiden kautta. Sisällön tuottaminen intranetiin tulee olla harkittua, hallittua ja asiantuntevasti tehtyä. Viestinnässä tulisi hyödyntää eri alojen ammattiosaamista. Intranet tulisi olla ulkonäköllisesti houkutteleva, luettava ja vuorovaikutteinen sekä ilmaisullinen kokonaisuus. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 57.)

6) Johtamiskulttuuri

Johtaminen muuttuu yrityksissä vanhasta patriarkaalisesta käskyttämismallista johtajan jäljittelyksi. Johtajan tekemisiä seurataan sekä hänen mielipiteitään ja ajatuksiaan omaksutaan. Johdon etäännyttyä ja johtamisen merkityksen vähennyttyä intranetiä taitavasti käyttävä johto voittaa alaiset puolelleen. Viestinnän onnistumisessa ja intranetin käyttöönotossa johtajan rooli on tärkeä. Johdon tulee olla mukana intranetin suunnittelussa, käyttämisessä ja sen tuomisessa lähelle käyttäjiä. Johto saa intranetistä halutessaan persoonallisuuden, karisman ja kasvot johtajuudelleen. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58.)

Intranetin tehokas käyttöönotto on haastavaa. Intranetiin on hyvä luoda toimintoja, jotka kytkeytyvät osaksi yrityksen toimintoja ja henkilöstö pitää muistaa perehdyttää käyttämään niitä. Perusedellytys on ymmärrettävä kieli. Sanottavan kiteytys houkuttelevasti on tärkeää, jotta intranetin käyttö on mielekästä. Palautteen antamisen mahdollisuus tulee intranetissä olla, jotta syntyy vuorovaikutusta. Palautteen antajalle on myös vastattava ja hänen antamansa palaute tulee käsitellä. Tilastointi ja analysointi ovat intranetissä tärkeitä. (Kuivalahti 2003, 59–60.)

Kortesuo (2009, 65–66) ja Kuivalahden ja Luukkosen (2003, 53–60) haasteiden miettiminen ja niiden ottaminen osaksi omaa intranetin suunnittelua tuottaa mielestäni hyvän pohjan intranetin suunnittelulle. Suunnittelussa ovat tärkeitä sekä tekninen toteutus, viestinnän ottaminen osaksi

koko yrityksen viestintäprosessia, johdon tuki, johdon intranetin käyttö ja intranetin käyttäminen koko organisaatiossa.

Haasteena intranetin käytölle on sen saavutettavuus. Useat työntekijät haluavat käyttää intranetiä myös kotoaan. (Aronsson & Carlsson 2007, 47, hakupäivä 13.7.2013.) Joissakin työpaikoissa ei ole sallittua tehdä intranetiä muualle kuin omalla työpaikalla olevalle palvelimelle. Tällöin intranetin käyttö ei välttämättä kotoa onnistu.

Henkilökunnan sitouttaminen intranetiin on tärkeää jo intranetin suunnitteluvaiheessa. Lisäksi henkilökunnan mielipiteitä ja toiveita tulee kysyä. Mitä käyttäjät odottavat ja toivovat järjestelmän sisältävän. Mielenkiintoinen ja päivitetty sekä uutta tietoa sisältävä intranet kiinnostaa käyttäjiä. Keskustelupalsta ja sähköinen palautelaatikko antavat henkilöstölle mahdollisuuden vaikuttaa ja samalla se lisää vuorovaikutteisuutta. Kevyttä sisältöä olisi hyvä saada intranetiin, jotta henkilökunnan saisi houkuteltua käymään siellä. (Säteri & Hosiokoski 2009, hakupäivä 13.7.2013.)

4.5 Sosiaalinen intranet

Tämän päivän intranet muuttuu yhä vuorovaikutteisemmaksi ja yhteisöllisemmäksi. Viestintä muuttuu sosiaalisemmaksi, jolloin voidaan puhua sosiaalisesta intranetistä. Työntekijöillä tulee olla mahdollisuus tuottaa sisältöä intranetiin.

Käyttöönoton yhteydessä on tärkeä tiedottaa intranetin mahdollisuuksista ja kertoa henkilökunnalle, kuinka sitä odotetaan käytettävän. Sosiaalinen intranet mahdollistaa tiedon jakamisen ja sisällön luomisen. Työntekijöillä tulee olla tunne, että intranet edistää yhteistyötä. Lisäksi heidän pitää tietää, että he voivat vaikuttaa uuden intranetin sisältöön. (Silfver 2013, 29, hakupäivä 15.7.2013).

Nykyinen työelämä vaatii tiimityötä ja tavoitteellista yhteistyötä. Sosiaalinen intranet tarjoaa tähän hyvän mahdollisuuden eli kanavan vuorovaikutukselle, jakamiselle ja yhteistyölle. Sosiaalinen intranet mahdollistaa ideoinnin, innovaatiot, tuotekehityksen ja arjen rutiineja helpottavan yhteistyökanavan. (Olander 2013, hakupäivä 19.8.2013.)

Sosiaalinen intranet ja yhteinen sähköinen työtila ovat sama asia. Ne mahdollistavat yhteisen virtuaalisen paikan, jossa voidaan käyttää yhteisöllisiä työkaluja ja toimintatapoja vuorovaikuttei-

seen työskentelyyn. Niiden avulla voidaan pyytää henkilöitä mukaan organisaation ulkopuolelta ryhmiin tai toimintoihin. (Ojala & Pöysti 2012, 61.) Sosiaaliseen intranettiin voidaan liittää joukkoistamisen käsite (Aalto 2012, 109).

5 INTRANETIN SUUNNITTELU TORNION KAUPUNGINKIRJASTOLLE

Intranetin suunnittelua Tornion kaupunginkirjastolle lähestytään strategisen suunnittelun kautta eli kerrotaan mitä uudella intranetillä tavoitellaan, miksi tarvitaan intranet ja mitkä ovat intranetin tavoitteet Tornion kaupunginkirjaston intranetille. Määrittelyvaiheessa hahmotellaan intranetin runkoa ja sinne tulevaa sisältöä kahden tehdyn kyselyn avulla. Suunnitteluvaiheessa esitetään kaksi konkreettista suunnitelmaa, joiden perusteella intranetiä voi lähteä toteuttamaan.

Intranetin suunnittelua voidaan siis mieltää projektina, jossa voidaan erottaa seitsemän eri vaihetta. Vaiheet ovat strategian suunnittelu, määrittely, suunnittelu, toteutus, testaus, käyttööto ja ylläpito. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 163.) Selvitän tässä yleisesti sekä strategista suunnittelua että määrittelyyn, koska ne tulevat esille henkilökunnalle tehdyn kyselyn avulla. Kyselystä saadaan selville toivottavaa ja tarvittavaa sisältöä intranetiä varten. Opinnäytetyöni koskee varsinaisesti vain intranetin suunnittelua, mutta otan kantaa myös miten toteutus, testaus, käyttöönotto ja ylläpito voi tapahtua.

5.1 Strateginen suunnittelu

Strateginen suunnittelu sisältää tavoitteet, joihin uudella intranetillä pyritään ja huomioon tulee ottaa koko organisaation toiminnan kuva. Intranet ei saisi olla yksittäinen projekti vaan kehitysuunnitelmaan tulee nivoutua koko organisaation viestintä (tämä intranet tulee kirjastolle, mutta sitä käytetään koko kaupungin intranetin suunnittelun apuna), HR-funktio, IT, liikkeenjohto ja operatiivinen toiminta. Tässä vaiheessa kartoitetaan myös intranetin toimittajia ja pyydetään heiltä yhteismitallisia tarjouksia. Toimittaja valitaan tässä vaiheessa ja sitten tehdään projektisuunnitelma, joka sisältää intranetin valmistumisen eri vaiheet ja niiden aikataulut. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 164.)

5.1.1 Tavoitteet intranetille

Intranet ja Internet suunnitellaan muuten samalla tavalla, mutta Internet-sivustot suunnitellaan asiakkaita varten ja intranet henkilökuntaa varten. Intranet olisi hyvä suunnitella organisaatiomallin mukaisesti. Intranetissä voi käyttää organisaation omaa terminologiaa ja lyhenteitä. Tehokkuus

lisääntyä työpaikalla, kun kaikki ymmärtävät mitä tekstillä tarkoitetaan. (Nielsen 2000, 264, 266.) Kirjastossa tämä tarkoittaa, että voidaan käyttää kirjastoslangia ja omia termejä toiminnoille ja asioille.

Tornion kaupungin Intranet toimii selainpohjaisena kaupungin palvelimella. Intranet on luotu Sof- tersin WebCreate -julkaisujärjestelmällä. Tällä hetkellä Tornion kaupungin tietohallinnon kanta on, että kirjaston intranetin pitää toimia kaupungin omalla palvelimella ja sivuilla, joten erillinen sivus- to ei onnistu. Intranetin voi tehdä myös ilmaisohjelmalla, jotka voivat sisältää mainoksia. Näiden ohjelmien jatkuvuudesta ei ole varmuutta. Olemassa on maksullisia ohjelmia esimerkiksi Mic-rosoftin SharePoint, jonka voi yhdistää Office 365 -tuotepakettiin.

Käyttäjätyytyväisyys ei ole intranetin suunnittelussa yhtä tärkeä kuin Internet-sivujen, mutta hyvin suunniteltu intranet viestii yrityksen asennoitumisesta ja arvostuksesta työntekijöitä kohtaan. Tär-keitä tavoitteita käytettävyyden kannalta ovat tehokkuus, virheiden minimoiminen ja toimintojen muistamisen helppous. Intranetin tehokas käyttö lisää tuottavuutta, koska aikaa ei kulu halutun tiedon etsimiseen. (Nielsen 2000, 274.)

5.1.2 Intranetin tarve

Intranetiä tarvitaan, koska henkilökunta työskentelee sekä aamu- että iltavuoroissa eikä tapaa toisiaan päivittäin. Lisäksi tiedonkulku koetaan ongelmalliseksi viikkopalavereista huolimatta. Tiedotettavat, säilytettävät ja tarvittaessa tulostettavat ohjeet, tiedotteet, tulosteet, työvuorolista ynnä muut halutaan keskittää yhteen paikkaan, josta kaikki ne löytävät ja niiden päivitettävyy- onnistuu kaikilta. Mietittävänä on, pitäisikö intranetin sisältää keskustelupalstan tai muuta epävi- rallista. Ainakin palautteen tai keskustelun avauksen mahdollisuus nimettömänä olisi hyvä onnis- tua. Hosio ja Säteri (2009, hakupäivä 13.7.2013.) korostivat kevyen sisällön tärkeyttä, jotta henki- lökunta kävisi intranetissä.

Tällä hetkellä tiedotteet, tulosteet ja muut intranetiin tuleva aineisto on kirjaston eri työntekijöiden omilla tietokoneilla ja osa aineistosta on kopiokoneen vieressä. Kukaan ei tiedä kenen omalla koneella on mitään pohjia tallennettuna. Tärkeää on saada talteen kaikki tarpeellinen ja tärkeä aineisto, ennen kuin se häviää. Henkilökunnan määrän vähetessä intranetin tarpeellisuus koros-

tuu, koska työ sujuu tehokkaammin ja nopeammin, jos tiedot löytyvät yhteen paikkaan keskitettyinä ja ne ovat kaikkien saatavilla.

5.2 Määrittely

Määrittelyvaiheessa luodaan intranetille sisältörunko, sen laajuus ja syvyys. Käyttäjäroolit on tässä vaiheessa hyvä määritellä eli ketkä, kuinka ja mitä. Intranetin integroituminen muihin järjestelmiin tulee selvittää tässä vaiheessa. Hyvin suunniteltuna se mahdollistaa edelleen kehittämisen ja muuntautumisen uusiin tarpeisiin kustannustehokkaasti. Intranetin suunnittelu – osiossa (kohta 4.3) olen hahmotellut näitä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 165–166.)

Seuraavaksi esitellään kaksi kyselyä, joiden tarkoituksena oli kartoittaa tulevan intranetin sisältöä. Sisällön kartoituksessa lähdetään käyttäjien ja johdon tarpeista. Kyselyt toteutettiin sähköpostilla heinäkuussa 2013 Lapin kirjastojen johtajille ja Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle kysely tehtiin kesäkuussa 2013 henkilökunnan viikkopalaverin yhteydessä.

5.2.1 Kysely Lapin kirjastojen johtajille

Lapin kirjastojen johtajille lähetettiin kysely intranetin käytöstä. Kysely lähetettiin 20 kirjastoon ja vastauksia tuli 17. Kolmesta kirjastosta ei tullut vastausta. Kaupunginkirjastot, joille kysely lähetettiin, olivat Kemi, Kemijärvi ja Rovaniemi. Kunnankirjastot, joille kysely lähetettiin, olivat Enontekiö, Inari, Keminmaa, Kittilä, Kolari, Muonio, Pelkosenniemi, Pello, Posio, Ranua, Salla, Savukoski, Simo, Sodankylä, Tervola, Utsjoki ja Ylitornio. Oman työpaikkani Tornion kaupunginkirjaston jätin pois kyselystä. Kyselyssä oli kuusi avointa kysymystä. Kysymykset olivat seuraavat:

1. Käyttekö intranetiä?
2. Jos käytätte, onko se kunnan tai kaupungin palvelimella oleva verkkokansio vai jokin muu tapa, mikä?
3. Kuka sitä päivittää?
4. Mitä tietoja siellä on?
5. Kuinka paljon sitä käytetään?
6. Haluatteko kertoa vielä jotakin muuta asiasta?

1. kysymys ”Käyttättekö intranetiä?”: Vastausten mukaan intranetiä käytettiin 13 kirjastossa. Neljässä sitä ei käytetty.

2. kysymys ” Jos käytätte, onko se kunnan tai kaupungin palvelimella oleva verkkokansio vai jokin muu tapa, mikä? ”: Kaikki intranetiä käyttävät kirjastot käyttivät sitä joko kunnan tai kaupungin palvelimella. Intranet on yhteinen kaupungin tai kunnan muiden työntekijöiden kanssa. Yksi kirjasto käytti lisäksi iGooglea tiedottamiseen. Koko henkilökunta pystyi käyttämään sitä sekä lisäämään sinne tiedotteita. iGoogle tosin loppuu 1. marraskuuta 2013 ja kirjastossa mietitään, mikä palvelu korvasi iGooglen.

3. kysymys ”Kuka sitä päivittää? ”: Intranetiä päivitti useimmiten kaupungin tai kunnan atk-vastaava, internet-sivuja päivittävät henkilöt, hallintojohtaja, hallintokunnat itse ja kaupungin viestintätoimisto. Kirjaston henkilökunta siis päivittää hyvin vähän intranetiä.

4. kysymys ”Mitä tietoja siellä on? ”: Intranet sisältää esimerkiksi kunnan tai kaupungin yleisiä ohjeita, ajankohtaistiedotteita, lomalistoja, yhteystietoja, ohjevideoita, pöytäkirjoja, lomakkeita ja koulutuksia.

5. kysymys ”Kuinka paljon sitä käytetään? ”: Intranetin käyttö oli kirjastoissa vähäistä yhtä kirjastoa lukuun ottamatta. Kahdessa kirjastossa intranet oli laitettu heti aloitussivuksi, kun koneelle kirjautuu. Koko henkilökuntaa on ohjeistettu käyttämään intranetiä. Johtavat viran- ja toimenhaltijat käyttävät intranetiä säännöllisemmin kuin muu kirjaston henkilökunta.

6. kysymys ”Haluatteko kertoa vielä jotakin muuta asiasta? ” -kysymykseen tuli seuraavanlaisia vastauksia. Käyttöliittymä koettiin yhdessä kirjastossa huonoksi. Heille on kuitenkin tulossa uusi intranet, jolloin asioiden löydettävyys paranee. Yhden kirjastoon intranetin sisältöä ja ulkonäköä oli sekä kehitetty että uudistettu. Yhden kirjaston intranettiin tulee omat osastojen foorumit ja kirjasto ottaa sen sitten käyttöön. Intranet koettiin hyväksi tavaksi tavoittaa työntekijät sekä lisäksi lomakkeet ja tiedot löytyvät yhdestä paikasta. Kaksi kirjastoa ilmoitti, että tiedotusta hoidettiin puhumalla ja sähköpostilla. Verkkokansio ja sähköposti olivat yhdessä kirjastossa käytetyimmät tiedotuskanavat. Oman intranetin suunnitteluun ei ollut paneuduttu.

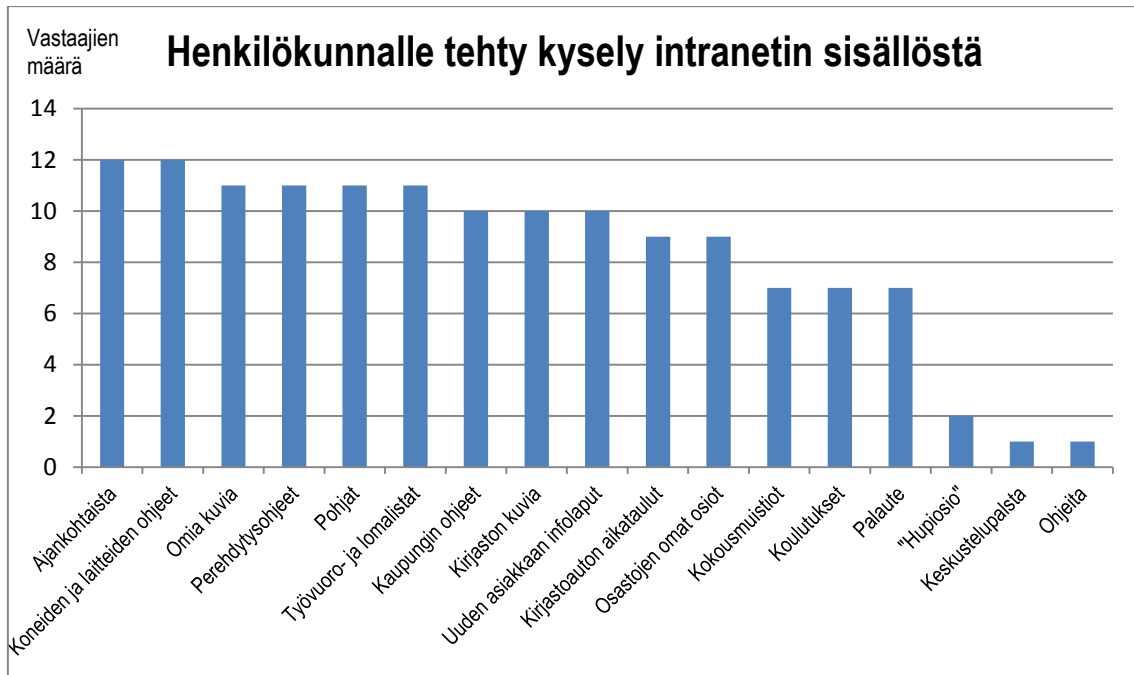
Intranetin vähäistä käyttöä voi selittää Lapin eri kirjastojen henkilökunnan määrien erot. Kyselyssä mukana olleista kirjastoista kolme on kaupunginkirjastoja eli Kemijärvi, Kemi ja Rovaniemi,

Tornion jätin kyselyn ulkopuolelle. Näissä on henkilökuntaa enemmän kuin kunnankirjastoissa. Loput 14 ovat kunnankirjastoja. Kaupunginkirjastoissa on enemmän henkilökuntaa kuin kunnankirjastoissa. Pienillä kunnankirjastoilla ei ehkä ole resursseja tai tarvetta kehittää omaa intranetiä.

5.2.2 Kysely Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle

Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle tehtiin kysely (liite 1), jossa kartoitettiin intranettiin tarvittavaa ja toivottavaa sisältöä. Kysely sisälsi kaksi kysymystä. Vastauksia sain 12, eli kaikki, joita pyysin vastaamaan, vastasivat. Itse en vastannut kyselyyn, koska halusin muiden mielipiteet intranettiin tulevista asioista. Kirjastoautonkuljettajat jätettiin kyselyn ulkopuolelle, koska toistaiseksi heillä ei ole velvoitetta käyttää Tornion kaupungin sähköpostia. Ongelmaksi muodostuu tiedon saanti, koska Tornion kaupungissa ja Tornion kaupunginkirjastossa käytetään sähköpostia henkilökunnalle tarkoitetun viestinnän välittämiseen. **Ensimmäinen kysymys** oli ”Mitä intranetin tulisi sisältää?” Valmiiksi oli laitettu 17 asiaa, joita saattoi valita laittamalla ruksin taulukkoon.

Vastauksissa ajankohtaista-osion ja koneiden ja laitteiden ohjeet olivat valinneet kaikki 12 vastaajaa. 11 vastaajaa piti tärkeänä ohjeita (esimerkiksi aamutyöt, laskujen käsittely, Rekku (Lapin kirjastojen aineistojen yhteiskäyttö ja aineistonkuljetusjärjestelmä), Celia (lukemisesteisille tarkoitettu kirjasto), rahojen tilitys, perehdytysohjeita, pohjia (esimerkiksi lehtilista, asiakkaaksi ilmoittautumiskaavakkeet) ja työvuoro- ja lomalistoja. Kaupungin ohjeita henkilökunnalle, kirjaston kuvia ja uuden asiakkaan infolappuja piti tärkeänä 10 vastaajaa. Kirjastoauton aikataulut ja osastojen omat osiot olivat seuraavaksi tärkeimpiä yhdeksän vastaajan mielestä. Kokousmuistiot, koulutukset ja palaute olivat tärkeitä seitsemän henkilön mielestä. Kaksi henkilöä piti tärkeänä ”hupiosioita”. Kysely ei siis tue ”hupiosion” tarpeellisuutta Tornion kaupunginkirjaston intranetissä eli se voidaan jättää pois. Tornion kaupunginkirjaston intranet tulisi siis vain työkäyttöön. Keskustelupalsta, omat kuvat ja ohjeita olivat vain yhden vastaajan mielestä tärkeitä. Kuviossa 3 näkyvät vastaukset suuruusjärjestyksessä graafisesti esitettynä.



KUVIO 3. Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle tehty kysely intranetin sisällöstä.

Vastauksissa yllätti se, että keskustelupalsta oli vain yhden vastaajan mielestä tärkeä. Myös palautteen merkityksen olisi kuvitellut olevan tärkeämpi. Vastausten lukumääriä voi selittää se, että Tornion kaupunginkirjastossa oli ole käytössä intranetiä. Vastaajat eivät ole myöskään perehtyneet yleisesti intranettiin muissa yrityksissä tai työpaikoilla. Intranetin vuorovaikutteisuus ei siis tämän kyselyn mukaan ole Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle tärkeää. Ohjeita ei pidetty tärkeinä vaikka itse kuvittelin niiden olevan intranetin keskeisintä sisältöä. Vain yksi henkilö piti niitä tärkeinä. Ohjeet sisältävät esimerkiksi aamutöiden ohjeet, rahojen tilitysohjeet ja laskujen käsittelyohjeet. Näiden vähäinen merkitys saattaa johtua siitä, että niitä tekevät tietyt henkilöt säännöllisesti ja ne eivät kuulu kaikkien töihin. Toisaalta kukaan ei ole korvaamaton ja esimerkiksi sijaisen olisi hyvä löytää nämä tiedot.

Toinen kysymys oli "Mitä muuta haluaisit intranetissä olevan?" Kukaan vastanneista ei ollut laittanut tähän mitään. Tämän voi tulkita usealla tavalla:

- a) Ensimmäinen kysymys oli sisältänyt kaikki tärkeimmät asiat, joita intranetissä tarvitaan. Sen vuoksi kukaan ei ollut laittanut siihen mitään.
- b) Vastaajat eivät viitsineet kirjoittaa mitään.

c) Vastaajat eivät tiedä mikä intranet on. Kyselyn alussa kerroin kuitenkin lyhyesti, mikä intranet on ja mihin sitä voidaan käyttää. Tämä kysymys ei siis auttanut selvittämään intranetissä tarvittavaa ja toivottavaa sisältöä.

5.3 Suunnittelu

Intranetin etusivulla tulee olla kolme osaa eli hierarkkinen hakemistorakenne, hakukenttä hakukoneelle ja ajankohtaisia uutisia. Intranetin toiminnoista tärkein on ajankohtaista-osio, koska sähköpostin käyttö ei mahdollista yhtä hyvin ajankohtaisten asioiden esittelyä kuin intranet. (Nielsen 2000, 279–280.) Hakukentän laitan hahmotelmaan, koska sisällön määrä kasvaa vähitellen. Suunnitteluvaiheessa mietitään sisältöjä, rakenteita ja teknistä toiminnallisuutta (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 166).

Rakennesuunnittelu

Tiedonetsinnän tulee tapahtua joka sivulla samalla tavalla ja linkityksen pitää olla yhteneväistä. Navigaatorakenteen ja esitystavan tulee olla yhteneväisiä, jotta sivuilla liikkuminen on helppoa ja nopeaa. Kaikkien sivuja tekevien tulee tietää organisaation intranet-standardi. (Nielsen 2000, 280–281.)

Intranet-standardissa on hyvä olla mallisivuja esimerkkeineen sivun sisällöstä, suositeltavista ja vapaavalintaisista sivuelementeistä. Kuivalahti & Luukkonen (2003, 167) puhuvat sivupohjista, joilla saadaan yhtenäinen ilme ja tuntuma. Standardissa pitää olla tarkistuslistat, joista pystyy tarkastamaan, että kaikki tarvittavat asiat ja oikeat termit tulevat sivuille. Mallipohjat ovat erityisen tärkeitä, jos sivut suunnittelee ulkopuolinen suunnittelija. (Nielsen 2000, 281–282.)

Organisaation intranet-logon tulisi olla joka sivulla, jotta henkilökunta ei sekoita sivuja Internet-sivuihin. Organisaation luottamukselliset tiedot erottuvat selkeästi julkisista Internet-sivuista juuri logon avulla. Logon tulisi toimia samalla linkkinä intranetin etusivulle. (Nielsen 2000, 281.)

Pyysin kuudesta eri kirjastosta kuvaruutukopiota intranetistä. Kirjastot olivat Oulun kaupunginkirjasto, Tampereen kaupunginkirjasto, Kajaanin kaupunginkirjasto, Iisalmen kaupunginkirjasto, Uudenkaupungin kaupunginkirjasto ja Kemin kaupunginkirjasto. Iisalmen, Uudenkaupungin ja Kemin kirjastot valitsin, koska ne ovat asukasluvultaan samankokoisia kuin Tornio. Iisalmen kau-

kaupunginkirjastossa ei ole intranetiä käytössä, joten siitä ei ole kuvaa. Uudestakaupungista en saanut vastausta intranet-kyselyyni. Kemin kaupunki on uusinnut intranetin tänä syksynä ja Kemin kaupunginkirjastolla ei ole vielä intranetiä käytössä. Kajaanin kaupunginkirjaston intranetin ohjelmisto on uudistunut tänä syksynä, eikä ole vielä siinä muodossa, että sitä voisi lähettää kuvaruutukaappausta kenellekään. Kuvaruutukopiot sain Oulun kaupunginkirjastosta ja Tampereen kaupunginkirjastosta. Seuraavassa (kuvio 4) on 13.9.2013 otettu kuvaruutukaappaus Oulun kaupunginkirjaston intranetistä.

The screenshot shows the Oulu City Library intranet interface. At the top, there is a navigation bar with links to 'Etusivu', 'Kirjasto', 'Puhelinluettelot', 'Henkilöstöasiat', 'Päätöksenteko', 'Talous ja toiminta', 'Ohjeet ja asiointi', 'Viestintä', 'Tietohallinto', 'Palvelut', and 'Uusi Oulu'. Below this is a secondary navigation bar with 'Kirjastotyö', 'Tietopalvelut', 'Kokoelma', 'Näyttelyt ja tapahtumat', 'Laitteet ja järjestelmät', and 'Kirjaston puhelinluettelot'. A search bar is located on the right side of the page. The main content area is divided into several sections:

- Uutiset** (News): A list of recent news items with dates and titles, such as 'Ajankohtaiset uutiset Sikun yhteisessä Akkunassa' and 'Sikun ja kirjaston matkustamiseen liittyvät ohjeet'.
- Ajankohtaista** (Current events): A section with a link to 'www.ouka.fi - sivuilta' and a 'Listaudu Työpörssiin -haastekampanja alkoi' (Sign up for the Työpörssi challenge campaign).
- Ilmoitustaulu** (Notice board): A section with various announcements, including 'Lync-koulutusta tarjolla biotaina 8.10.2013' and 'Palvelukassan päivitys ja uusien maksukorttipäätteiden käyttöönotto'.
- Palautteet** (Feedback): A section with a form to submit feedback, titled 'Jätä palautetta: kiitä, kahju, moiti tai anna kehittämisehdotuksia'.
- Kirpputori** (Thrift store): A section with information about book sales, titled 'Myydään: viulu 3/4'.

A sidebar on the left contains 'Pikalinkit' (Quick links) and a 'Kerho' (Club) section. The page has a green and white color scheme.

Kuvio 4. Oulun kaupunginkirjaston intranet.

Oulun kaupunginkirjaston intranetistä näkyy, että tärkeitä puhelinnumeroita ja rekisteriseloste on hyvä olla intranetissä. Oulun kaupunginkirjaston intranet uudistuu 12.12.2013. Oulun kaupunginkirjastoon kuuluu pääkirjaston lisäksi 21 muuta kirjastoa ja 3 kirjastoautoa. Oulun kaupunginkirjaston intranet on suunniteltu suurelle kirjastolle ja Tornion kaupunginkirjaston intranetissä ei tarvita kaikkia näitä osioita ainakaan alkuvaiheessa. Tästä saa kuitenkin vinkkejä, mitä intranetiin kannattaa sisällyttää

Seuraavassa (kuvio 5) on kuvaruutukaappaus 12.11.2013 Tampereen kaupunginkirjaston intranetistä. Intranet Loora on osa kaupungin intranetiä.

Kuvio 5. Tampereen kaupunginkirjaston intranet.

Kuvaruutukopio on hiukan epäselvä, sillä sivu on leveä. Heillä on käytössään koko sivu intranetiä varten, eikä häiritsevää palkkia ole vasemmalla. Keskustelupalsta ei ole ja blogi on poistettu. Ilmeisesti "Uutisia ja ilmoituksia" -sivulle on tarkoitus kirjoittaa pidempiäkin juttuja. Aloitelaatikko näkyy olevan. Jäin miettimään, olisiko vasemmalla olevat kirjaston asiat hyvä olla aakkosissa. Asioiden ryhmittely näyttää muuten selkeältä. Tampereen kirjasto on iso eli heillä on pääkirjaston lisäksi 14 lähikirjastoa, kaksi kirjastoautoa, kirjaston koti- ja laitospalvelut, internetbussi Netti-

Nysse sekä kaksi tietoturia. Tampereen kirjaston intranetissä on omat työkalut ja mahdollisuus kerätä omia suosikkeja sivuston oikeaan osioon. Tämä on varmaan hyvä ratkaisu, sillä siten intranetistä saa itselleen hyvän työvälineen. Tämäkin malli on suunniteltu suurelle kirjastolle ja Tornion kaupunginkirjaston intranetiä varten tästä mallista saa apua aineistojen jaotteluun.

Seuraavassa on 5.11.2013 otettu kuvaruutukaappaus Tornion kaupungin internetsivusta, jonka alaisuuteen intranetin voi rakentaa (kuvio 6).

The screenshot shows the homepage of the TornioHaparanda intranet. At the top, there is a navigation bar with links like 'Etusivu', 'Tornio-info', and 'Päättökentekko, hallinto ja organisaatio'. Below this is a sidebar titled 'Sisäiset palvelut - Intranet:' containing a list of services such as 'Palvelukeskus Kompassin intranet', 'Kalentarit', and 'Kirpputori'. The main content area is titled 'Tervetuloa Tornion kaupungin intranetiin (luonnos)' and contains several service tiles: 'Office 365 Sähköposti', 'WEBTALLENNUS', 'Tervetuloa Rondooni! Laskut', 'TARGETOR Katselu', 'TARGETOR Strategiatyökalu esimiehille', 'Henkilöstöruokala YSI Ruokalista', and 'Aamun avaus ja päivän muistutukset -kalenteri'. On the right side, there are additional service tiles for 'TOURIST INFORMATION', 'VIRTUAALINEN SOSIAALI- JA TERVEYSPALVELUKESKUS', 'PELAA Tornio-visaa', and 'IKÄTUPA'. Annotations with arrows point to the sidebar, the main content area, and the right-hand side of the page, with text boxes explaining their visibility to all users.

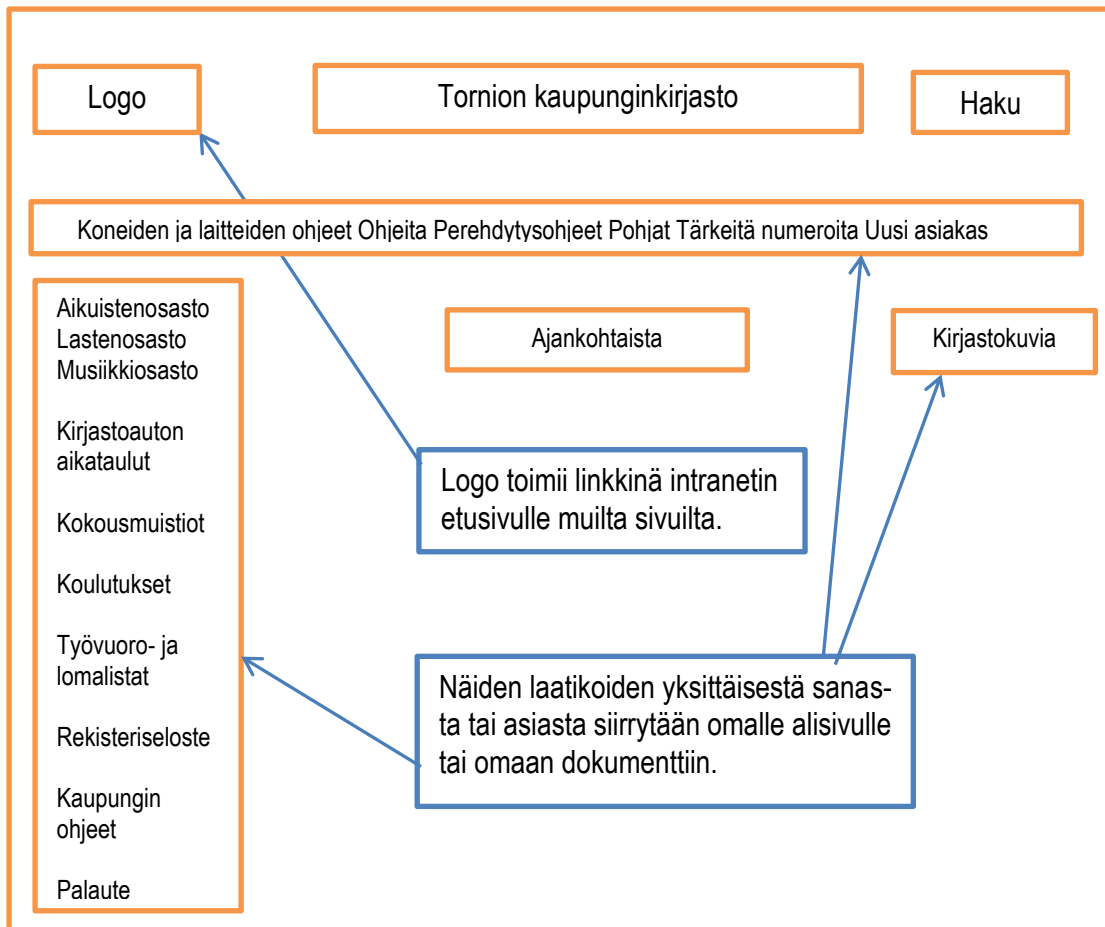
Intranet rakennetaan tänne alisivuiksi.

Nämä yläosat näkyvät jokaisella alisivulla.

Tämä reunapalkki näkyy jokaisella alisivulla.

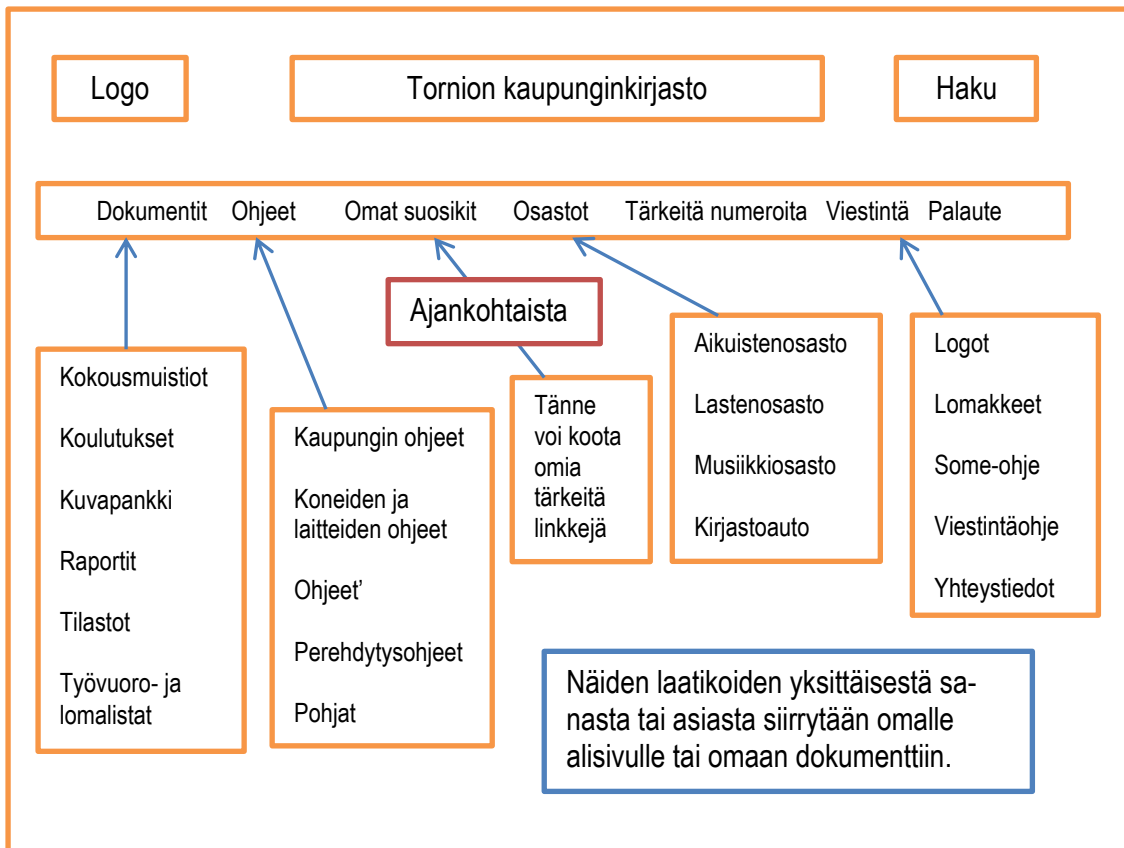
Kuvio 6. Kuvaruutukaappaus Tornion kaupungin internetsivusta.

Seuraavassa on kaksi hahmotelmaa A ja B Tornion kaupunginkirjaston intranetin sivustorakenteesta (kuviot 7 ja 8). Kokouksissa ja myöhemmin jatkokehittelyssä näistä malleista on apua.



Kuvio 7. Hahmotelma A Tornion kaupunginkirjaston intranetin etusivusta.

Hahmotelma A perustuu Tornion kaupunginkirjaston henkilöstölle tehtyyn kyselyyn ja Oulun kaupunginkirjaston intranetistä saatuun malliin. Logo pitää miettiä valmiiksi, sillä Tornion kaupunginkirjastolla ei ole omaa logoa.



Kuvio 8. Hahmotelma B Tornion kaupunginkirjaston intranetin etusivusta.

Hahmotelmassa B on käytetty hyväksi sekä Oulun kaupunginkirjaston että Tampereen kaupunginkirjaston intranetsivuja. Ajankohtaista-osio on intranetin etusivulla. Tämä malli voisi toimia Tornion kaupunginkirjaston intranetin pohjana, koska Tornion kaupungin sivulla vasemmalla oleva reunapalkki näkyy myös Tornion kaupunginkirjaston intranetsivulla. Tornion kaupunginkirjaston intranet voisi selkeämpi, jos siinä ei ole vasemmalla olevaa reunapalkkia, joka oli kuviossa 7 hahmotelmassa A.

Sivuston ulkonäkö

Nielsen (2000, 101, 123, 126) esittää muutamia asioita, joita tulee huomioida sivustoa suunniteltaessa. Tekstiä kirjoitettaessa tulee muistaa ytimekkyys, eli sanoja ei saa olla liikaa, kappaleiden tulee olla lyhyitä ja kielen tulee olla selkeätä. Luettavuuteen tulee kiinnittää huomioita ja paras luettavuus on, jos teksti on mustaa ja tausta valkoinen. Sivujen nimeäminen on tärkeää ja nimen tulee kertoa sisällöstä, jotta intranetin käyttäjä löytää heti etsimänsä asian.

Värien käytössä on syytä olla maltillinen, jotta luettavuus säilyy. Eli korkeintaan yksi taustaväri tai hyvin rauhallinen taustakuvi, mikäli se katsotaan tarpeelliseksi. Multimedian käytölle intranetiä suunniteltaessa ei ole niin suurta merkitystä, koska animaatioita, ääntä ja videokuvia ei tarvita ainakaan kovin paljon. (Nielsen 2000, 126, 134.) Toisaalta Rovaniemen kaupunginkirjastossa on tehty ohjeita aineistohankintojen tekemisestä ja ne aukeavat Dream Brokerissa, jolla voi tuottaa online-videoita. Eli linkityksen ulkopuolisiin sivustoihin pitää onnistua. Tärkeää olisi huomioida ohjeiden laatimisessa, että ne aukeaisivat yleisimmillä ohjelmilla, jotta erillisiä ohjelmia ei tarvitse asentaa. Tämä helpottaa niiden käyttöä ja saatavuutta.

Toiminnallisuus

Toiminnallisuus suunnitellaan yhdessä yleisilmeen kanssa ja tässä olisi hyvä tarjota joitakin uusia toiminnallisuuksia, joita käyttäjät eivät osaa toivoa. Kortesus (2009, 71–74) nostaa esille neljä ominaisuutta, jotka intranetissä tulevaisuudessa olisi web 2.0:n sovelluksina eli Facebook, blogi, Wikipedia ja chat-mahdollisuus.

Facebook on omana versionaan saatavilla esimerkiksi Koulukaverit.comin kautta sopivan alustan avulla. Tämä varjo-Facebook mahdollistaisi vaikka bisnessalaisuuksien käsittelyn, mitä ei voi tehdä julkisessa verkossa. Tämä voisi olla hyvä mahdollisuus matkatyötä tekeville, eri toimipisteissä, eri paikkakunnilla tai etätöitä tekeville kokoontua yhteen.

Blogi voisi olla työpaikalla kenen tahansa halukkaan pitämänä intranetissä. Tämä tosin edellyttää some-sääntöjen, tai organisaation oman kurssin, läpikäyntiä. Suuremmissa organisaatioissa blogin avulla voidaan tehdä omaa työtä näkyväksi.

Wikipedia eli termipankki tai tietosanakirja, jota kaikki voivat täydentää, olisi hyvä olla. Sinne voidaan koota organisaation projekteja, termejä, sisäisiä lyhenteitä ja toimialan yhteisiä termejä. Tämä toimisi yhteisöllisyyden ja avoimuuden periaatteella, joten kuka tahansa voisi luoda sinne joko lyhyemmän tai pidemmän artikkelin.

Chat-mahdollisuus voisi toteutua joko varjo-Facebookissa tai omana sovelluksena. Tämä toimii isommissa organisaatioissa, joissa kuka tahansa voi pyytää apua ongelmaansa ja joku toinen voi vastata. Tornion kaupunginkirjastossa en näe tälle vielä käyttöä, koska meillä on henkilökuntaa vähemmän.

Tietoturva

Tietoturvan merkitys korostuu tulevaisuudessa, koska julkiseltakin sektorilta on tullut ilmi tietovuotoja. Verkottunut yhteiskunta on altis hakkereille ja virhetilanteille. Tietojärjestelmät ovat haavoittuvia. Pilvipalvelut ovat alttiita ukkosille ja maanjäristyksille sekä palvelimien kotimaassa olevien tietojen omistajuudelle, tallentamiselle, tuhoamiselle ja muille välittämislle.

Tietoturvassa voidaan nähdä fyysinen, hallinnollinen ja tekninen tietoturva. Fyysistä tietoturvaa ovat varkauden estot eli itse koneet ja niiden sisällä olevat tiedot, onnettomuudet ja tulipalot. Käyttäjä itse on suurin riskitekijä, koska hän voi luovuttaa joko vahingossa tai tietoisesti salasanoja ulkopuolisille. Hallinnollista tietoturvaa ovat käyttöoikeudet, ohjeistukset ja salasanat. Teknistä tietoturvaa ovat palomuurit, salaus ja tunnistusmenetelmät. Tekninen tietoturva toteutuu, koska intranet tulee Tornion kaupungin omalle sivustolle. Tekniseen suunnitelmaan kuuluu huolehtia rajapintojen toimivuuksista, jotta muihin järjestelmiin ja palveluihin päästään eli käytettävyys mobiililaitteilla, tableteilla ja kannettavilla tulee selvittää. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 130–131, 167–168.) Tällä hetkellä sille ei ole tarvetta, koska Tornion kaupunginkirjastolla ei ole intranetiä käytössä. Yleisesti ottaen intranetin tulee toimia kannettavilla laitteilla.

5.4 Toteutus

Toteutusvaiheessa toimittaja toteuttaa suunnitelmien ja määrittelyjen mukaisen intranetin toimitusvalmiiksi. Intranetin tulee olla toiminnassa kehitysympäristössä ja valmiina pilotoitavaksi. Toteutusvaihe on valmis, kun intranet siirretään oikeaan ympäristöön kaikkien käytettäväksi. Tässä vaiheessa voi tulla viivästyksiä toimittajan puolelta ja siksi intranetin toimittaja on valittava huolella. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 168.) Intranet Tornion kaupunginkirjastolle toteutetaan siis Tornion kaupungin omille sivuille.

Intranetin tavoitteet Tornion kaupunginkirjaston osalta ovat suurelta osin hyvin perinteiset ja sisältävät tärkeimmät asiat kirjastotöiden sujumisen kannalta. Kyselyssä tärkeimmiksi nousseet asiat hoituvat kirjaston jokaisen työntekijän omalla koneella olevan verkkokansion avulla yhtä lukuun ottamatta. Ajankohtaista-osio ei hoidu verkkokansion avulla, sillä verkkokansion käyttö ei ole tarpeellista jokapäiväisten töiden vuoksi. Verkkokansiota käytetään vain ohjeiden, tulosteiden ja muiden harvemmin käytettävien dokumenttien säilytykseen eikä sinne ole järkevää tehdä omaa

kansiota Ajankohtaista-osiota varten. Tuskin kukaan henkilökunnasta lähtee lukemaan kansiosta ajankohtaisia asioita. Tämän vuoksi tarvitaan intranet.

Kyselyn perusteella kävi ilmi, mitkä ovat henkilökunnan tärkeinä pitämät asiat. Mielestäni Tornion kaupunginkirjastossa tarvitaan intranet, joka sisältää keskustelupalstan. Keskustelupalstan jätän kuitenkin itse suunnitelmasta pois, koska henkilökunta ei ole vielä valmis siihen ja kirjastossamme ei ole intranetiä käytössä. Nykyinen työelämä vaatii sekä keskustelua että kehittelyä ja mielestäni siinä tarkoituksessa keskustelupalsta olisi hyvä ratkaisu.

5.5 Testaus, käyttöönotto ja ylläpito

Testauksen, käyttöönoton ja ylläpidon esittelen yleisellä tasolla, koska opinnäytetyöni tarkoituksena on suunnitella Tornion kaupunginkirjaston intranet, mutta ei toteuttaa sitä.

Testaus

Intranetille tulee tehdä toiminnallisuus-, integraatio-, järjestelmä- ja hyväksymistestaus. Toiminnallisuus on navigoinnin, yleisen käytettävyyden ja interaktion eli vuorovaikutteisuuden toimimisen tarkastamista. Järjestelmän vasteaika ei saa olla liian pitkä eli ohjelman pitää toimia nopeasti. Integraatiotestaus tarkoittaa rajapintojen ja palveluiden toimivuutta. Järjestelmätestauksessa tarkastetaan, että intranet toimii eikä järjestelmävirheitä esiinny. Hyväksymistestauksessa testataan kaikki toiminnot, rakenteet, palvelut ja ominaisuudet. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 168–169.)

Käytettävyydestä voidaan suorittaa kenttätutkimuksella tai laboratoriossa, mutta Tornion kaupunginkirjaston intranetin testaus onnistuu kenttätutkimuksella eli koko henkilökunnan käyttökokemusten kirjaamisella. Henkilökuntaa on sopivasti testausta ajatellen eli kaikkia voidaan pyytää testaamaan tulevaa intranetiä. Tarkkailijan tulisi antaa testaajan työskennellä häiritsemättä ja keskeyttämättä tätä. Testauksen lopuksi voi tehdä tarkentavia kysymyksiä ja tarkennuksia kohdistaa, joita testaaja olisi halunnut käyttää mutta ei onnistunut. (Nielsen 2000, 290.)

Käyttöönotto

Käyttöönoton yhteydessä selviää, onko intranet osattu markkinoida henkilökunnalle ja motivoiko se henkilökuntaa sitä käyttämään. Palvelun lanseeraus on hyvä miettiä jo intranetin suunnittelu-

vaiheessa. Suuremmissa organisaatioissa voidaan miettiä niiden osastojen palkitsemista, jotka ottavat intranetin tehokkaaseen käyttöön. Sisällöntuottajat tulee kouluttaa, mikäli järjestelmästä ei tule niin helppoa, että kaikki osaavat sitä käyttää. Tekninen koulutus tarkoittaa teknisten ominaisuuksien ja toimintatapojen oppimista. Järjestelmän toimittajaa voidaan pyytää laittamaan verkkoon e-learning itseopiskelumateriaalia, johon voi palata tarvittaessa. Suuremmissa organisaatioissa on syytä rajata käyttöoikeuksia ja -vastuita henkilötietojen mukaisesti kirjautumisen yhteydessä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 169–170.)

Ylläpito

Tärkeä intranetin suunnittelussa on suunnitella sen ylläpito. Intranetin ylläpidon tulisi kuulua jokaisen työntekijän tavallisiin työtehtäviin. (Nielsen 2000, 279.) Ylläpidossa on kolme näkökulmaa, jotka on hyvä miettiä eli tekninen, sisällöllinen ja käytön ylläpito. Tekninen ylläpito sisältää käyttötuen ongelma- ja virhetilanteiden varalle. Sisällöllinen ylläpito tarkoittaa sisällöntuotannon hajauttamista, jotta useampi henkilö vastaa sisällön tuottamisesta. Yhden henkilön vastuulle ei kannata jättää sisällöntuotantoa, koska se käy liian vaativaksi. Jollekin voidaan nimetä päävastuu intranetistä, mutta siinä on hyvä olla muitakin vastuunjaossa. Käytön ylläpidossa huolehditaan käyttäjien osaamisen kehittämistä, jotta se tukisi organisaation viestinnällisiä tarpeita kaikilla tasoilla. Seurannan järjestäminen ja käytön analysointi tulisi sisältyä intranetin ominaisuuksiin, jotta jatkokehittäminen onnistuu. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 172.)

5.6 Suunnitelman esittäminen henkilökunnalle ja jatkotoimenpiteet

A ja B -hahmotelmat sekä suunnitelma esitetään henkilökunnalle viikkopalaverin yhteydessä. Siitä tehdään PowerPoint -esitys, jossa näytetään kuvat intranetin vaihtoehtoista. Ennen kokousta on kaikille lähetetty kuvat intranetistä, jotta niistä voidaan keskustella kokouksessa. Henkilökuntaa pyydetään valitsemaan mieleisensä vaihtoehto, jota lähdetään toteuttamaan. Palautetta uudesta palvelusta otetaan heti vastaan ja toiveita kirjataan ylös. Tilaisuudessa korostetaan, että kaikki opetetaan henkilökohtaisesti käyttämään intranetiä. Samalla korostetaan, että rakennetta ja aineistojen sijoittelua muutetaan toiveiden perusteella.

Intranetiä lähdetään toteuttamaan Tornion kaupungin intranetiin. Kaupungin intranet muuttuu joko ensi tai seuraavana vuonna. Nyt pitää päättää lähdetäänkö sitä toteuttamaan vasta uuteen intranetiin. Haasteena on saada henkilökunta käyttämään sitä, koska Tornion kaupunginkirjastolla

ei ole intranetiä käytössä. Ulkopuolisia linkkejä lisätään intranetiin vähitellen, kun henkilökunta on käyttänyt sitä jonkin aikaa. Palautetta sekä kehittämissideoita kerätään koko ajan ja muokataan tarpeen vaatiessa. Henkilökunnan tulisi rohkeasti ottaa käyttöön uutta tekniikkaa, jotta asiat etenisivät ja niiden kehittäminen jatkettaisiin.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli suunnitella intranet Tornion kaupunginkirjastolle. Kyseessä oli toiminnallinen opinnäytetyö, joten varsinaista tutkimusongelmaa ei ollut. Kehittämistehtävänä oli selvittää mitä intranetin tulee sisältää. Suunnittelun apuna oli kaksi kyselyä sekä kahdesta kaupunginkirjastosta saatu kuvaruutukopio kirjaston intranetistä. Kyselyjen tulosten perusteella ja kuvaruutukopioiden pohjalta aloin suunnitella intranetiä Tornion kaupunginkirjastolle. Kyselyjen perusteella tein kaksi hahmotelmaa, joiden perusteella intranetiä voidaan lähteä toteuttamaan Tornion kaupungin internetsivulle. Henkilökunnalle tehdyn kyselyn mukaan ”hupiosiota” ei kaivata vaan intranet tulee pelkästään työkäyttöön. Henkilökuntaa voidaan pyytää äänestämään intranetsuunnitelmista mieleistään vaihtoehtoa viikkopalaverissa ja voittajaehdotusta lähdetään toteuttamaan.

Tekemäni intranetsuunnitelmat ovat toteuttamiskelpoisia ja huomioin niissä Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle tehdyn kyselyn perusteella tärkeiksi koetut asiat. Haasteena suunnittelussa oli, että meillä ei ole käytössä intranetiä. Muiden tekemiä intranetejä minulla oli käytettävissä vain kaksi. Toisaalta muiden käyttämät intranetit eivät ohjanneet liikaa suunnittelua, sillä tärkeintä intranetin suunnittelussa on tehdä se käyttäjien tarpeita varten.

Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle kannattaa tehdä myöhemmin kysely intranetin käyttökokemuksista, jotta saadaan selville, mitä intranettiin kaivataan tai tarvitaan. Toinen kysely antaa hyvin suunniteltuna arvokasta tietoa intranetin kehittämisen tueksi.

Teoriapohjana olen käyttänyt organisaatioviestintää, jota käsittelin sekä ulkoisen että sisäisen viestinnän jakoa käyttäen. Verkkoviestintää käsittelin myös, koska sen merkitys kasvaa viestinnän siirryttyä suurelta osin verkkoon. Sisäinen viestintä on tärkeää organisaation toiminnan kannalta, joten sen suunnittelu on tarpeellista organisaatioiden viestintäsuunnitelmassa. Intranet sisältyy sisäiseen viestintään, joka on tärkeää organisaatioiden virallisen ja epävirallisen viestintäilmapiirin luomisessa. Sosiaalisen intranetin käyttö lisääntyy tulevaisuudessa työelämässä, sillä viestintä muuttuu entistä vuorovaikutteisemmaksi ja yhteisöllisemmäksi.

7 POHDINTA

Opinnäytetyössäni keskityin intranetin sisällön suunnitteluun ja jätin tekniseen toteutuksen asiaan perehtyneelle. Intranetin suunnittelu kannattaa aloittaa miettimällä, miksi tarvitsemme intranetin ja mitä haluamme sinne laittaa. Kannattaa miettiä, miten intranet helpottaa ja nopeuttaa päivittäistä työskentelyä. Henkilökunnan mukaan saaminen intranetin suunnitteluun heti suunnittelun alussa on tärkeää, jotta henkilökunta sitoutuu käyttämään intranetiä.

Aihe oli mielenkiintoinen, koska työssäni Tornion kaupunginkirjastossa olen huomannut, että hyvin suunniteltu intranet helpottaisi aineistojen löydettävyyttä. Kaikki tarvittavat ohjeet, tiedotteet, tulosteet, työvuoro- ja lomalistat saataisiin koottua yhteen paikkaan, mistä kaikki ne löytäisivät. Tällä hetkellä aineistoa on tallennettuna henkilökunnan omille työkoneille ja kopiokoneen viereen. Ongelmaksi muodostuu aineiston uusimman version saaminen kaikkien käytettäväksi.

Intranetiä voidaan lähteä toteuttamaan Tornion kaupungin sivulle, jommankumman hahmotelman perusteella. Henkilökuntaa voidaan pyytää valitsemaan mielestään parempi ja eniten ääniä saanut valitaan Tornion kaupunginkirjaston intranetin malliksi. Tornion kaupunginkirjaston henkilökunta tulee perehdyttää henkilökohtaisesti käyttämään intranetiä, jotta kaikki oppivat sitä käyttämään ja huomaavat sen tärkeyden oman työn kannalta. Kirjastosta valitaan kolme henkilöä, jotka huolehtivat intranetin päivittäisestä ja vanhan tiedon poistamisesta.

Tornion kaupunginkirjaston intranetin jatkokehittämisen kannalta henkilökunnalle kannattaisi tehdä toinen kysely, josta saadaan kokemuksia intranetin käytöstä ja tarkennettua sekä intranettiin tarvittavaa että toivottavaa sisältöä. Kysely voitaisiin tehdä vaikka puolen vuoden kuluttua. Tarvittavat muutokset tulee tehdä, jotta käytettävyys saadaan paremmaksi ja toimivammaksi.

Ongelmana intranetin suunnittelussa Tornion kaupunginkirjastolle oli saada kuvaruutukopioita muiden kirjastojen intraneteistä. Useassa kirjastossa intranet oli juuri muuttumassa tai sitä ei ollut käytössä. Sain apua suunnitteluun ainoastaan kahdesta isosta kirjastosta eli Oulun ja Tampereen kaupunginkirjastoista ja niiden intraneteistä. Oulussakin intranet muuttuu loppuvuodesta 2013. Mikäli aloittaisin opinnäytetyön tekemisen nyt, haluaisin saada enemmän tietoa muiden kirjastojen intraneteistä. Toisaalta useampien kirjastojen intranetien näkeminen olisi voinut ohjata liikaa intranetin suunnittelua omalle kirjastolle. Nyt pystyin keskittymään intranetin suunnittelussa meille

tärkeiden asioiden saamiseen Tornion kaupunginkirjaston tulevaan intranettiin. Tärkeää on huomata, että intranetit ovat organisaatioiden sisäisessä käytössä, eikä niitä pääse katsomaan kuin oma henkilökunta.

Opinnäytetyön tekemisen aikana opin, että organisaatioiden kannattaa suunnitella viestintää kokonaisvaltaisesti sekä ulkoinen että sisäinen viestintä huomioiden. Verkkoviestinnän merkitys kasvaa viestinnän siirryttyä entistä enemmän verkkoon, joten organisaatioiden kannattaa laatia viestintäsuunnitelma, jota tarkastellaan säännöllisesti. Verkkoviestinnän määrän lisääntyttyä henkilökunnalle itselleen jää vastuuta sekä viestinnän vastaanottamisesta että tiedon etsimisestä. Organisaatioiden on lisäksi hyvä laatia sosiaalisen media säännöt, jotta kaikki viestintään osallistuvat tietävät, mikä on heidän roolinsa ja mitä heiltä odotetaan. Toimiva sisäinen viestintä on edellytys organisaatioiden tehokkaalle toiminnalle. Viestintä organisaatiossa on vuorovaikutteista ja jokaisen on omalta osaltaan huolehdittava sen toimivuudesta.

Tieto intranetin tärkeydestä organisaatioiden sisäisen viestinnän kannalta on lisääntynyt opinnäytetyötä tehdessä. Intranetin tärkeys Tornion kaupunginkirjaston henkilökunnalle on korostunut. Olen saanut hyödyllistä tietoa, jota voi käyttää hyväksi intranetin suunnittelussa ja sen toteuttamisessa. Sosiaalisen intranetin merkityksen tulevaisuuden työelämässä uskon lisääntyvän.

LÄHTEET

Aalto, T. 2012. Kuinka olla avoin: työelämän uudet viestintätaidot. Helsinki: Finn Lectura.

Aronsson, K. & Carlsson, N. 2007. Bibliotek och intranät: en fallstudie av intranätanvändandet i en biblioteksorganisation. Högskolan i Borås/Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap (BHS). Magisteruppsats. Hakupäivä 13.7.2013 <http://bada.hb.se/bitstream/2320/2569/1/07-111.pdf>.

Bark, M., Heide, M., Langen, M. & Nygren, E. 2002. Intranätboken: från elektronisk anslagstavla till dagligt arbetsverktyg. Malmö:Liber.

Fiske, J. 1992. Merkkien kieli: johdatus viestinnän tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.

Jeffery, K. & Dworak, E. 2013. Who moved my intranet? The human side of introducing collaborative technologies to library staff. Teoksessa N. McHale (toim.) Designing and developing library intranets. London: Routledge, 63–72.

Juholin, E. 2013. Communicare!: kasva viestinnän ammattilaiseksi. Korpiljyvä: MIF.

Juholin, E. 2009. Communicare!: viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Jussila, M. & Leino, A. 1999. Net: verkkoviestinnän käsikirja. Hämeenlinna: Karisto.

Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. 2013. Yhteisöviestintä. Hakupäivä 30.7.2013 <https://www.jyu.fi/hum/laitokset/viesti/oppiaineet/yvi>.

Kansalliskirjasto. 2013. FinElib – paras e-aineistojen saatavuus Suomelle. Hakupäivä 22.9.2013 <http://www.kansalliskirjasto.fi/kirjastoala/finelib/>

Kirjastolaki 4.12.1998/904.

Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. Viestinnän prosessointi: koreografia kaaokselle. Helsinki: Talentum.

Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla: kirjoitamme verkkoon. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2003. Intra. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2011. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lehmuskallio, S. 2013. Intranet. Hakupäivä 13.7.2013

<http://www.sprakhjalpen.fi/verkkoviestinta/intranet>.

Lehtonen, J. 2008. Kyberavaruus ja organisaatiodottamisen haasteet. Teoksessa P. Aula (toim.) Kivi vai katedraali: organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Porvoo: Infor, 138–150.

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. 2. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2012. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.

Matikainen, J. 2008. Organisaatio- ja johtamisviestintä verkossa. Teoksessa P. Aula (toim.) Kivi vai katedraali: organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Porvoo: Infor, 151–168.

Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Jyväskylä: Gummerus.

Olander, I. 2013. Hyvästi sähköposti, tervetuloa sosiaalinen intranet. Hakupäivä 19.8.2013

<http://sometek.fi/hyvasti-sahkoposti-tervetuloa-sosiaalinen-intranet/>.

Otala, L. & Pöysti, K. 2012. Kilpailukyky 2.0: kilpailukykyhyppy yhteisöllisillä toimintatavoilla. Hämeenlinna: Kauppakamari.

Otala, L. & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin: yritys 2.0 tuottamaan. Helsinki: WSOYPro.

Pesonen, P. 2012. Yritysviestinnän opas. Helsinki: Edita.

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa: digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS Bookwell Oy.

Sharpe, P.A. & Vacek, R.E. 2013. Intranet 2.0 from a project management perspective. Teoksessa N. McHale (toim.) Designing and developing library intranets. New York: Routledge, 124–134.

Silfver, E. 2013. Det sociala intranätet ur ett mottagarperspektiv: en kvalitativ studie av Skellefteå kommuns nya sociala intranät. Umeå universitet. Humanistiska fakulteten. Institutionen för kultur- och medievvetenskaper. Studentuppsats. Hakupäivä 15.7.2013
<http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:620186/FULLTEXT01.pdf>.

Säteri, R. & Hosiokoski, T. 2009. Opas: Intranetin suunnittelu. Hakupäivä 8.7.2013
<http://www.viestintatoimistodeski.fi/dev/wp-content/uploads/2010/02/Intraopas.pdf>.

Wii, O.A. 1994. Johdatus viestintään. 6. uudistettu laitos. Porvoo: WSOY.

Åberg, L. 2006. Johdatus viestintään, 3. teema: keskinäis- ja organisaatioviestintä. Diasarja. Hakupäivä 22.9.2013 <https://www.google.com/search?q=%C3%A5bergin+pizza+diat&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:fi:official&client=firefox-a>

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää!: esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Infor.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Otava.

Åberg, L. 2003. Viestintä – tuloksen tekijä. 9. p. Helsinki: Infoviestintä Oy.

LIITTEET

TORNION KAUPUNGINKIRJASTO

KYSELYLOMAKE / INTRA

1. Mitä Intranetissä pitäisi olla?

RASTI RUUTUUN X

• Ajankohtaista osio	
• "Hupiosio" (vitsejä ym.)	
• Kaupungin ohjeita henkilökunnalle (työsuojelu, tietoturva ym.)	
• Keskustelupalsta	
• Kirjastoauton aikataulut	
• Kokousmuistiot	
• Koneiden ja laitteiden ohjeet (skanneri, digitointilaite, postikone ym.)	
• Koulutukset (milloin ollut ja mitä tarjolla)	
• Kuvia: kirjaston	
• Kuvia: omia	
• Ohjeita (esim. aamutyöt, laskujen käsittely, Rekku, Celia, rahojen tilitys)	
• Osastojen oma osio (esim. CD-levyihin ja kaavoihin liite)	
• Palaute	
• Pehdytysohjeet	
• Pohjat (esim. lehtilista, asiakkaaksi ilmoittautumiskaavakkeet)	
• Työvuoro- ja lomalistat	
• Uuden asiakkaan infolaput (käytösäännöt, aukioloajat, hinnasto)	

2. Mitä muuta haluaisit Intranetissä olevan?
