



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Videoiden käyttö opiskelijapalveluihin perehdyttä- misessä

Case: Tampereen ammattikorkeakoulun orientaatiovi-
deot

Saara Lehtonen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2017
Elokuva ja televisio
Leikkaus



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Elokuva ja televisio
Leikkaus

LEHTONEN, SAARA:

Videoiden käyttö opiskelijapalveluihin perehdyttämisessä
Case: Tampereen ammattikorkeakoulun orientaatiovideot

Opinnäytetyö 44 sivua, joista liitteitä 5 sivua
Toukokuu 2017

Opinnäytetyössä tutkittiin, miten uudet opiskelijat löytävät Tampereen ammattikorkeakoulun orientaatiovideot ja kuinka paljon he ovat katsoneet videoita. Työn tavoitteena oli selvittää videoiden löydettävyyttä TAMK:n eri kanavilla. Tarkoituksena oli helpottaa uusien opiskelijoiden orientoitumista opintoihin sekä tutustumista TAMK:iin.

Aihetta lähestyttiin nuorten ja nuorten aikuisten videonkäytön kautta niin sosiaalisessa mediassa kuin koulussakin. Tärkeänä aiheena oli videomuodon käyttö opetuksessa sekä opintoihin orientoitumisessa. Lisäksi tärkeässä osassa olivat videoiden käytön haasteet ja mahdollisuudet. Lähteinä on käytetty niin suomalaisia kuin ulkomaalaisiakin tutkimuksia videoiden käytöstä.

Tutkimuskohteena olivat tammikuussa 2017 aloittaneet opiskelijat ja tutkimus toteutettiin maaliskuussa 2017. Tutkimus toteutettiin lomakekyselynä, johon opiskelijat saivat linkin sähköpostin kautta. Tuloksista kävi ilmi, ettei suurin osa opiskelijoista ollut nähnyt videoita. Tärkein huomio oli se, etteivät opiskelijat olleet edes tietoisia videoiden olemassa olosta. Tämä johtui videoiden myöhäisestä lisäämisestä TAMK:n sivuille. Lisäksi kaikissa koulutusohjelmissa videoita ei näytetty orientaatiopäivillä, mikä vähensi opiskelijoiden tietoisuutta videoista.

Selkeäksi kehityskohteeksi paljastui videoiden tavoitavuus ja käytettävyys. Lisäksi uusien videoiden teossa tulisi ottaa huomioon se, että videoiden tyyli vaihtuu tekijän mukaan ja että onko se toivottava muutos. Aiheita valittaessa tulisi miettiä, mikä on orientoitumisen kannalta kannattavaa muuttaa videomuotoon.

Aiheesta saisi tehtyä monia lisätutkimuksia. Mielenkiintoisinta olisi tutkia sitä, vaikuttaako videoiden julkaiseminen oikeana ajankohtana Uuden opiskelijan -verkkosivuilla videoiden katsomiskertoihin ja löytävätkö opiskelijat videot helpommin. Sen jälkeen voisi lähteä selvittämään sitä, kuinka hyödyllisiksi opiskelijat kokevat videot.

Asiasanat: orientaatio, orientoituminen, video, perehdyttäminen, opastusvideo

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Culture and Arts
Editing

LEHTONEN, SAARA:

Using Videos for Orientation to Student Services
Case: Orientation Videos of Tampere University of Applied Sciences

Bachelor's thesis 44 pages, appendices 5 pages
May 2017

In this thesis the goal was to examine how students have found orientation videos of Tampere University of Applied Sciences and how much they have watched them. The object was to research how difficult it is to find the videos from the different channels available at TAMK. The purpose of this study was to improve the effective use of videos in orientation of new students.

The subject is approached through studies about how the youth and the young adults are using videos on social media and in the school. The most important subject in this thesis is how to use videos in teaching and in orientating the new students. The main sources are studies from Finland and USA.

The study was made for the new students who started at TAMK in January 2017. The study was an online survey. The results showed that most of the students had not seen the videos. The major finding was that the students had not even heard about them. These findings were directly connected to the late submission deadline. They were not ready and available when the new students were announced. Furthermore, the videos were used in different ways during the orientation days.

The most significant areas for development were reachability and relevant use of the videos. When producing the videos, it is important to notice that the style of the videos changes if the producer changes and if it is a wanted change. Because most of the videos currently deal with the services available at TAMK, it would be ideal to think what information is important to present in video format.

There are great opportunities to make new studies about the orientation videos. The most interesting study would be about how correctly timing of the videos correlates with their reachability. A second interesting subject for a study would be the importance and usefulness of the videos from the students' perspective.

Key words: orientation, video, familiarisation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	PROJEKTIN ESITTELY	8
2.1	Tampereen ammattikorkeakoulu tilaajana.....	8
2.2	Videon tarpeen kartoitus	8
3	VIDEON KÄYTTÖ	10
3.1	Videot sosiaalisessa mediassa.....	10
3.2	Informatiivisten videoiden käyttö.....	11
3.3	Orientaatiovideot informatiivisen videon lajityyppinä.....	13
4	INFORMATIIVISTEN VIDEOIDEN HAASTEET JA MAHDOLLI- SUUDET	14
4.1	Videomateriaalin löytäminen.....	14
4.2	Opiskelijoiden sitouttaminen videoiden katseluun	15
4.2.1	Videot osaksi kokonaisuutta	15
4.2.2	Videoiden katselutilanne.....	16
5	PROJEKTIN KUVAUS	19
5.1	Kohderyhmä.....	19
5.2	Videoiden esituotanto	19
5.3	Kuvaukset	20
5.4	Palvelukadun 360-kuvaukset	21
5.5	Leikkaus ja äänisuunnittelu	22
5.6	Julkaisu	22
5.7	Haasteet ja onnistumiset	23
6	KYSELY VIDEOON KÄYTTÄJILLE	25
6.1	Kohderyhmä.....	25
6.2	Lomakekysely.....	25
6.2.1	Kyselyn kulku	26
6.3	Tulosten tarkastelu.....	27
6.3.1	Opiskelijat jotka olivat nähneet videot.....	27
6.3.2	Opiskelijat jotka eivät olleet nähneet videoita	30
6.4	Tulosten analysointi.....	31
7	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	33
7.1	Videoiden tuotantoehdotukset	33
7.2	Videoiden käyttöehdotukset	34
8	POHDINTA.....	36
	LÄHTEET.....	38
	LIITTEET	40

Liite 1. Kysely 1(4)	40
Liite 2. Saatekirje	44

1 JOHDANTO

Idea opinnäytetyöstä syntyi työstäni videotuottajana Tampereen ammattikorkeakoulussa syksyllä 2016 ja siellä tekemistäni videotuotannoista. Työtehtäviini Tampereen ammattikorkeakoulun Viestintäpalveluissa kuuluivat erilaiset videotuotannot ja tarvittaessa valokuvaus. Yksi suurimmista tuotannoista oli videot orientaatiopäiville.

Orientaatiopäivät järjestetään aina lukuvuoden alussa kaksi kertaa vuodessa ja ne on tarkoitettu kaikille uusille opiskelijoille. Orientaatiopäivillä opiskelijat perehdytetään TAMKiin ja siellä opiskeluun. Videoiden tarkoitus on korvata osa orientaatiopäivien puheista luennoista ja täten pienentää pitkien luentojen kestoja sekä tietomääriä. Syksyn aikana orientaatiovideoita valmistui yhteensä viisi kappaletta: neljä TAMK:n Palvelukadun palveluista ja yksi opiskeluterveydenhuollosta. Tarkoituksena oli, että videot palvelisivat yhtenäisesti sekä suomalaisia että ulkomaalaisia opiskelijoita. Kaikki viisi videota ovat siis sekä suomeksi että englanniksi. Kaiken kaikkiaan videoita on kymmenen. Näiden lisäksi opiskelijoille annetussa soittolistassa oli Flowworksin keväällä 2016 toteuttamat videot, jotka oli suunnattu pääosin ulkomailta tuleville opiskelijoille. Videot pitivät sisällään vinkkejä siitä, mitä tehdä, kun on saanut opiskelupaikan Suomesta ja mitä ottaa huomioon, kun saapuu Suomeen. Flowworks on digitalisaation kehitystiimi, missä opiskelijat tekevät projekteja, joiden asiakkaana on TAMK.

Työ on rajattu tammikuussa 2017 aloittaneisiin opiskelijoihin ja silloin pidettyihin orientaatiopäiviin. Koska videoiden käyttö tällaisessa tarkoituksessa on TAMKille uutta, se tarjosi mahdollisuuden tutkia videoiden käyttöä. Opinnäytetyöhön kuuluva kysely toteutettiin helmi-maaliskuussa 2017. Työn tavoitteena oli selvittää, miten opiskelijat löytävät orientaatiovideot TAMK:n eri kanavista ja verkkosivuilta. Kyselytutkimuksen avulla työn tarkoitus on parantaa videoiden käyttöä.

Työ alkaa projektin esittelyllä, jonka jälkeen pohdin videomuotoisen opiskelun kannattavuutta, ja miten kohderyhmä on tottunut käyttämään videoita. Tärkeänä osana työtä on se, miten opiskelijat saataisiin katsomaan videot sekä mitä haasteita videoiden käytössä voi olla. Tulosten analysoinnin päätteeksi esitän jatkokehitysideoita videoiden tuotantoon sekä löydettävyyteen ja näkyvyyteen.

Lähteinä on käytetty artikkeleita ja tutkimuksista, joissa on tutkittu nuorten sosiaalisen median käyttöä, etäopiskelua, opintoihin orientoitumista ja niihin sitouttamista.

2 PROJEKTIN ESITTELY

2.1 Tampereen ammattikorkeakoulu tilaajana

Tampereen ammattikorkeakoulu on yksi Suomen suurimmista korkeakouluista. Sillä on koulutusta seitsemällä eri koulutuslallalla, joista suurimmat ovat tekniikka, hyvinvointipalvelut, liiketalous ja kulttuuri. TAMKissa opiskelee 10 000 opiskelijaa kolmella eri kampuksella.

Työn tilaajana toimi TAMKin Viestintäpalvelut ja sen toimisto sijaitsee pääkampuksella. Viestintäpalveluissa luodaan muun muassa korkeakoulun graafinen ilme, sosiaalisen median sisältöjä ja huolehditaan sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä markkinoinnista.

2.2 Videon tarpeen kartoitus

Työskentelin syksyllä 2016 Tampereen ammattikorkeakoulun Viestintäpalveluissa videotuottajana. Työnkuvani kattoi kaikki tuotannon vaiheet. Yksi projekteistani oli videokokoelma uusien opiskelijoiden orientaatiopäiville. Aloittaville opiskelijoille pidetään lukuvuoden alussa orientaatiopäivät, joiden aikana heidät perehdytetään TAMKiin ja sen opiskelijapalveluihin sekä yleisiin käytäntöihin. Palautteiden kautta on selvinnyt, että opiskelijat ovat kokeneet orientaatiopäivät jo pitkään hyvin raskaiksi, sillä informaatiota tulee päivien aikana paljon. Videoiden tarkoitus on helpottaa opiskelijoiden tutustumista kouluun, mutta myös kertoa tiedot heille omaksuttavammassa muodossa.

Kevään ja kesän 2016 aikana digitalisaation kehitystiimi Floworks oli tehnyt orientaatiovideoita. Videot oli suunnattu ennen kaikkea ulkomailta tuleville opiskelijoille. Videotarjontaa haluttiin lisätä, ja niiden kohderyhmäksi haluttiin laajentaa sekä Suomesta että ulkomailta tulevat opiskelijat. Floworksissa opiskelijat tekevät projekteja, joiden asiakkaana on TAMK.

Syksyn 2016 videoihin kuuluivat Palvelukadun tarjonta: Helpdesk, Kansainväliset palvelut, Kirjastopalvelut ja Opintopalvelut sekä opiskeluterveydenhuolto. Videoissa esiteltiin jokaisen palvelun toiminta hyvin yleisellä tasolla, ja kerrottiin, missä jokainen toimisto

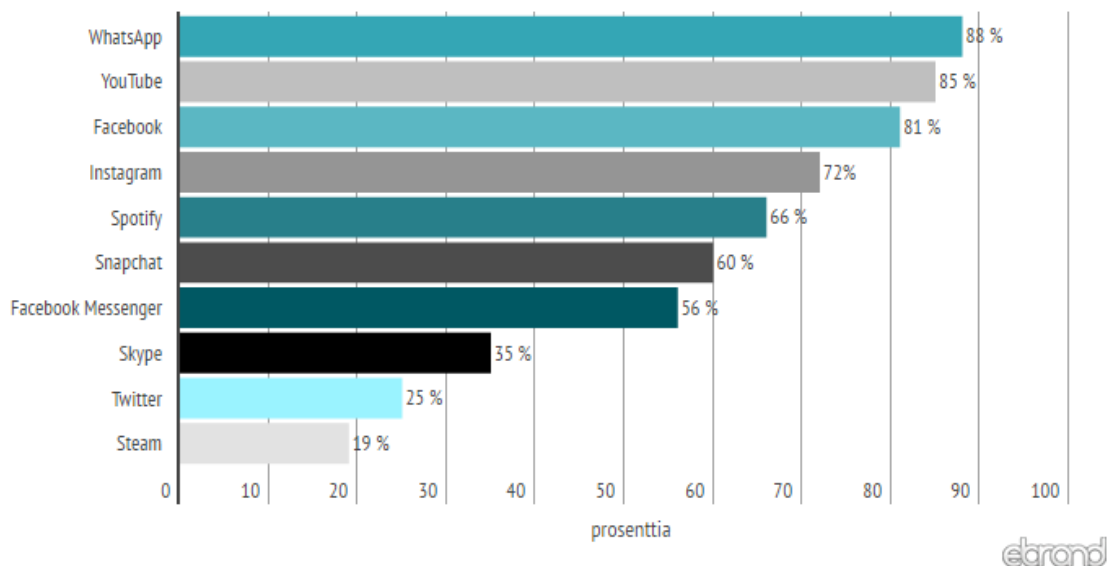
sijaitsee. Flowworksin videot taas kertovat miten kirjastossa toimitaan ja mitä tehdä, kun saavutaan Suomeen.

3 VIDEON KÄYTTÖ

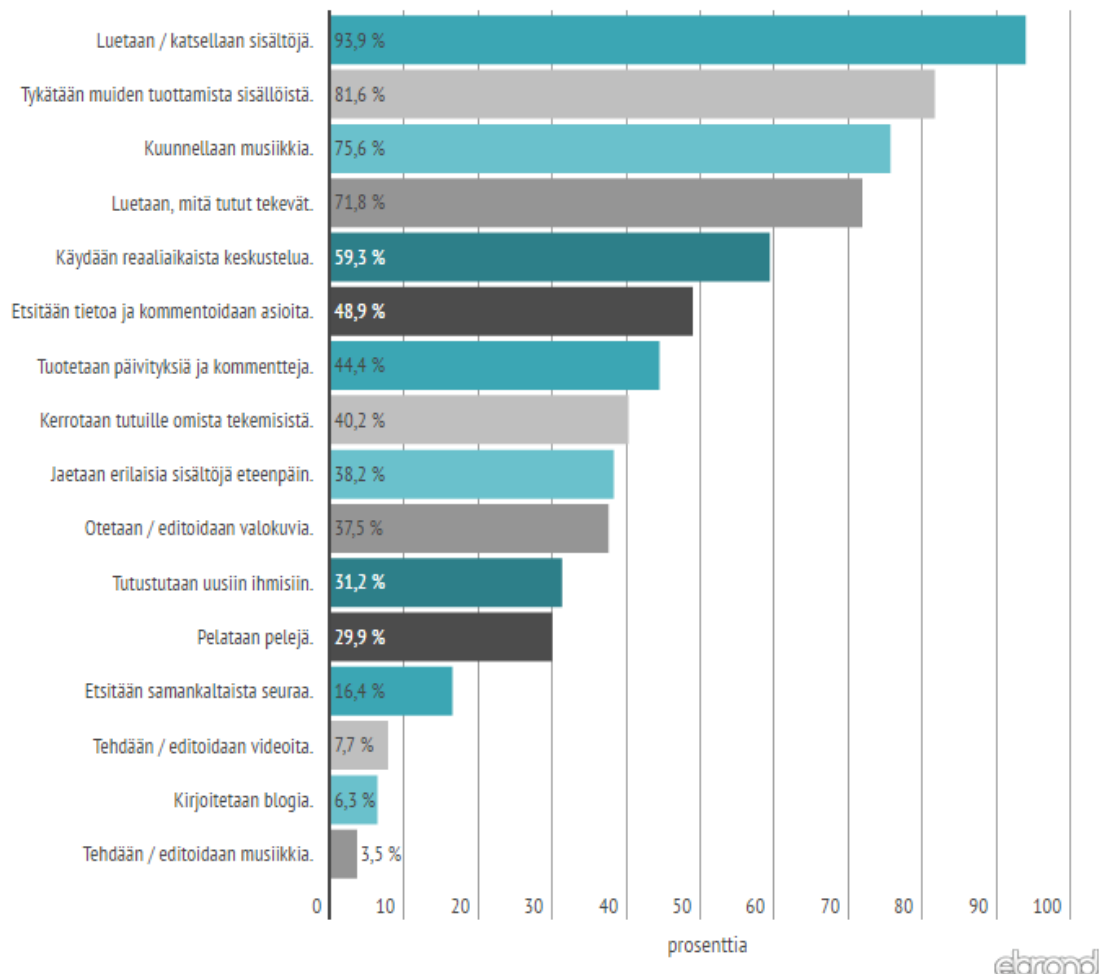
3.1 Videot sosiaalisessa mediassa

Viimeisen kymmenen vuoden aikana digitaalisen median saatavuus on kasvanut räjähdysmäisesti. Kirjallisia lähteitä on käännetty digitaaliseen muotoon, ja uutta digitaalista sisältöä syntyy koko ajan lisää. Varsinkin videoiden osuus on merkityksellinen, sillä videot eri muodoissa ovat levinneet kuluttajien arkeen myös suoratoisto- ja online-videoiden muodossa. (DeCesare 2014, 1.) Videoiden käyttö on yleistynyt myös sekä TAMK:n markkinoinnissa ja esittelyssä, että opiskelijapalveluissa.

YouTube on toiseksi käytetyin sosiaalisen median kanava nuorten keskuudessa (kuva 1). Sitä käytti SoMe ja nuoret 2016 -tutkimuksen mukaan jopa 85% vastaajista, ja videoiden katseluun käytetään paljon aikaa. Eniten sosiaalisessa mediassa kulutetaan aikaa erilaisien sisältöjen lukemiseen mutta myös katsomiseen (kuva 2). (SoMe ja nuoret 2016.) YouTube on kasvattanut osuuttaan myös markkinoinnin ja tavoittavuuden osalta TAMK:ssa. Yhä useampi esimerkiksi mainonnassa käytetty video löytyy TAMK:n Viestintäpalveluiden kanavalta.



Kuva 1 Suosituimmat palvelut nuorten keskuudessa (SoMe ja nuoret 2016)



Kuva 2 Mitä sosiaalisen median palveluissa tehdään (SoMe ja nuoret 2016)

Ei siis ole ihme, että yhä suurempi osa nuorista kokee verkossa tapahtuvan opetuksen mutta myös sosiaalisen median käytön positiivisena ilmiönä. Marko Hautalan (2013, 13) tutkimuksessa kävi ilmi, että sosiaalisen median käyttö koetaan kuuluvan nykypäivään.

3.2 Informatiivisten videoiden käyttö

Yhdysvaltalaisessa tutkimuksessa selvitettiin korkeakoulujen käytäntöjä ja tottumuksia liittyen materiaaleihin, jota he käyttivät muun muassa sekä tutkimuksissa että opetuksessa. Tuloksista kävi ilmi, että tiedonhaussa ja tutkimuksissa ei-kirjallisten lähteiden käyttö oli yleistymässä. Näihin kuuluvat muun muassa videot, elokuvat ja valokuvat. Housewright, Schonfeld ja Wulfson (2013, 15) huomasivat tutkimuksessaan, että jopa 40% humanistisen alan opiskelijoista piti näitä tärkeinä lähteinä omassa tiedonhaussaan.

Tuloksissa kävi myös ilmi, että ei-kirjallisten materiaalien käyttö oli kolmanneksi suosituinta. Tärkeimpänä pidetään yhä kirjoja ja tieteellisiä tekstejä, mutta esimerkiksi humanistisella alalla videoiden käyttö oli kuitenkin suosituinta. Videoiden käytön osuus oli jopa 85%, kun taas kirjojen osuus oli noin 81%. Sosiaalialalla ja tieteen aloilla käytettiin ei-kirjallisia materiaaleja kolmanneksi eniten. (Housewright ym. 2013, 17.) Tutkimuksesta voidaan huomata ei-kirjallisten materiaalien käytön lisääntyminen sekä lähteinä että oppimateriaaleina koulutusalaista riippumatta. Videoiden käyttöön siirtyminen TAMKin orientaatiopäivillä onkin perusteltua, sillä palvelua tehdään sekä nuorille että aikuisille.

Tärkeä huomio videoiden käytössä on se, että ne vapauttavat aikaa kursseilta ja luennoilta. Näin ollen aikaa jää enemmän käytettäväksi esimerkiksi projekteihin ja ryhmätyöskentelyyn. (DeCesare 2014, 6.) TAMKin orientaatiopäivien kohdalla tämä on tärkeä asia. Jos videoiden käyttö yleistyy, voidaan luentoja lyhentää tai jopa vähentää, jolloin aikaa jää opiskelijoiden ryhmäytymiseen ja kampusten esittelyyn. Näin aikaa voitaisiin käyttää uudella tehokkaalla tavalla, ja keventää raskaita päiviä hausalla toiminnallisella puolella.

Esimerkiksi Charles Darwin University käytti videoita tutustuttamaan opiskelijat niin luennoitsijoihin kuin koulun henkilökuntaan, sekä heidän oman yksikkönsä toimintaan ja tavoitteisiin. Samalla opiskelijat oppivat videoiden kautta, kuinka navigoida heille uudella opetussivustolla. Opiskelijat kokivat, että videoiden kautta he oppivat ymmärtämään oman yksikkönsä tavoitteita, mutta myös navigoimaan oppimisalustoilla. (Lambrinidis 2014, 259, 264.) On siis huomattu, että opiskelijoiden tutustuttaminen omaan kouluunsa ja yksikköönsä videoiden avulla on tuloksellista. Videoiden kautta perehdyttäminen orientaatiovaiheessa voi siis tuoda hyviä tuloksia, ja se onkin koko prosessin tavoite.

Visuaalinen tapa kertoa informaatiota toimii myös toisille paremmin. Osa oppii helpommin kuulemalla ja toinen näkemällä. (BBC Active 2010.) Erilaisten tapojen käyttö luennoilla tuo vaihtelua, ja voi lisätä myös motivoituneisuutta (Kay 2012, 6). Itse orientaatiovideot ovatkin hyvä keino piristää orientaatiopäiviä ja opiskelijoiden orientoitumista.

3.3 Orientaatiovideot informatiivisen videon lajityyppinä

Joshua Duncan (2012) kertoo tekstissään, miten itse näkee tuotteiden esittelyvideot. Vaikka kyse on tuotteen esittelystä, määrittely osuu myös orientaatiovideoiden rakenteeseen.

Tuotteiden esittelyvideoissa Duncan pitää tärkeänä tietynlaista rakennetta. Videossa pitää tulla esille heti, miksi joku käyttäisi tuotetta ja kelle se on tarkoitettu. On tärkeää näyttää katsojalle, mitä ominaisuuksia tuotteella on. Sen sijaan, että videolla näyttäisi kaikki tuotteesta, on tehokkaampaa näyttää vain muutama esimerkki. Lopussa on tärkeä saada katsoja haluamaan lisätietoja tuotteesta ja mahdollisesti käyttämään sitä. Tällaisissa videoissa on Duncanin mukaan olennaista se, ettei anna ympärille kirjoitetun tarinan viedä, vaan pitäytyy koko ajan tuotteessa ja sen mahdollisuuksissa. (Duncan 2012.) Vaikka kyse on tuotteen esittelystä, on orientaatiovideoiden rakenteessa huomattavan paljon yhtäläisyyksiä. Orientaatiovideoiden päätarkoitus on esitellä opiskelijoille suunnattua palvelua, jolloin videoiden rakenne on erilainen verrattuna tavalliseen opetusvideoon. Orientaatiovideoiden päätarkoitus oli esitellä palvelua ja sitä, missä tilanteissa opiskelija saa kustakin palvelusta apua. Tarkoitus oli näyttää esimerkkitapauksia palvelun käytöstä, eikä kertoa niinkään tarinaa.

Puhuttaessa puhtaasti opetusvideoista, niiden voidaan määritellä sisältävän syvällisesti perehdyttävää teoriaa ja tehtävän. Kasvatustieteiden maisterin Elisabet Kokkosen mukaan (Harjuhahto 2015) opetusvideoiden raja on usein epäselvä. Alun perin muuhun käyttöön tarkoitettu video voi ollakin toisessa tilanteessa oivallinen opetusvideo. Näin ollen se, onko video opetusvideo, riippuukin täysin opettajasta tai luennoitsijasta. (Harjuhahto 2015, 19.) Näin ollen orientaatiovideoiden genre ei lähentele opetusvideoita, vaan enemmän Duncanin määrittelemää tuotteen esittelyvideota. Tässä tapauksessa siis palvelun esittelyvideota.

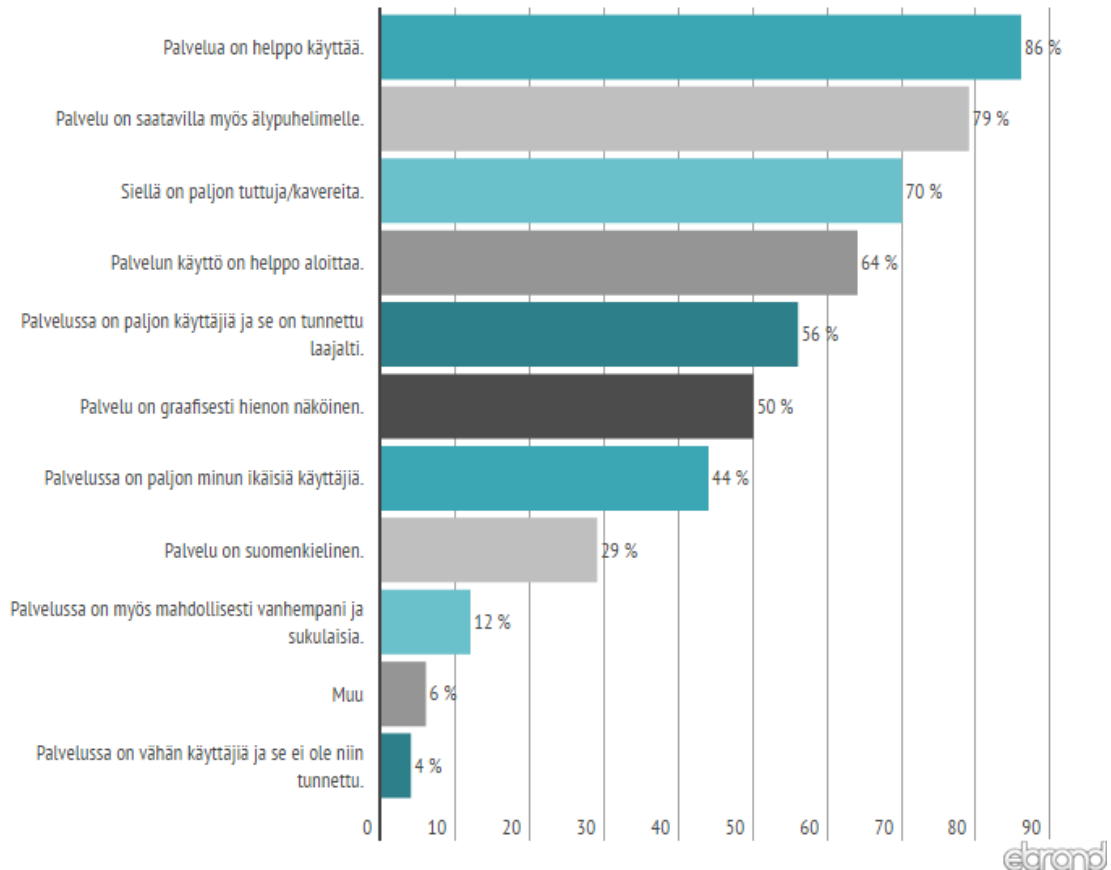
4 INFORMATIIVISTEN VIDEOIDEN HAASTEET JA MAHDOLLISUUDET

4.1 Videomateriaalin löytäminen

Haastavaa internetissä sijaitsevien videoiden käytössä on se, että internet on muuttuva alusta. Verkkosivut, linkit ja sijainnit voivat muuttua, minkä vuoksi videoiden löytäminen voi toisinaan olla haastavaa. (DeCesare 2014, 8.) Tärkeää siis on, että videot löytyvät helposti, mitä helpottaa niiden pysyvä sijainti internetissä. Riskinä orientaatiovideoiden kohdalla on se, että mahdollisesti TAMKin sivujen muuttuessa ja sijaintien vaihtuessa, opiskelijat eivät enää löydä videoita.

Jos videoiden sijainnista ja käytettävyydestä haluaa olla täysin varma, niitä on myös mahdollista ladata omalle koneelle. Lataamisessa tulee aina kuitenkin huomioida muun muassa tekijänoikeudet ja videoiden käyttöoikeudet. (DeCesare 2014, 8.) Orientaatiovideossa tuskin tapahtuu tilannetta, jossa opiskelija haluaisi ladata videot omalle tietokoneelleen. Kuitenkin tulevaisuudessa on kannattaa ottaa huomioon, onko videoiden ladattavuudelle esteitä.

SoMe ja Nuoret 2016 -kyselyssä selvitettiin, mikä nuorten mielestä tekee sosiaalisen median palvelusta hyvän (kuva 3). Tuloksista kävi ilmi, että nuorten suurin toive on palvelun helppokäyttöisyys mutta myös sen mobiilisoveltuvuus. (SoMe ja nuoret 2016.) Vaikka kysely ei suoranaisesti viittaa videoihin tai niiden käyttöön, voidaan vastausta kuitenkin soveltaa tässäkin tapauksessa. On tärkeää tietää, mitä nuoret arvostavat ja toivovat varsinkin, kun olemme myös TAMKissa tuottamassa ja kehittämässä videoita heidän käyttöönsä. Osaltaan myös se on palvelun tuottamista. Esimerkiksi videoiden löydettävyyden kannalta nämä asiat ovat tärkeitä. Jos tärkeintä nuorille on palvelun helppous ja mobiilisoveltuvuus, pitää myös videoiden täyttää nämä kriteerit, jotta opiskelijat eivät koe videoiden katsomista vaikeaksi. Videoiden käyttöprosentti pienenee välittömästi, jos niitä on vaikea löytää.



Kuva 3 Mikä tekee somepalvelusta hyvän (SoMe ja nuoret 2016)

4.2 Opiskelijoiden sitouttaminen videoiden katseluun

Videoiden teossa on huomioitava se, miten opiskelijat saadaan katsomaan videot. Ilman videoiden oikeaa ja hyödyllistä käyttöä niiden potentiaali jää käyttämättä. On siis mietittävä, miten opiskelijat saataisiin sitoutettua videoiden katseluun. (Brame 2015.)

4.2.1 Videot osaksi kokonaisuutta

Palvelua muotoiltaessa ja kehittäessä keskiössä on käyttäjäkeskeisyys. Tärkeää on kehittää palvelua kaikilla osa-alueilla. Tavoitteena on tuottaa käyttäjille mahdollisimman helpokäyttöinen kokonaisuus, jota samalla halutaan käyttää ja se koetaan hyödylliseksi. (Ojasalo ym. 2014, 71-72.) Palvelua kehittäessä on siis tärkeä miettiä kokonaisuutta ja

sitä, miten videot liitetään siihen. Videoiden käytön pitäisi siis olla suunniteltua ja harkittua. Olisikin tärkeä huomioida se, miten orientaatiovideoita käyttää ja mihin kokonaisuuteen ne oikeasti liitetään.

Zubair ja Laibinis (Vanderbilt University 2015) kehittivät videoita vaikeiden laskukäytöjen opetuksiksi. Koska videot olivat osa kurssia ja vaikuttivat samalla arvosanaan, opiskelijoiden motivaatio katsoa videoita kasvoi ja he oppivat helpommin. (Vanderbilt University 2015.) Jos videot ovat vain irrallinen osa, jota tarjotaan opiskelijoille ilman liittämättä suurempaan kokonaisuuteen, opiskelijat eivät välttämättä koe niitä hyödyllisiksi tai tärkeiksi katsoa. On mahdollista, että uusien opiskelijoiden motivaatio ja halu katsoa videoita kasvaa, kun ne liitetään oikein orientoitumiseen ja niitä käytetään oikein.

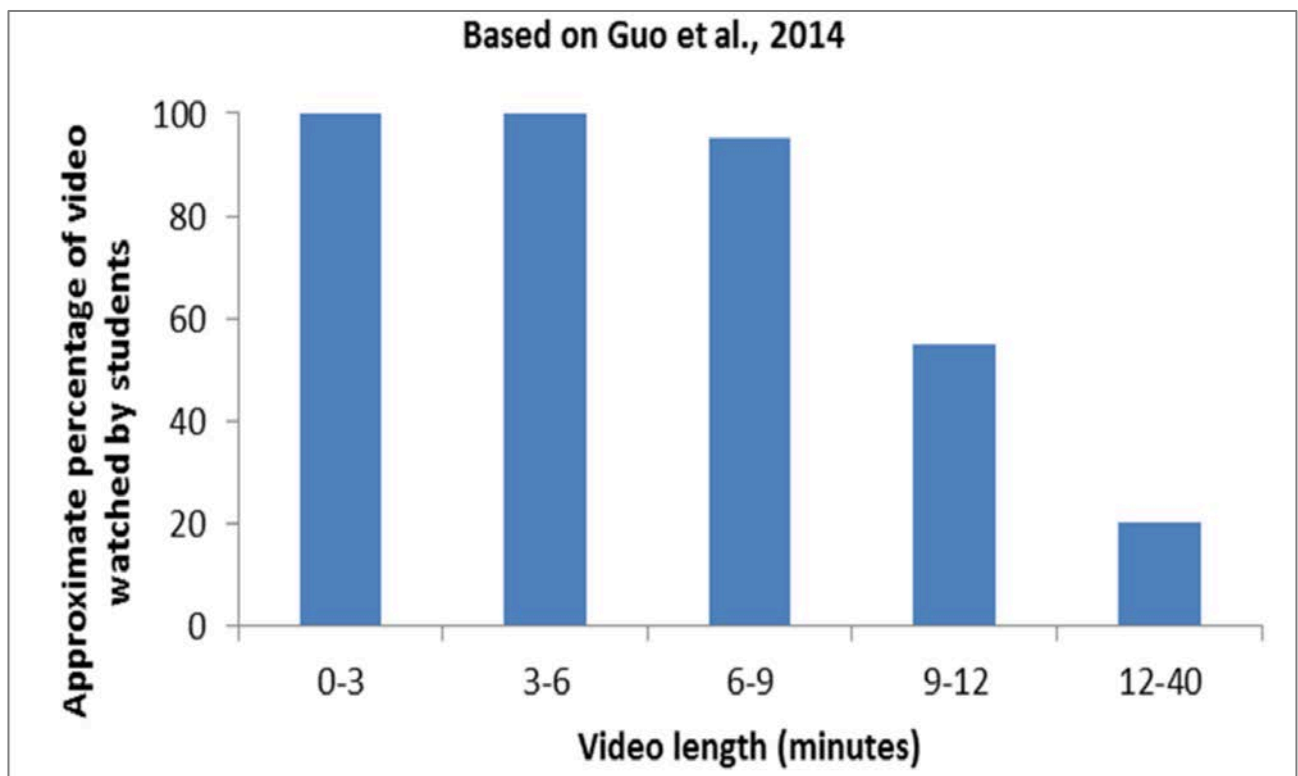
Vaikka videoita voidaan käyttää monella eri tapaa kuten opetukseen, orientoimiseen, asioiden havainnollistamiseen ja motivointiin, videoiden on kuitenkin aina liityttävä kokonaisuuteen, myös itseopiskeluvideoiden. Voisi siis ajatella, että oikealla lajityypillä ja kokonaisuudella on hyödyllisyyden kannalta oleellinen merkitys. Video itsessään voi toki olla hyvä, mutta väärään kokonaisuuteen liitettynä sen sisältö voi mennä opiskelijoilta ohi. Yleisesti ottaen hyvän esittelyvideon määritelmä voi riippua kokonaisuudesta ja siitä, miten sitä käytetään.

4.2.2 Videoiden katselutilanne

Opetusvideoiden lajityyppejä on monia. Kaksi näistä lajityypeistä ovat tutoriaalit ja luennot. Luentotyypiset videot voivat yleensä olla sisällöltään teoreettisia ja käsitteellisiä, toisin kuin tutoriaalit opastavat, miten tehdä. Näiden kahden videotyyppin kesken on eroja, kun puhutaan videoiden katsomisesta. Guo, Kim ja Rubin (2014) huomasivat tutkimuksessaan, että opiskelijat katsoivat tutoriaaleja noin kaksi kolme minuuttia riippumatta videoiden pituudesta. Katselun kestosta huolimatta opiskelijat palasivat tutoriaaleihin useammin. Tuloksista pääteltiin, että opiskelijoiden oli helpompi hypätä tutoriaalien yli, kun taas luentotyypisissä videoissa he olettivat informaation olevan kokoaikaista. Siitä syystä opiskelijat eivät voineet kelata videoita, vaan heidän oli katsottava ne huolellisemmin ensimmäisellä kerralla. (Guo ym. 2014, 8.) Tulos pitäisi ottaa huomioon myös orientoivien päivien videoiden kehityksessä. Tyylien erilaisen käytön vuoksi on mietittävä vi-

deoiden käyttötarkoitukset. On siis tärkeä miettiä, kumpi on parempi: videoiden katsominen ensimmäisellä kerralla vai niiden lyhyet mutta monet katselukerrat. Kuitenkin orientaatiovideoiden ehdoton etu tässä kohtaa on niiden lyhyet kestot.

Guon, Kimin ja Rubinin tekemän tutkimuksen mukaan tärkeänä osana videoiden katsomista on niiden pituus. Mitä lyhyempi video on, sitä pidemmälle videota jaksetaan katsoa (kuva 4). On huomattu, että yli yhdeksän minuuttia kestäviä videoita jaksetaan harvoin katsoa edes puoleen väliin. Videoita, joiden pituus oli 0-3 minuuttia, katsotaan kaikista pisimmälle. (Guo ym. 2014, 4-5.) Lyhyt pituus siis antaa paremmat mahdollisuudet sille, että ne katsotaan mahdollisimman pitkälle, jopa peräti loppuun asti. Lyhyet videot, jotka ovat kestoltaan alle kuusi minuuttia, voivat myös pituutensa vuoksi olla tiiviimpiä ja paremmin suunniteltuja. Tämä voi auttaa opiskelijaa sitoutumaan katsomiseen jopa loppuun saakka.



Kuva 4 Videoiden katsomisaika (pystysuora) verrattuna videon pituuteen minuuteissa (vaakasuora) (Brame 2015, Guo ym. 2014 mukaan)

Edellisestä voi päätellä, että pituus on tärkeä asia, sillä nykypäivänä runsaan tarjonnan takia katsojat helposti ohittavat pitkät videot. Voi myös olla, että katsojat kokevat saavansa tiedon nopeammin esimerkiksi etsimällä sitä internetistä kuin katsomalla 10 minuuttia kestävän videon. Uhkana on myös se, että pitkät videot ovat helppoja katsoa läpi hyppien epäolennaisten asioiden yli. Näin ollen paljon olennaista tietoa voi jäädä pois, eikä kokonaiskuva asiasta välttämättä muodostu kunnolla. Pahimmassa tapauksessa katsoja lopettaa videon katsomisen, ja videon teossa ollaan epäonnistuttu. Juuri näiden takia orientaatiovideoiden maksimipituus oli noin minuutti. Hyvä puoli pituuden määrittelyssä on se, että se myös rajaa käsikirjoitusta. Lyhyisiin videoihin käsikirjoituksia pitää tiivistää ja niiden pitää olla ytimekkäitä.

5 PROJEKTIN KUVAUS

Syksyn 2016 orientaatiovideot sisälsivät yhteensä viisi eri videota suomeksi ja englanniksi. TAMKIn sisäisistä palveluista mukana olivat Helpdesk, Kansainväliset palvelut, Kirjastopalvelut ja Opintopalvelut. Palvelukadun lisäksi mukana oli opiskeluterveydenhuolto. Videot on tarkoitettu uusille opiskelijoille etäkäyttöä varten.

5.1 Kohderyhmä

Videoiden ensisijainen kohderyhmä on uudet aloittavat opiskelijat. Uusilla videoilla halutaan tavoittaa sekä suomen- että englanninkieliset opiskelijat. Jo ennen kouluun saapumista opiskelijat voivat tutustua itsenäisesti kouluun ja sen käytäntöihin videoiden kautta. Videot toimivat oppaana myös vanhoille opiskelijoille, jotka eivät esimerkiksi opiskele pääkampuksella, tai eivät ole osallistuneet orientaatioilaisuuksiin. Näin he saavat tiedon pääkampuksen palveluista myös omatoimisesti jälkikäteen.

5.2 Videoiden esituotanto

Videoiden käsikirjoitusprosessit voidaan jakaa kahteen osaan. Palvelukadun videoita työstettiin samaan aikaan samalla kaavalla, toisin kuin opiskeluterveydenhuollon käsikirjoitusta, joka tuli Flowworksin puolelta melkein valmiina.

Palvelukadun videoissa suunnitelmana oli saada jokaisesta Palvelukadun palvelupisteestä vähintään yksi työntekijä mukaan kehittämään käsikirjoitusta. Aikarajoitus videoille oli noin yksi minuutti, kirjastolle noin kaksi. Halusimme kehittää käsikirjoitukset yhteistyössä Palvelukadun edustajien kanssa, sillä näin saimme takuun, että käyttämämme informaatio oli ajankohtaista ja oikeaa. Emme halunneet lähteä liikkeelle käsikirjoituksesta, sillä se ei ollut kaikille Palvelukadun työntekijöille formaattina tuttu. Koska videoiden tarkoitus oli tiedonvälitys, lähdimme liikkeelle siitä, missä tilanteissa opiskelijat kääntyvät kunkin palvelun puoleen. Pyysimme heitä listaamaan palvelunsa tärkeimmät kohdat, joiden avulla rakensimme videoihin pääviestit. Esimerkiksi kirjaston pääviesti oli esitellä tiloja ja Opintopalvelut halusivat painottaa avun saamista palveluaikojen ulkopuolella.

Käsikirjoitusvaiheessa tiimi koostui jokaisen palvelun yhdestä edustajasta ja kollegastani Viestintäpalveluiden yhteisömanagerista. Tapasimme tiimin kanssa tietyin väliajoin, jolloin tuotannon vaiheet kartoitettiin ja videoiden sisältöjä hiottiin. Ennen tapaamisia luimme kollegani kanssa uusimmat käsikirjoitusversiot, ja kehitimme niitä tarpeen tullen eteenpäin. Pyysimme palveluiden edustajilta mahdollisimman paljon mielipiteitä ja ideoita kirjoitusvaiheessa. Ohjasimme kollegani kanssa koko kirjoitusvaiheen ajan käsikirjoitusten muodostumista, ja toimimme pääkäsikirjoittajina.

Kun pääviestit kustakin palvelusta olivat selkeät, tarkoitus oli alkaa luoda käsikirjoitusta niiden ympärille. Tätä varten pyysimme muutamia esimerkkitapauksia, joissa opiskelija oikeasti hakeutuisi palveluun. Haasteeksi ilmeni tarinan kirjoittaminen faktojen perusteella. Käytimme esimerkkitapauksia, ja sovelsimme kaikkea tietämäämme. Tämän jälkeen keskityimme voice-overeihin, eli kerronnallisiin ääniraitoihin. Voice-overien kirjoittaminen rakentui kokonaan käsikirjoituksien ja ja pääviestien ympärille.

Opiskeluterveydenhuollon käsikirjoituksen sain suoraan Flowworksin opiskelijoilta, ja se oli täysin valmis. Se kuitenkin tarvitsi vielä paljon tiivistystä ja muokkausta. Koska käsikirjoituksessa olleet osoitteet ja yhteystiedot olivat väärin, lähetin muokatun version Tampereen opiskeluterveydenhuollon terveydenhoitajalle. Hän tarkasti tiedot ja esitti parannusehdotuksia. Käsikirjoitus eteni vuorotellen minun ja terveydenhoitajan välillä, kunnes kaikki faktat olivat kunnossa, ja molemmat osapuolet olivat lopputulokseen tyytyväisiä.

5.3 Kuvaukset

Kuvaukset alkoivat opiskeluterveydenhuollosta loppusyksystä. Flowworksin opiskelija-tiimi oli löytänyt jo näyttelijän videolle, joten aikaa säästyti näyttelijän etsimisessä. Kuvauspaikkoina olivat näyttelijän koti ja Tampereen opiskeluterveydenhuollon Tullintorin toimipiste. Kuvaukset sujuivat hyvän suunnittelun ansiosta nopeasti noin kolmessa tunnissa. Yhteistyö opiskeluterveydenhuollon ja näyttelijän kanssa sujui moitteettomasti.

Palvelukadun videoiden tavoite oli saada kuvaukset käyntiin mahdollisimman nopeasti, sillä ne olivat aikataulullisesti pahasti jäljessä opiskeluterveydenhuollon tuotannosta. Vi-

deosarjan kuvaukset olivat kuitenkin haastavampia kuin oli odotettu. Olisin mieluusti otanut kaikkiin videoihin saman näyttelijän, mutta se ei ollut mahdollista. Näyttelijä valikoitui lopulta ystäväieni joukosta, ja valinta osoittautui oikeaksi. Onnistuimme aikataulutamaan kuvaukset näyttelijän menojen mukaan niin, että hän onnistui pääsemään kaikkiin Palvelukadun videoihin.

Koska aikataulu Palvelukadun videoiden kuvauksissa oli todella tiukka, halusimme saada toteutettua kuvaustilanteet mahdollisimman tehokkaasti ja aikaa säästäen. Kollegani avustuksella saimme kuvattua melkein jokaisen kohtauksen kahdella kameralla samaan aikaan. Näin saimme otettua kaikki kuvakulmat ja otot nopeammin, eikä kameraa tarvinnut asetella joka kuvaa varten uudelleen. Lisäksi saimme varmistettua, että kuvakoot ja -kulmat vaihtelivat tarpeeksi, jotta ne leikkaantuivat keskenään. Kamerat katsottiin aina ennen seuraavaa otosta valmiiksi kuvaamaan, ja ne oli helppo vain laittaa käyntiin. Samalla tavalla toimittiin tilanteissa, joissa toinen kuvaaja joutui näyttämään samaan aikaan. Otot tarkastettiin ja käytiin läpi joka kerta. Kuvaussuunnitelmat tein jokaisiin kuvauksiin itse.

5.4 Palvelukadun 360-kuvaukset

Videoita varten Palvelukatu kuvattiin 360 kameralla, joka mahdollisti käytävällä kulun virtuaalisesti. Videot oli tarkoitus upottaa aina oikean toimiston kohdalle, jolloin käytävällä kulkiessa pystyisi katsomaan videon palveluiden oikeiden sijaintien kohdalla. Koska 360-kuvaus kulki hieman omaa aikatauluaan, yksittäisten videoiden upotus siihen jäi jossain kohtaa tuotantoa kokonaan pois.

Palvelukadusta otettiin 360-video, josta muodostettiin virtuaalinen tila. Päädyimme kuvaamaan sekä Palvelukadun että kirjaston tilat. Näin opiskelijat voisivat kulkea käytävällä jo ennen kouluun tuloa ja tutustua palveluihin ja oikeisiin sijainteihin. Kirjaston kuvaukset tehtiin kirjaston videon rinnalle, missä tarkoituksena oli esitellä tiloja.

Videot tilattiin yksityiseltä yritykseltä, joka kuvasi käytävät ja kirjaston omien aikataulujen mukaan.

5.5 Leikkaus ja äänisuunnittelu

Jälkituotannossa käsikirjoitusten ja kuvaussuunnitelmien selkeys ja tarkkuus olivat todellinen etu. Ne säästivät huomattavasti aikaa siinä, että olisi pitänyt mieltä leikkauspöydällä tarina uudelleen. Pääsin heti materiaaliin käsiksi, ja sain pian hahmoteltua videoihin raakaleikkauksen.

Osa voice-overeista oli vielä kirjoitusvaiheessa kuvausten päätyttyä, joten äänitys ei ollut vielä leikkauksen alettua mahdollista. Se vaikutti paljon siihen, ettei videoita voinut leikata heti kerralla valmiiksi, sillä oikean rytmin löytäminen mahdollistuu vasta ääniraidan kanssa. Voice-overien kirjoituksen ohella yritimme löytää sopivaa ääninäyttelijää. Tehtävä osoittautui haasteelliseksi, sillä puheet oli tarkoitus äänittää sekä suomeksi että englanniksi. Yhdenmukaisuuden takia olisi ollut hyvä löytää sama ääninäyttelijä puhumaan ääniraidat molemmilla kielillä. Kuitenkin projektin aikataulun puitteissa ja nopealla varoitusaajalla ketään tällaista henkilöä ei löytynyt. Aikataulujen takia syntyi päätös siitä, että valitsemme kaksi eri henkilöä. Kriteerinä ääninäyttelijöille oli, että heidän tuli olla joko natiiveja puhujia tai vähintään mahdollisimman selkeitä ja aksenteiltaan neutraaleja. Lopulta löysimme kaksi sopivaa mieshenkilöä.

Ääniraidat nauhoitettiin erikseen TAMKin Mediapoliksen studiossa. Äänittäjinä ja spiikkaajina toimivat osa äänisuunnittelun opiskelijoista. He valikoituivat tehtävään äänisuunnittelun kurssitovereistani.

Nahoitusten jälkeen leikkaus oli vain oikean rytmin etsimistä. Puheen rytmityksen avulla rytmit löytyivät pian. Pyrin pitämään aina suomen- ja englanninkielisen videon samanaikaisena, sillä halusin, että videoiden pituudet sekä kuvien kestot ovat yhtä pitkiä. Koska puheen rytmit olivat eri kielisissä versioissa erilaiset, englanninkielisissä videoissa on hieman enemmän taukoja puheessa.

5.6 Julkaisu

Videoiden sijainti on TAMK Viestintäpalveluiden YouTube-kanava. *Orientaatiovideot / Orientation videos* –soittolista pitää sisällään kaikki viisi Palvelukatu-videota englanniksi, että suomeksi. Näiden lisäksi soittolistassa on kaksi Flowworksin videota: *Arrived*,

now what ja *How to use the library*, sekä ulkopuolelta tilattu TAMK:n yleisesittelyvideo *Welcome to Tampere University of Applied Sciences*.

YouTube-linkki TAMK Viestintäpalveluiden Orientaatiovideot-soittolistaan:
https://youtu.be/Ya84fr7SLjc?list=PLGFLtaJji2U_GL7HOhgPfJZ6mbrXSWmdF

Opiskelijoille on tehty koulun nettisivuille *Uusille tutkinto-opiskelijoille* –sivu, johon on kerätty kaikki tärkeä tieto uusien opiskelijoiden varten. Sivun on sekä suomeksi että englanniksi. Orientaatiovideot ovat kohdassa ”Orientoidu opintoihin”. Sieltä linkki johtaa opinto-oppaaseen johon YouTubessa olevat videot on linkitetty. Englanninkieliseltä sivulta videot löytyvät kohdasta ”Get familiar with TAMK and oriented to campus services”.

Opinto-oppaassa on seitsemän videota, joista osa on eri videoita, mitä YouTuben soittolistassa. Palvelukatu-videoiden lisäksi opinto-oppaassa on opastusvideo Tenttiteraarion käytöstä ja Unipoli Sportin tekemä pieni esittelyvideo TAMK:n uusista liikuntatiloista. Näitä kahta videota ei ole mainittu missään muussa kanavassa, tai YouTuben soittolistassa, ja lisäksi Tenttiteraarion-video on vain suomeksi. Opinto-oppaan listasta taas puuttuu YouTubesta löytyvät *Arrived*, *now what*, *How to use the library* ja *Welcome to Tampere University of Applied Sciences*.

5.7 Haasteet ja onnistumiset

Tuotannon suurin haaste oli aikataulutus. Videoiden valmistumisajankohta oli selkeä, mutta varsinaista tuotantoaikataulua ei ollut olemassa. Monen videon tuottaminen ja tekeminen ensimmäistä kertaa kuitenkin vie enemmän aikaa, eikä sitä oltu huomioitu aikataulutuksessa.

Yllättävän haasteelliseksi osuudeksi paljastui käsikirjoitus. Viiden eri tarinan suunnittelu ja pohtiminen samaan aikaan vei paljon aikaa. Varsinkin käsikirjoitusten hyväksyttämisen Palvelukadun yksiköissä ja niiden kiertäminen palveluiden sisällä vei aikaa ja muodosti erilaisia mielipiteitä. Jokaisen oma näkemys videoiden tarinoihin ja käsikirjoituksiin vei välillä videoita kauemmas siitä, millaisia niiden alussa kuului olla.

Aikataulutuksen takia oli haastavaa käynnistää tällainen massatuotanto pienellä tuotantoryhmällä ja kalustolla. Vaikka kyseessä oli videosarja, se kuitenkin tarkoittaa viittä eri videota ja jokaiselle pitää olla oma aikansa. Projektissa huomasin, että kireän aikataulun myötä työryhmää ja kalustoa piti suurentaa. Kireä aikataulu oli suoraan yhteydessä resursseihin: mitä vähemmän aikaa oli, sitä tehokkaammin töitä piti tehdä, mikä tarkoitti suurempaa työryhmää ja parempaa kalustoa.

Videoiden lopputulokset kuitenkin olivat kaiken kiireen jälkeen onnistuneita. Ne olivat juuri sellaisia, mitä ajattelimme ja kaikki tahot tuntuivat olevan niihin tyytyväisiä. Loppujen lopuksi tärkeintä on, että videoiden ja orientoivienpäivien muutostarpeisiin saatiin vastattua.

Suurin projektiin vaikuttava onnistuminen oli hyvä tiimityöskentely ja ryhmähenki. Nämä vaikuttivat suuresti projektin etenemiseen ja muun muassa kuvauksiin. Koska työryhmä ja näyttelijä olivat tuttuja, olivat kuvaukset paljon rennompia ja ne olivat helpommin ohjattavissa.

6 KYSELY VIDEON KÄYTTÄJILLE

6.1 Kohderyhmä

Tutkimuksen perusjoukko oli tammikuussa 2017 aloittaneet TAMKin uudet opiskelijat, joita oli yhteensä 251. Kyselyn otos oli tammikuussa 2017 aloittaneet päivä- ja monimuotototeutuksen opiskelijat. Otosryhmä rajattiin tarkkaan, sillä se sopi parhaiten kohderyhmäksi ja oli helpoin tavoittaa. Olisi ollut kiinnostavaa tavoittaa kyselyyn myös ne, jotka aloittivat opintonsa tauon jälkeen tai eivät muuten osallistuneet orientaatiopäiviin. Heidän tavoitettavuutensa oli kuitenkin hankalaa.

Kysely jaettiin sähköpostilla. Opinto-ohjaajille lähetettiin yhteissähköposti, joka sisälsi saatekirjeen ja linkin kyselyyn (Liite 2). Heitä pyydettiin lähettämään sähköposti eteenpäin, jos heidän alallaan oli tammikuussa aloittaneita. Saatekirje ja linkki lähetettiin myös opiskelijoiden vertaistuuoreille, jotka lähettivät kyselyä omille opiskelijaryhmilleen. Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijakunnan Tamkon tuutorvastaava lähetti saman sähköpostin opiskelijoiden vertaistuuoreille. Vertaistuuorit veivät kyselyä eteenpäin omalle opiskelijaryhmälleen. Kolmen viikon aikana opinto-ohjaajat ja vertaistuuorit muistuttelivat opiskelijoita vastaamaan kyselyyn.

Saatekirjeessä kerrottiin, mitä varten kysely tehtiin ja mihin se liittyi. Kysely toteutettiin maaliskuun alussa 2017 ja vastausaikaa opiskelijoilla oli 20 päivää.

6.2 Lomakekysely

Sähköisten kyselyiden erityisiä vahvuuksia ovat muun muassa helppous sekä tekijälle että vastaajalle, mutta myös niiden kustannustehokkuus. Kyselyiden reaaliajassa tapahtuva tulosten tarkastelu mahdollistaa nopean analysoinnin ja tilanteisiin reagoinnin. Tutkijat pystyvät reagoimaan suoraan tilanteissa. Tällaiset kyselyt ovatkin sopivia, kun tutkitaan ihmisten käyttäytymistä digitaalisessa maailmassa. (Ojasalo ym. 2014, 128-129.) Sähköinen kysely oli heti alusta alkaen selvä valinta orientaatiovideoiden kyselyn muodoksi. Koska kohteena ovat nuoret, heille täytyy tarjota alusta, joka on heille tuttu ja mitä he voivat helposti käyttää. Kysely luotiin sivustolla kyselynetti.com (Liite 1). Sivusto valittiin sen helpon käytettävyyden ja analysointiominaisuuksien takia. Suurin vaikuttaja oli myös kyselyn mobiilisoveltuvuus.

Sähköisen tiedonkeruun hyvien puolien takia tällaisten kyselyiden osuus onkin kasvanut pienessä ajassa. Haittapuolena ja suurena haasteena tässä on se, että kuluttajat ovat alkaneet kyllästyä ja täten ohittaa kyselyt. (Ojasalo ym. 2014, 129.)

Vertaillen haastattelua kyselyyn, kyselyn ehdoton etu on se, että se esitetään jokaiselle vastaajalle samanlaisena. Tutkija itse ei pääse vaikuttamaan vastaustilanteeseen esimerkiksi eleillään tai äänensävyillään. Näin voidaan varmistua, että jokaiselta on kysytty samat asiat, samalla tavalla. (Valli 2015, 27.) Sähköisen kyselyn ansiosta kysymyksiä voidaan kuitenkin muokata sitä mukaa, mitä vastaajat ovat vastanneet (Ojasalo ym. 2014, 129). Kyselyn muokkautuvuuden kautta siitä saadaankin enemmän käyttäjäystävällinen.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää videoiden tavoitavuutta, käyttöä ja löydettävyyttä TAMKin kanavista. Kysely tehtiin englanniksi ja suomeksi, ja se alkoi kielen valinnalla. Se sisälsi kaiken kaikkiaan yksitoista kohtaa, joista pakollisia kysymyksiä oli kymmenen, ja yksi oli vapaa kommenttikenttä. Lisäksi kyselyn yhteydessä oli teksti, jossa kerrottiin mitä orientaatiovideot olivat ja mihin niitä käytettiin, sekä mitä varten kysely tehtiin.

6.2.1 Kyselyn kulku

Halusin saada kaikkiin kymmeneen pääkysymykseen vastaukset, joten ne merkittiin pakollisiksi. Tämä tarkoitti sitä, että kyselyn kulkua piti hallita vastausten perusteella. Kysymykset riippuivat vastauksista, sillä en halunnut, että opiskelijat, jotka eivät olleet katsoneet videoita, joutuisivat vastaamaan joka kysymykseen ”en ole katsonut videoita”. Tämä mahdollisti sen, että opiskelijoiden, jotka eivät olleet katsoneet videoita, ei tarvinnut vastata heille epäolennaisiin kysymyksiin, kuten ”mitä videoita olet katsonut”.

Jos opiskelija ei ollut nähnyt videoita, seuraava kysymys oli, onko hän kuullut videoista. Jos hän ei ollut kuullut videoista, häneltä kysyttiin, löytääkö hän silti videot TAMKin intranetistä tai opinto-oppaasta, sekä vapaita kommentteja. Jos opiskelija oli kuullut videoista, edellisten kysymysten lisäksi häneltä kysyttiin, mistä hän oli kuullut videoista.

Opiskelijat, jotka olivat katsoneet videot, vastasivat ensimmäisen kysymyksen lisäksi yhteensä kahdeksaan pakolliseen kysymykseen. Näiden kysymysten lisäksi he saivat kom-

mentoida videoita vapaasti avoimeen vastauskenttään. Kysymysten kulkua ei enää muokattu vastausten perusteella, vaan opiskelijat vastasivat ensimmäisen kysymyksen lisäksi kysymyksiin 3-11 (Liite 1).

Kaikille yhteiset kysymykset olivat kysymys nro 1: ”oletko nähnyt orientaatiovideoita”, ja kysymys nro 8: ”löydätkö videot TAMK:n intrasta / opinto-oppaasta” sekä vapaa kommenttikenttä. Kysymykset olivat monivalintaisia, ja ainoastaan kohtiin, joiden vastausvaihtoehdot olivat joko ”kyllä” tai ”ei” oli mahdollista valita yksi vastausvaihtoehto.

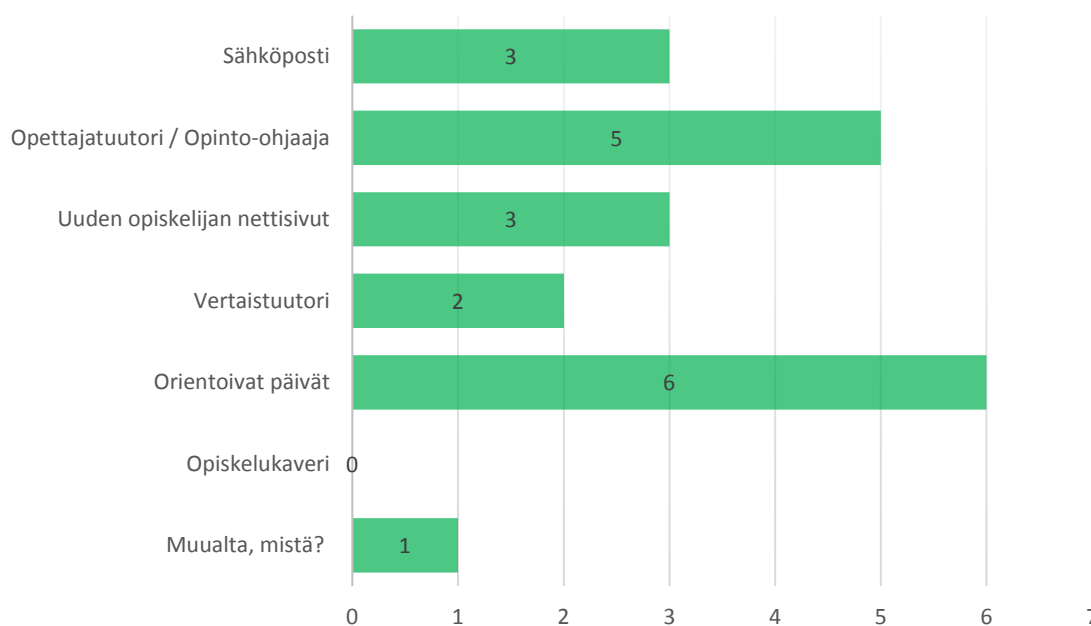
6.3 Tulosten tarkastelu

Kyselyyn vastasi yhteensä 42 opiskelijaa, joista kyselyn päätti 40. Yksi keskeyttäneistä ei ollut nähnyt videoita, ja toinen keskeyttänyt oli. Kumpikaan ei ollut vienyt kyselyä pidemmälle, joten tarkastelen vain kyselyn päättäneiden vastauksia. Kaikki olivat tehneet kyselyn suomeksi.

Analysoin tulokset ensin kahdessa ryhmässä sen mukaan, ketkä olivat nähneet videot ja ketkä eivät.

6.3.1 Opiskelijat jotka olivat nähneet videot

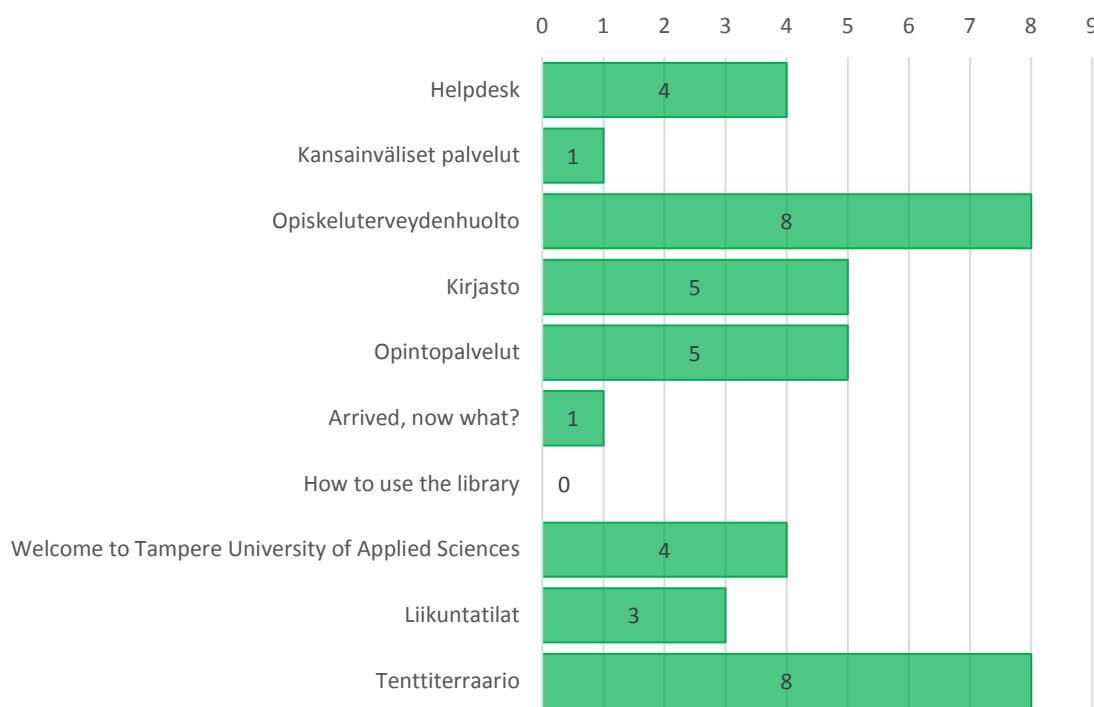
Vastaajista 13 oli nähnyt orientaatiovideot ja 27 ei. Parhaiten videoista oltiin kuultu orientaatiopäivillä ja opettajatuutorilta tai opinto-ohjaajalta (kaavio 1). Orientaatiopäivillä videoista oli kuullut kuusi (N=40) opiskelijaa, ja opinto-ohjaajalta tai opettajatuutorilta videoista oli kuullut viisi. Uuden opiskelijan nettisivut ja sähköposti olivat myös tavoittaneet opiskelijat hyvin, mutta vertaistutoreiden kautta videoista oli kuullut vain kaksi. Kukaan taas ei ollut kuullut opiskelutoverin kautta. Yllättävää ei ollut, että yksi oli kuullut videoista tämän kyselyn kautta.



Kaavio 1 Mitä kautta videoita katsoneet kuulivat videoista

Suosituimmat videot olivat Tenttiterraario ja Opiskeluterveydenhuolto, joita molempia oli katsonut kahdeksan opiskelijaa (N=40) (kaavio 2). Kirjasto ja Opintopalvelut olivat toiseksi suosituimpia, ja molempia oli katsonut viisi opiskelijaa. Helpdesk ja Welcome to Tampere University of Applied Sciences videoita oli katsonut neljä. How to use the library oli ainoa video, jota ei oltu katsottu ollenkaan.

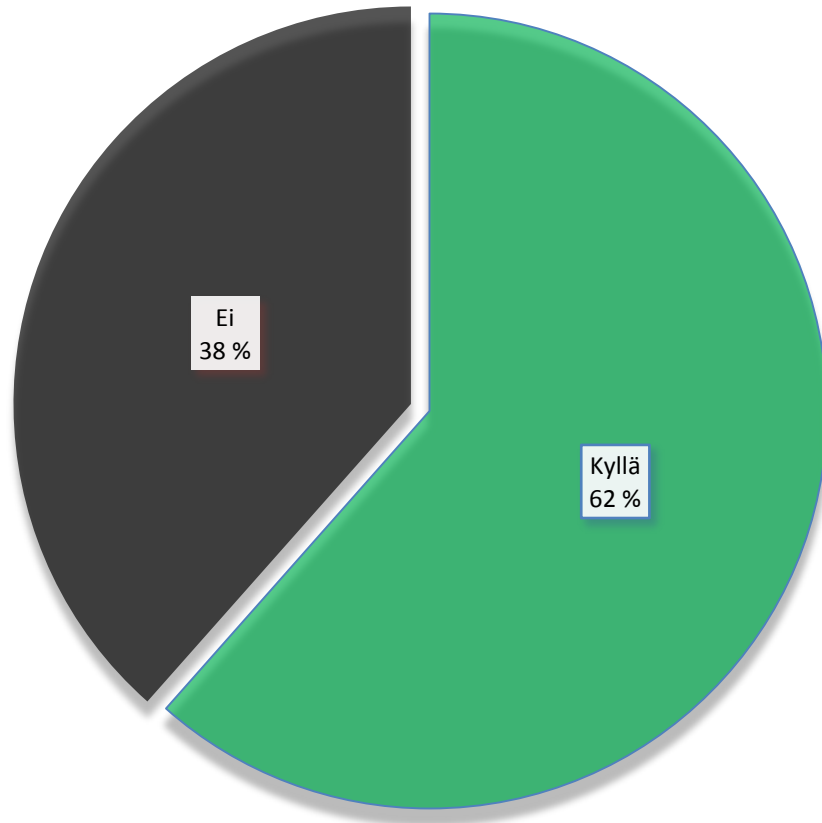
Suosituin alusta videoiden katsomiselle oli ollut YouTube, jota oli käyttänyt 10 opiskelijaa. Viisi opiskelijaa oli katsonut videoita TAMKin intranetistä tai opinto-oppaasta. Facebookin kautta videoita ei oltu katsottu ollenkaan. Vastanneista peräti kahdeksan oli katsonut videot yksin ja viisi orientoivilla päivillä. Yksi oli katsonut perheensä kanssa, mutta kukaan ei opiskelukaverinsa kanssa.



Kaavio 2 Mitä videoita oltiin katsottu

Vastaajista kuusi (N=40) ei kokenut enää tarvetta katsoa videoita uudestaan. Kaksi heistä oli jo katsonut, ja viisi arveli vielä katsovansa jossain kohtaa. Suurin syy sille, miksi opiskelijat eivät enää aikoneet katsoa videoita oli se, etteivät he enää kokeneet videoita tarpeellisiksi, tai ettei niissä enää ollut uutta tietoa. Vain yksi vastaaja ei suosittelisi videoita opiskelukaverilleen, koska videot eivät olleen hänen mielestään kovin informatiivisia. Suurin osa opiskelijoista siis kuitenkin suosittelisi niitä.

Videoiden löytäminen TAMKIn intranetistä ja opinto-oppaasta oli yllättävää, sillä videoiden löytäminen vaikutti olevan helpompaa kuin mitä odotettiin. Kahdeksan vastaajaa löysi videot, mutta viisi ei (N=40) (kaavio 3). Kukaan heistä ei ollut ladannut videoita omalle laitteelleen.



Kaavio 3 Löydätkö videot TAMKin Intranetistä / Opinto-oppaasta? Opiskelijat jotka olivat nähneet videot

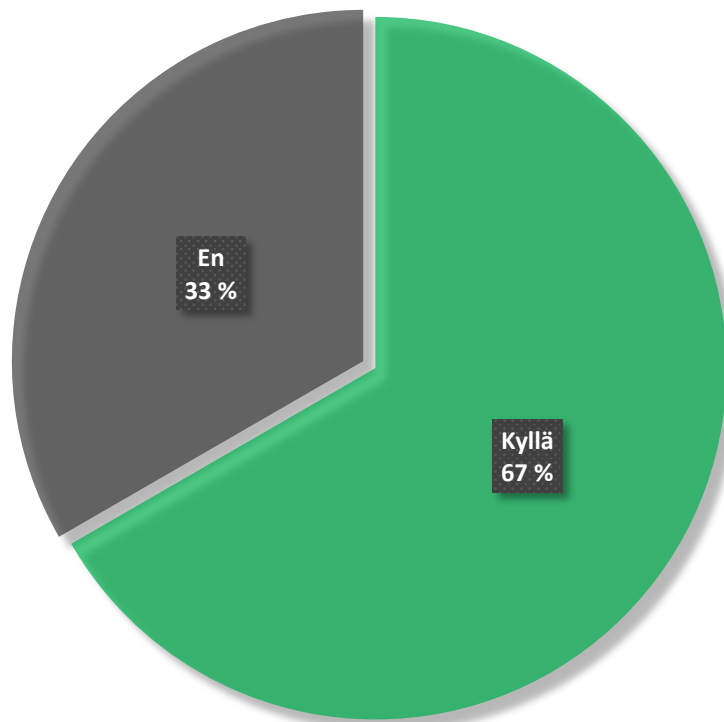
Palautetta vapaaseen kommenttikenttään oli kirjoittanut kolme opiskelijaa. Videot olivat yhden opiskelijan mielestä selkeitä ja käteviä, kun toinen olisi toivonut hieman tarkempia ohjeita. Opiskelija olisi toivonut esimerkiksi ohjeita siitä, miten Tenttiterraarioon pitää kirjautua. Yleisesti ottaen kommentit olivat positiivisia ja videot oltiin koettu käytännöllisiksi. Kolmas vastaaja oli kuullut videoista vasta kyselyn kautta, mutta olisi sitä mieltä, että videot voivat auttaa uusia opiskelijoita opintojen aloituksessa.

6.3.2 Opiskelijat jotka eivät olleet nähneet videoita

Opiskelijoista 27 (N=40) ei ollut nähnyt videoita, ja heistä 24 ei ollut kuullut videoista. Kuulleista opiskelijoista kaksi oli kuullut vertaistuutorilta, ja yksi oli kuullut joko opiskelukaverilta, opettajatuutorilta tai opinto-oppaasta.

Opiskelijoilta kysyttäessä, löytävätkö he videot TAMKin intranetistä tai opinto-oppaasta, kahdeksantoista opiskelijaa vastasi löytävänsä (kaavio 4). Yhdeksän heistä ei löytänyt videoita.

Viiden opiskelijan jättämistä vapaista kommentteista kävi hyvin pian ilmi, miksi suurin osa ei ollut kuullutkaan orientaatiovideoista. Kaksi opiskelijaa kommentoi, että he kuullivat videoista ensimmäistä kertaa tämän kyselyn kautta. Palautteesta kävi ilmi, että kaksi opiskelijaa oli kokeillut löytää videoita intranetistä. Toinen ei löytänyt nopealla haulla, kun taas toinen löysi selaillessaan ”opintojen aloitukseen liittyviä sivuja”, eli ilmeisesti uuden opiskelijan nettisivuja.

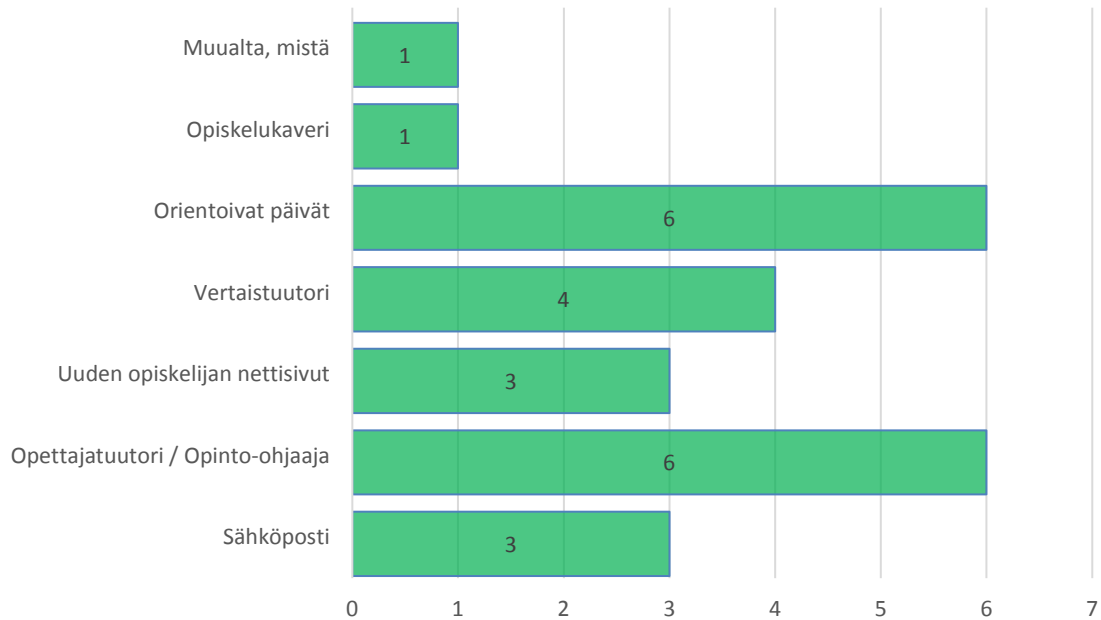


Kaavio 4 Löydätkö videot TAMKin Intranetistä / opinto-oppaasta? Opiskelijat jotka eivät olleet nähneet videoita

6.4 Tulosten analysointi

Tulosten perusteella suurin osa ei ole nähnyt eikä kuullut videoista. Suurin syy tähän vaikuttaisi olevan se, että opiskelijat eivät ole osallistuneet orientaatioille päiville, jonka jälkeen viesti videoista on jäänyt saamatta. Pelkkien tulosten perusteella on vaikea sanoa, onko orientaatioilla päivillä ollut ryhmäkohtaisia eroja videoiden käytön suhteen.

Tähän oltaisiin luultavasti saatu tarkempaa tietoa, jos kyselyssä oltaisiin kysytty, osallistuiko opiskelija orientoiville päiville. Tässä tapauksessa opiskelija on saattanut osallistua, mutta heidän ryhmässään videoista ei ole mainittu. Kuitenkin parhaiten videoista oltiin kuultu orientoivilla päivillä ja opettajatuutorilta sekä opinto-ohjaajalta (kaavio 5).



Kaavio 5 Mitä kautta kaikki olivat kuulleet videoista

Videoiden nähneiden kesken niihin oltiin kuitenkin tyytyväisiä, ja niitä suositeltaisiin opiskelukaverille.

Kyselyn tuloksia analysoidessa tulee huomioida kyselyn virhemarginaali. Suurin tekijä tulosten tarkastelussa ja niiden luotettavuudessa on vastausten vähäinen määrä. Vastauskato on voinut johtua esimerkiksi siitä, ettei viesti ole tavoittanut opiskelijoita, tai etteivät he ole kokeneet vastaamista tärkeäksi. Sitä, ettei vastaaminen ole ollut opiskelijoille tärkeää, on voinut johtua myös siitä, etteivät he ole kuulleet videoista. Vaikkakin vastauksia on vähäinen määrä, uskallan väittää, että ne heijastavat totuutta siitä, ettei videoita ole katsottu. Tähän johtopäätökseen voi tulla katsoessa videoiden näyttökertoja. Suurimmalla osalla videoista on noin 50-100 katsomiskertaa. Suosituin video orientaatiovideoiden soittolistalta on saanut melkein 900 katselukertaa. On kuitenkin vaikea sanoa, moniko avoimesta soittolistasta on katsonut videon orientaatioviikkojen johdosta.

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

7.1 Videoiden tuotantoehdotukset

Mahdollisten uusien videoiden kannalta on hyvä miettiä, minkä tyyliä videoita halutaan tehdä. Ajatuksena syksyllä oli tehdä oppilaitospastorista haastattelun tyyppinen video, jossa hän olisi kertonut työstään sekä video, jossa vanhemmat opiskelijat kertovat vinkkejä juuri aloittaneille. Tämän takia olisikin tärkeää, että videoiden tekijä olisi osallisena orientoivien päivien suunnittelussa ja näkisi rakenteen kautta paremmin, millaisia videoiden kannattaisi olla kokonaisuuden kannalta. Ulkopuolisen videontekijän läsnäolo voisi auttaa näkemään uusia videotarpeita eri näkökulmasta. Syksyllä tehdyt videot on pääosin tehty palveluista. Se, miten opintojen aloitusta voidaan helpottaa videolla tarkoittaa muutakin kuin palveluiden esittelyä. Flowworksin videoissa onnistunein asia oli se, että niissä otettiin huomioon uudet opiskelijat. Heille kerrottiin videoiden kautta tavallisista käytännön asioista ja siitä, mitä konkreettisesti pitää tehdä. Tällaisten videoiden lisääminen muidenkin opiskelijoiden käyttöön voisi antaa luottavaisemman ja turvallisemman olon opintoja aloittaessa.

Videoiden erilaiset lajityypit mahdollistavat myös monipuolisten orientaatiovideoiden teon ja eri kerrontatapojen käytön. Suunnittelu- ja käsikirjoitusvaiheissa olisikin hyvä miettiä, minkälainen video sopii kuhunkin käyttötarkoitukseen. Tarinallinen video voi sopia paremmin juurikin palveluiden esittelyyn, mutta vanhojen opiskelijoiden vinkit toimivat paremmin haastattelun omaisena kokonaisuutena. On siis tärkeää miettiä haluttujen videoiden tyyli, sillä on aivan eri tehdä video oppilaitospastorista kuin motivoida opiskelijoita opintojen alussa. Hyvä orientaatiovideo onkin sellainen, jossa on osattu yhdistää aiheen esittelyyn oikea kerrontatapa.

Videoiden rakennetta ja tyyliä miettiessä pitää myös ottaa huomioon, että jokaisen uuden tekijän näkemys vaikuttaa aina lopputulokseen. Olisi siis tärkeää huomioida se, halutaanko videoiden olevan yhtenäiset, vai halutaanko niiden eroavan toisistaan. Kyseessä on kuitenkin kokonaisuus ja omalla tavallaan se on myös osa TAMKIn markkinointia. Tekijästä riippuen myös työryhmän koko voi vaihdella. Itse koin hyvänä tapana tehdä käsikirjoitusta yhteistyössä palveluiden edustajien kanssa, ja kuvata kahdella kameralla

toisen kuvaajan kanssa. Tuotannon nopeuttamisen kannalta voisi miettiä sitä, onko järkevää ottaa lisää tekijöitä tiimiin, ja millaisella kalustolla kuvaa. Koska nämä vaikuttavat aikataulujen lisäksi kustannuksiin on mietittävä, halutaanko tehdä nopeammalla aikataululla mutta panostaen työryhmään ja kalustoon. Samalla aikataulun nopeuttaminen voi vaikuttaa kustannuspuolella kustannusten vähentymisiin.

Mahdollisten syksylle tehtävien videoiden tuotanto olisi hyvä käynnistää jo mahdollisimman aikaisin kesällä. Käsikirjoitusvaihe koettiin hyödylliseksi, jos prosessi saadaan nopeammaksi ja jos siihen valtuutettaisiin yksi henkilö jokaiselta osastolta. Käsikirjoitusten teko lomittain nopeuttaisi prosessia, ja mahdollistaisi monen tuotannon päällekkäisen teon. Kuvausten suunnittelu on myös aikataulutettava lomittain, jotta kuvaukset saadaan järjestettyä kannattavalla tavalla. Näyttelijöillä tuskin on aikaa kiinnittyä moneksi päiväksi pitkiin kuvauksiin. Kokonaisaikataulun suunnittelu onkin tärkeää, jos videoita halutaan lisää uusia opiskelijoita varten.

7.2 Videoiden käyttöehdotukset

Suurin haaste videoiden käytössä on siinä, miten niitä käytetään. Vaikka idea ja tarve videoista on selvä, orientoivien päivien rakenne ei vielä mahdollista videoiden suurinta potentiaalista käyttöä. Vaikka orientoivien päivien rakenne on erilainen jokaisella koulutuslalla, tällaisen materiaalin käytössä olisi hyvä rakentaa tietty rakenne luentojen kuluksi. Videoiden käyttö voi muuttaa suuresti päivien aikatauluja ja rakennetta.

Suunnitelmana oli laittaa orientaatiovideot uuden opiskelijan sivuille ennen opiskelijoiden valintaa. Opiskelijoiden oli tarkoitus saada katsoa videot heti hyväksymisen jälkeen. On mielenkiintoista nähdä, katsovatko syksyllä valitut opiskelijat videoita, kun ne ovat valmiiksi sivulla. Samalla videot voisi antaa katsottavaksi ennen orientaatiopäiviä esimerkiksi ”kotitehtävänä”. Linkki videoiden soittolistaan voisi olla mahdollisessa orientoivien päivien sähköpostissa. Jos päivien aikataulut annetaan paperisena versiona, videoista voisi olla maininta myös siinä. Näin muistuteltaisiin opiskelijoita videoiden katsoimisesta orientoivien päivien lähestyessä.

Tällä hetkellä videot kattavat suureksi osaksi TAMKin opiskelijapalvelut. Videoiden käyttöä voisi miettiä samalla tavalla kuten Charles Darwin Universityssä. Siellä opiskelijat oppivat tuntemaan koulun käytännöt mutta myös arvot orientaatiovideoiden avulla. Tässä olisi hyvä esimerkki siitä, millaisia videoita voisi vielä TAMKin orientaatiossa käyttää. Tavanomaiset asiat, kuten opiskelu juuri tässä koulussa ovat jo talossa oleville tuttuja, mutta uusille opiskelijoille täysin uusia.

Huomioni kiinnitti videoiden hajanainen sijainti ja sitä kautta niiden käytettävyys. Niiden näkyvyyttä ja käyttöä edesauttaisi yhdenmukainen sijainti. Jos kaikkien videoiden saaminen samalle sivustolle ei ole mahdollista, olisi hyvä listata olemassa olevat videot ja niiden sijainnit. Opinto-oppaan *Orientaatio opintoihin* -sivulle voisi hyvin laittaa kaikki videot nähtäville, tai edes tiedon, mistä loput olemassa olevat videot löytyvät.

Olisi kiinnostavaa kokeilla videoiden upotusta opinto-oppaaseen laajemmin. Sen lisäksi, että videot ovat vain intranetin *Orientaatio opintoihin* -kohdassa, niitä voisi upottaa myös aiheita käsitteleville sivuille. Tarkoituksena olisi saada levitettyä videoita laajemmin TAMKin opiskelijoiden tietoisuuteen ja tätä kautta se voisi onnistua. Näin myös vanhat opiskelijat voisivat opinto-oppaan ja intran kautta nähdä videot sekä saada sitä kautta apua. Videoiden potentiaalista käyttöä tuskin saavutetaan, jos ne sijaitsevat vain uusien opiskelijoiden sivuilla tai orientoitumista käsittelevässä opinto-oppaan osiossa.

Jo kuvattuna olevaa 360-videota voisi vielä hyödyntää. Se toisi koulun ja sen palvelut lähemmäksi opiskelijoita. Opiskelijat pääsisivät näkemään palveluiden videot niiden oikeiden toimistojen kohdilla jo ennen kouluun tuloa. Tällainen videoiden käyttö voisi antaa paremman kuvan palveluista ja niiden sijainneista. Videoiden upotus 360-kuvaan ei kuitenkaan ratkaise sitä ongelmaa, että videoiden sijainnit ovat hajautuneet, sillä osa palveluista ei sijaitse Palvelukäytävällä. Näitä ovat Tenttiterraario ja liikuntatilat. Vaikka kirjastostakin tehtiin 360-kuvaus, eivät Palvelukatu ja kirjasto ole samaa kuvaa. Siltikin pitäisi olla kaksi eri virtuaalista tilaa, jonne on upotettu videot. Virtuaalista kulkemista käytävällä kannattaa kuitenkin hyödyntää, sillä se olisi uusi tapa TAMKille kertoa tiloistaan.

8 POHDINTA

Videoiden käyttö on jo nuorten ja nuorten aikuisten keskuudessa arkipäivää. Kuitenkin uuteen tapaan siirtyminen voi olla pienimuotoinen riski. Videoiden yltäkylläisyyden takia opiskelijat voivat kokea videoiden käytön ylimääräisenä työnä, sillä saman tiedon voisi saada verkkosivuilta paljon nopeammin. On kuitenkin hyvä viedä tätä muutosta eteenpäin ja katsoa, miten opiskelijat ottavat videot vastaan niiden kehittyessä.

Tärkeää olisi, että opiskelijat löytäisivät videot helposti samasta paikasta. Tähän auttaa se, että seuraavia opiskelijoita varten videot ovat jo valmiiksi uuden opiskelijan sivuilla, ja he voivat löytää ne heti sivuja katsoessaan.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten opiskelijat olivat löytäneet videot eri kanavien kautta. Mielestäni vähäisestä vastausmäärästä huolimatta kyselyn vastaukset korreloivat suoraan videoiden katsomiskertoihin, joten voisi olettaa, että tulokset ovat hyvin suuresti suuntaa antavia. Koska kaikki vastaukset olivat asiallisia, ja melkein kaikki olivat vastanneet loppuun saakka, ei ole syytä epäillä, että vastaukset olisivat epäluotettavia. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa vastaajien vähyys ja sitä kautta mahdollinen totuuden vääristymä.

Jatkotutkimuksena olisi mielenkiintoista selvittää, ovatko opiskelijat kokeneet videot hyödyllisiksi. Muutamien vastausten perusteella videot koettiin jollain tapaa hyödyllisiksi, ja niitä oltiin mielellään katsottu. Sisältöä tutkiessa huomaisi sen, millaiset videot opiskelijoiden mielestä ovat olleen hyödyllisiä, ja mikä taas on ollut turhaa tietoa. Kuitenkin tämän hetkiset videot on toteutettu samalla tyyllillä ja kerrontatavalla, joten mahdollisuuksia erimuotoisiin videoihin on. Opiskelijoilta voisi kysyä myös tarkempia kehitysehdotuksia niin videoihin, kuin orientaatiopäiviin.

Olisi kiinnostavaa tehdä uutta tutkimusta tammikuussa 2018 aloittaville opiskelijoille. Siihen mennessä pitäisi olla jo uusia videoita, ja videot olisivat katsottavissa heti, kun opiskelijat saavat tiedon opiskelupaikasta. Videoiden tavoitavuus voisi olla tässä kohtaa suurempi, sillä ne olisivat heti katsottavissa. Tästä olisi helppo lähteä tekemään vertailua siitä, onko videoiden ajankohdalla positiivisempaa merkitystä niiden katsomisessa.

Kokonaisuudessaan videoiden käyttö on kiinnostava idea ja projekti, jota kannattaa kehittää. On mielenkiintoista seurata sitä, mihin suuntaan opiskelijoiden orientaatio kehittyy, ja miten opiskelijat ottavat uuden tavan vastaan.

Aihetta tutkiessani opin enemmän kohderyhmästä ja siitä, mitä nuoret videoiden käytössä pitävät tärkeänä niin sosiaalisessa mediassa kuin koulussakin. Yksi kiinnostavimmista aiheista kuitenkin oli erilaiset opetusvideot ja niiden erot. Sain enemmän näkökulmia siihen, minkälainen video sopii mihinkin aiheeseen ja mitä tulee ottaa huomioon videota tehdessä. Työ antoi minulle vahvemman pohjan erilaisten videoiden käsikirjoittamiseen, mutta myös valtavasti uutta oppia videoiden tuotannosta.

LÄHTEET

Auvinen, T., Hakulinen, L., Malmi, L. 2015. Increasing Students' Awareness of Their Behavior in Online Learning Environments with Visualizations and Achievement Badges. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, vol. 8. 2015. Luettu 24.2.2017

BBC Active. 2010. Education videos: Ten ways to use them well. Educational Publishers LLP trading as BBC Active. Luettu 16.3.2017.
<http://www.bbcactive.com/BBCActiveIdeasandResources/EducationvideosTenwaystousethemwell.aspx>

Brame, C.J. 2015. Effective educational videos. Center for Teaching. Luettu 15.3.2017
<https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/effective-educational-videos/>

DeCesare, J.A. 2014. The Expanding Role of Online Video in Teaching, Learning, and Research. *Library Technology Reports*. 2014. Luettu 15.3.2017

Duncan, J. 2012. How to Create an Awesome Product Introduction Video. *A Random Jog*. Luettu: 27.3.2017.
<http://www.arandomjog.com/2012/04/how-to-create-an-awesome-product-introduction-video/>

Guo, P.J., Kim, J., Rubin, R. (2014). How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study of MOOC Videos. Luettu 15.3.2017
<http://up.csail.mit.edu/other-pubs/las2014-pguo-engagement.pdf>

Harjuhahto, E. 2015. Opetusvideoiden pedagoginen käyttö. Metropolia Ammattikorkeakoulu.

Hautala, M. 2013. Sosiaalisen median käyttö aikuiskoulutuksessa. Ammatillisen opettajankoulutuksen kehittämishanke. Tampereen ammattikorkeakoulu. Luettu 15.3.2017.
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/61277/Marko_Hautala.pdf;jsessionid=E7DD58BA0ED2C4FCFE6023E8F0813DB7?sequence=1

Housewright, R., Schonfeld, R.C., Wulfson, K. 2013. Ithaca S+R US Faculty Survey 2012. 2013 ITHAKA. 2013. Luettu 15.3.2017
<https://doi.org/10.18665/sr.22502>

Lambrinidis, G. 2014. Supporting online, non-traditional students through the introduction of effective e-learning tools in a pre-university tertiary enabling programme. Routledge. *Journal of Higher Education Policy and Management*. Luettu 24.2.2017.

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaa. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

SoMe ja nuoret 2016. Kyselytutkimus nuorten sosiaalisen median käytöstä. edbrand Suomi Oy. Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. 2016. Luettu 19.3.2017 <http://www.edbrand.fi/somejanuoret2016/tiivistelma/>

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vanderbilt University. 2015. ChBE 162: Chemical Engineering Thermodynamics. Luettu 15.3.2017. <https://vanderbilt.edu/bold/docs/chbe-162-chemical-engineering-thermodynamics/>

LIITTEET

Liite 1. Kysely

1(4)



Orientaatiovideot

Please choose a language. / Valitse kieli.

- English
- Suomi

Sivu 1

Uusien opiskelijoiden orientoitumisessa opintoihin käytetään nyt ensimmäistä kertaa orientaatiovideoita. Videoiden avulla opiskelijat voivat tutustua itse kouluun ja sen eri palveluihin. Koska haluamme kehittää videoita ja niiden käyttöä edelleen, on aika kuulla sinun kokemuksia. Tulosten perusteella kehitämme videoita sekä orientoivien päivien toimintaa. Kysely on anonyymi ja tuloksia käsitellään luottamuksellisesti

1. Oletko nähnyt orientaatiovideoita? *

- Kyllä
- Ei

Sivu 2

2. Jos et ole nähnyt videoita, oletko kuullut niistä? *

- Kyllä
- Ei

Liite 1. Kysely

2(4)

Sivu 3

3. Mitä kautta kuulit videolista? *

- Sähköposti
- Opettajatuutori / Opinto-ohjaaja
- Uuden opiskelijan nettisivut
- Vertaistuuori
- Orientoivat päivät
- Opiskelukaveri
- Muualta, mistä

4. Mistä olet katsonut videoita? *

- YouTube
- TAMK Intranet / Opinto-opas
- Facebook
- Muualta, mistä

5. Mitä videoita olet katsonut? *

- Helpdesk
- Kansainväliset palvelut
- Opiskeluterveydenhuolto
- Kirjasto
- Opintopalvelut
- Arrived, now what?
- How to use the library
- Welcome to Tampere University of Applied Sciences
- Liikuntatilat
- Tenttiterraario

Liite 1. Kysely

3(4)

6. Kenen kanssa olet katsonut videoita? *

- Yksin
- Opiskelukaverin kanssa
- Orientoivilla päivillä
- Perheen kanssa
- Jonkun muun kanssa, kenen?

7. Arveletko katsovasi videoita vielä uudelleen? *

- Olen jo katsonut
- Kyllä
- En, miksi et?

8. Löydätkö videot TAMKIn intrasta / opinto-oppaasta? *

- Kyllä
- Ei

9. Suositteletko videoita opiskelukaverillesi? *

- Kyllä
- En, miksi et?

10. Oletko ladannut videot esim. tietokoneellesi? *

- Kyllä
- Ei

Liite 1. Kysely

4

11. Kommentoi vapaasti

Kysely on suoritettu loppuun. Kiitos osallistumisestasi.

Voit nyt sulkea ikkunan.

Liite 2. Saatekirje

Hei ja tervetuloa TAMKiin!

Toivottavasti olette nauttineet näistä ensimmäisistä kuukausista täällä.

Olen neljännen vuoden opiskelija TAMKin elokuvan ja television koulutusohjelmassa ja teen opinnäytetyötäni opintonsa aloittaville suunnatuista orientaatiovideoista.

TAMKissa kehitetään uusien opiskelijoiden orientoitumista opintoihin, ja opinnäytetyöhöni kuuluva tutkimus on osa tätä kehittämistyötä. Kysely käsittelee sitä, miten videot ovat tavoittaneet uudet opiskelijat. Tulosten perusteella kehitetään edelleen videoita sekä orientoivia päiviä.

Linkki johtaa kyselyyn, jonka täyttäminen vie vain muutaman minuutin. Tutkimustuloksia analysoidaan luottamuksellisesti ja nimettömästi. Kyselyyn voi vastata sunnuntaihin 19.3. asti.

Linkki kyselyyn: <https://www.kyselynetti.com/s/ad0222e>

Linkki videoihin: <https://intra.tamk.fi/web/tutkinto-opinto-opas/orientaatio-opintoihin>

Hi and welcome to TAMK!

I hope you've enjoyed these past months here.

I'm studying my fourth year in Film and television study path in TAMK. I'm writing my thesis about the orientation videos made for new students.

TAMK is developing new students' orientation to the studying. The survey is part of my thesis and it's also part of the development work. The survey is about how the videos have reached the new students. Based on the results TAMK will further develop the orientation videos and also the orientation days.

This link will lead you to the survey, which takes few minutes. The results will be analyzed anonymously and confidentially. The survey is open till Sunday 19th of March.

Link to the survey: <https://www.kyselynetti.com/s/ad0222e>

Link to the videos: <https://intra.tamk.fi/web/tutkinto-opinto-opas/orientaatio-opintoihin>