

Heli Kauppinen

SOSIAALINEN MEDIA KORKEAKOULUN OPISKELIJAVIESTINNÄSSÄ

Opinnäytetyö
Järjestö- ja nuorisotyön koulutus, ylempi AMK

2018



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Heli Kauppinen	Yhteisöpedagogi (YAMK)	Toukokuu 2018
Opinnäytetyön nimi Sosiaalinen media korkeakoulun opiskelijaviestinnässä		79 sivua 3 liitesivua
Toimeksiantaja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu		
Ohjaaja Pekka Penttinen		
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mahdollisuuksia hyödyntää sosiaalista mediaa korkeakoulun sisäisessä opiskelijaviestinnässä. Tapaustutkimus toteutettiin Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa (Xamk) ja tutkimuskohteena olivat suomenkielisten korkeakouluopiskelijoiden näkemykset. Sosiaalisen median palvelut ovat suosittuja opiskelijoiden keskuudessa. Niitä käytetään sekä verkostoitumiseen että opiskelijoiden välisen viestintään. Toimeksiantajan kannalta on tärkeä selvittää, voidaanko niitä käyttää myös korkeakoulun asioista viestimiseen ja korkeakoulun yhteisöllisyyden tukemiseen.</p> <p>Tutkimusaineisto kerättiin verkossa toteutetulla Delfoi-paneelilla, jossa opiskelijat näkivät toistensa antamat vastaukset ja saivat kommentoida niitä. Paneelissa esitettiin väitteitä, joihin vastaajien piti ottaa kantaa. Perusteluosoiden ja avoimien kysymysten analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin menetelmällä käyttäen apuna Webropol-ohjelman TextMining-työkalua. Paneeliin vastasi yhteensä 589 opiskelijaa.</p> <p>Tutkimuskysymyksiä oli kolme: Millaisia odotuksia opiskelijoilla on sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä, miten he arvioivat sen vaikuttavan yhteisöllisyyteen ja millaisia käytännön ratkaisuja opiskelijat esittävät aiheeseen liittyen.</p> <p>Opiskelijat odottavat, että korkeakoulu hyödyntäisi sosiaalista mediaa opiskelijaviestinnässä muiden kanavien rinnalla siten, että sen käyttö olisi opiskelijoille vapaaehtoista. Käytännön ratkaisuksi opiskelijaviestintään opiskelijat toivovat Facebook-ryhmää/-ryhmiä tai korkeakoululle luotavaa omaa mobiilisovellusta. Opiskelijat toivovat erityisesti kampuskohtaista viestintää. Opiskelijat arvioivat, että sosiaalisen median käyttö voisi lisätä yhteisöllisyyttä opiskelijoiden ja henkilökunnan kesken, mutta näkevät uhkana sen, että opiskelijat, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa, jäisivät entistä enemmän ulkopuolisiksi. Muina uhkina opiskelijat pitävät informaatiotulvaa sekä kaupallisten, mainosrahoitteisten palveluiden käyttöön liittyviä tietosuojongelmia.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella esitetään, että opiskelijaviestinnässä kannattaa hyödyntää ja kehittää mobiilisovellusta, joka mahdollistaa esimerkiksi kampuskohtaisen tiedotuksen ja keskustelun. Jatkotutkimuksen kohteeksi tulee ottaa kansainvälisten opiskelijoiden integroiminen sosiaalisen median yhteisöön, sillä se rajattiin tämän tutkimuksen ulkopuolelle, mutta on olennainen asia aidon korkeakouluyhteisön rakentumisen kannalta.</p>		
Asiasanat sosiaalinen media, viestintä, korkeakoulu, opiskelijat, yhteisöllisyys		

Author (authors)	Degree	Time
Heli Kauppinen	Master of Humanities	May 2018
Thesis title		
Social media in student communication of a university		79 pages 3 pages of appendices
Commissioned by		
South-Eastern Finland University of Applied Sciences		
Supervisor		
Pekka Penttinen		
Abstract		
<p>The objective of the thesis was to investigate how a university can utilize the social media in the internal student communication. The case study was made at South-Eastern University of Applied Sciences and the interest was in the opinions of Finnish-speaking students.</p> <p>The data was collected by a web-based Delphi panel which got 589 respondents. The panel consisted of claims on which the respondents were asked to take a stand on, and give arguments and open questions. The students were able to see each other's answers and comment on them. The text data was analysed by means of the qualitative content analysis with TextMining tool of Webropol.</p> <p>There were three research questions: What are the expectations of students concerning the use of the social media in student communication, how do students estimate its impact on the sense of community in the university, and what practical solutions the students propose.</p> <p>It was found out that the students expected Xamk to utilize social media in addition to other channels and platforms in the internal student communication. The students stressed the fact that it should be voluntary for them to use the social media channels. As a practical solution, they proposed a Facebook group or a mobile application tailored for Xamk. The information and discussions should be divided based on the campus. The students assume that a social media service could improve the sense of community among the students and staff of Xamk but they were afraid that the students who did not use the social media would feel themselves as outsiders. Also the fear of information overload and problems with the data security in commercial social media services were seen as threats.</p> <p>Based on the results, it is recommended that Xamk will use a mobile application for the student communication. The application should offer a possibility to subscribe information concerning a specific campus to avoid the information overload for users. The integration of international students in this social media service is a topic for further study as it was excluded from this study.</p>		
Keywords		
social media, communication, students, university, community		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	SOSIAALINEN MEDIA: VIESTINTÄÄ JA YHTEISÖLLISYYTTÄ	8
2.1	Sosiaalisen median käsitteistöä.....	8
2.2	Sosiaalinen media korkeakoulussa	10
2.3	Opiskelijoiden yhteisöllisyys ja sosiaalinen media	14
3	XAMKIN OPISKELIJAVIESTINTÄ	18
3.1	Aiemmistä kartoituksista saatu tieto	18
3.2	Käytössä olevat viestintäkanavat.....	20
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	23
4.1	Tutkimusongelmat	23
4.2	Delfoi aineistonkeruun menetelmänä	25
4.3	Delfoi-paneelin toteutus	27
4.4	Aineiston analyysimenetelmät	29
4.5	Vastaajien taustatiedot	33
5	TULOKSET	35
5.1	Some-kanavan tarpeellisuus	35
5.2	Kanavan valitseminen.....	37
5.3	Some-kanavan sisällöntuottajat.....	40
5.4	Some-kanavien määrä.....	43
5.5	Toiston määrä.....	44
5.6	Vapaa-aikaan liittyvä sisältö	47
5.7	Kampuspaikkakuntien tiedotusten erottelu	48
5.8	Somen ja intranetin välinen suhde.....	51
5.9	Vaikutukset vastaajan omaan toimintaan	53
5.10	Arviot vaikutuksista opiskelijoiden toimintaan	55
5.11	Somen käytön pakollisuus	58
5.12	Opiskelijaviestinnän tulevaisuus	60
5.13	Vapaa sana	63
6	POHDINTA	66
6.1	Keskeiset tutkimustulokset	66
6.2	Tutkimuksen luotettavuus	68

6.3 Kehittämis ehdotukset	71
LÄHTEET	75
KUVALUETTELO	79

LIITTEET

Liite 1. Sähköpostikutsu opiskelijoille

Liite 2. Uutinen Student-intranetissa 27.3.2017

Liite 3. Uutinen Student-intranetissa 7.6.2017

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on sosiaalisen median käyttö korkeakoulun opiskelijaviestinnässä. Tavoitteena on selvittää, millainen rooli sosiaalisella medially voi tulevaisuudessa olla Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) opiskelijaviestinnässä ja miten opiskelijoita voitaisiin palvella entistä paremmin sosiaalista mediaa hyödyntämällä.

Xamk on uusi korkeakoulu, joka aloitti toimintansa 1.1.2017 Kymenlaakson ammattikorkeakoulun ja Mikkelin ammattikorkeakoulun fuusioituttua. Opiskelijoita Xamkissa on yhteensä noin 9300, AMK-tutkintoon johtavia koulutuksia 59 ja ylempään AMK-tutkintoon johtavia koulutuksia 26 (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu 2018). Uudessa korkeakoulussa viestinnän haasteina ovat uuden, yhteisen opiskelijaviestintäkulttuurin luominen sekä suuren opiskelijamäärän tehokas tavoittaminen, varsinkin kun opiskelijat ovat neljässä eri kaupungissa (Kotka, Kouvola, Mikkeli ja Savonlinna) ja suuri osa opiskelijoista opiskelee monimuoto- tai etäopintoina eli käy harvoin kampuksilla.

Opiskelijaviestintä on yksi osa korkeakoulun organisaatioviestintää. Opiskelijaviestinnän tarkoitus on helpottaa opintojen ja opiskelijan arjen sujuvuutta sekä helpottaa henkilökunnan työntekoa eli tukea korkeakoulun toimintaa. Tavoitteena on hyvin toimiva opiskelijaviestintä, joka integroituu myös opiskelijamarkkinointiin ja opintojen ohjaukseen. Opiskelijaviestintä ei ole pelkkää yksisuuntaista tiedottamista, vaan se voi omalta osaltaan olla luomassa yhtenäisyyttä ja yhteisöllisyyttä uuden korkeakoulun kampusten ja koulutusten välillä. Opiskelijaviestinnän kohderyhmänä ovat korkeakoulun nykyiset opiskelijat, eivät siis ns. potentiaaliset tulevat opiskelijat eivätkä jo valmistuneet opiskelijat eli alumnit. Opiskelijaviestinnällä ei tässä työssä tarkoiteta opetukseen tai opintojaksoihin kuuluvaa viestintää eikä työssä tutkita sosiaalisen median käyttöä opetuksessa.

Sekä henkilökunnalta että opiskelijoilta on tullut monissa yhteyksissä palautetta, että opiskelijaviestinnän nykyiset keinot eivät tavoita opiskelijoita riittävän hyvin. Esimerkiksi opiskelijapalautekyselyissä tiedonkulkuun liittyvät arviot ovat osoittaneet, että kehittämistä tarvitaan (ks. Koulutuksen kehittämiskeselyn tulokset vuodelta 2017).

Kehittämistarve on siis sekä palautteeseen ja havaintoihin perustuva että intentionaalinen: organisaatiossa on linjattu tavoitteet, joiden mukaan opiskelijaviestintää tulee kehittää. Tavoitteet pohjautuvat Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategiaan, jossa todetaan, että ”Xamk on osaamis- ja opiskelijalähtöinen korkeakoulu. Tämä tarkoittaa [--] yhteisöllisyyttä, vuorovaikutusta ja viestintää, jotka tukevat oppimista” (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategia 2018–2030 2017, 4).

Tällä hetkellä Xamkilla ei ole sisäiseen opiskelijaviestintään tarkoitettua, koko korkeakoulun yhteistä sosiaalisen median kanavaa. Opinnäytetyössäni selvittän, mitkä ovat opiskelijaviestinnän tämän hetken ja lähitulevaisuuden näkyvät sosiaalisen median käytössä: millaisia kokemuksia, mielipiteitä, odotuksia ja näkemyksiä opiskelijoilla on. Käytännön syistä tämä työ on rajattu koskemaan suomenkielisiä opiskelijoita. Opinnäytetyössä haluan yhdistää kahden eri alan osaamista: oma taustani on viestintätieteellinen ja opinnäytetyön teen järjestö- ja nuorisotyön koulutuksessa. Sosiaalinen media opiskelijaviestinnässä on näkemykseni mukaan juuri sellainen aihe, jossa tarvitaan tietoa ja soveltamista näiltä molemmilta aloilta; yksin kumpikaan ala ei voi tuottaa kokonaisuuteen tarvittavaa ymmärrystä.

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan tutkimus, joka tuottaa kehittämistietoa edellä kuvattujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Tutkimustulosten pohjalta teen kehittämisehdotukset. Opinnäytetyöhön ei siis sisälly varsinaista kehittämis-/interventio-osuutta, vaan kehittämistoimenpiteet pannaan toimeen erikseen, osana organisaation toimintaa ja myös omaa päivittäistä työtäni.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun viestintä- ja markkinointipalvelut, eli yksikkö, jossa itse työskentelen viestintäsuunnittelijana. Kyse on siis myös oman työni kehittämisestä. Roolini ei ole ulkopuolinen tarkkailija tai konsultti, vaan olen itse mukana niin päivittäisessä työssä aiheen parissa kuin sen kehittämisessä. Minulla on arkiymmärrykseen perustuva käsitys teemasta, mutta opinnäytetyön tarkoituksena on päästä paremmin kiinni sosiaaliseen todellisuuteen, abstrahoida asia arkiymmärrystä pidemmälle. Aiheella on minulle selkeä henkilökohtainen merkitys, ja tutkimusmenetelmien kautta voin ottaa hetkellisesti myös etäisyyttä päivittäiseen työhöni ja nähdä kehittämistarpeet uusin silmin.

Sosiaalisen median käytöstä korkeakoulujen opiskelijaviestinnässä ei vielä ole juurikaan kotimaisia julkaisuja, vaikka korkeakoulujen opiskelijat ovat tyypillisesti olleet aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä. Tällä työllä voidaan valottaa tilannetta suomalaisessa korkeakoulussa. Sosiaalista mediaa yleisesti ottaen on toki tarkasteltu erilaisissa tutkimuksissa jo yli 10 vuoden ajan, mutta koska ilmiö on jatkuvasti laajeneva ja muuttuva, se vaatii myös jatkuvaa uudelleen-tarkastelua.

Sosiaalinen media tarkoitti pitkään lähinnä blogeja, Facebookia ja Twitteriä, mutta uusia muotoja ja kanavia, kuten WhatsApp, SnapChat ja Periscope, syntyy jatkuvasti ja varsinkin nuoret siirtyvät vikkellästi niihin ja hylkäävät vanhat kanavat. Osaksi tähän vaikuttaa se, että nuoret haluavat olla ”rauhassa omissa tiloissaan” (ks. esim. Lauha 2014, 13, Suominen 2013a, 112 ja Suominen 2013d, 288) ja esimerkiksi opettajien tai muun henkilökunnan läsnäolo sosiaalisen median foorumeilla ei ole välttämättä opiskelijoille mieluista. Tämä on konkreettinen ongelma myös korkeakoulun opiskelijaviestinnän näkökulmasta: kuka vie opiskelijoille viestiä, jos henkilökunta ei ole mukana heidän foorumeillaan? Sosiaalisen median ”hysten” keskellä on tärkeää muistaa myös opiskelijat, jotka eivät syystä tai toisesta halua lainkaan käyttää sosiaalista mediaa. Korkeakoulun opiskelijoiden ikäjakauma on laaja, eikä heitä voida jättää kohderyhmänä vain nuoria koskevan tiedon kautta. Tässä työssä pyritään etsimään ratkaisuja opiskelijaviestintään kaikki edellä mainitut näkökulmat huomioiden.

2 SOSIAALINEN MEDIA: VIESTINTÄÄ JA YHTEISÖLLISYYTTÄ

2.1 Sosiaalisen median käsitteistöä

Sosiaalista mediaa on määritelty sen lyhyen historian vaiheissa hieman eri tavoin. Tällä hetkellä määritelmät ovat kuitenkin melko yhtenäisiä. Esimerkiksi Rowan-Kenyon ym. (2016, 7–8) määrittelevät sosiaalisen median olevan tietokonevälitteisiä viestintätyökaluja, jotka mahdollistavat käyttäjilleen sisällön eri muotojen (esim. teksti, kuva, video) kuluttamisen ja tuottamisen ja mainitsevat, että nämä internetpohjaiset sovellukset perustuvat käyttäjien profiileista

luotaviin verkostoihin, joissa sisältöjä/informaatiota jaetaan ja vaihdellaan jäsenten kesken. Heidän mukaansa sosiaalisen median läpikutuneisuus, nopeus ja tehokkuus on lisääntynyt entisestään mobiililaitteiden yleistymisen myötä. Tässä työssä tämä määritelmä on riittävä ja kuvaa sosiaalisen median työn kannalta keskeisiä piirteitä. Pönkä (2014) korostaa, että olennaista sosiaalisessa mediassa sisältöjen ja teknologian lisäksi ovat ihmiset.

Sosiaalinen media -termin rinnalla on vuodesta 2012 alkaen käytetty myös sen lyhyempää muotoa, *some*, ja käytän sitä myös tässä työssä (ks. Suominen 2013c, 285). Erilaisten sosiaaliseen mediaan liittyvien termien käyttö ei ole vakiintunutta, ja varsinkin arkikielessä niitä käytetään sekaisin. Tässä työssä sosiaalisen median *palvelulla* tarkoitetaan erilaisia (kaupallisia) palveluita, kuten esimerkiksi Facebook, Twitter, Instagram tai YouTube. Näitä voitaisiin kutsua myös sosiaalisen median *sovelluksiksi*, koska niitä käytetään usein mobiililaitteisiin asennettavina erillisinä sovelluksina, mutta tällöin voisi tulla sekaannusta, koska useimpia näistä palveluista voi käyttää myös verkkoselaimella ilman erillisen sovelluksen asentamista.

Sosiaalisen median *kanavalla* puolestaan tarkoitetaan jossakin näistä palveluista olevaa, organisaatiolle perustettua omaa viestintäkanavaa, kuten ryhmää, sivua tai käyttäjätiliä. Esimerkiksi Xamkin markkinointikäyttöön tarkoitettu Instagram-tili @xamkfi olisi tässä työssä tarkoitettu sosiaalisen median kanava eli ”somekanava”, samoin kuin Xamkin Instagram-tili, Xamkin Facebook-sivu tai mikä tahansa yksittäinen Facebook-ryhmä. Kanava ei ole paras mahdollinen termi kuvaamaan sosiaalista mediaa, sillä perinteisten ”tiedon kuljetukseen” tarkoitettujen kanavien sijaan *some* muistuttaa pikemminkin alustaa, jossa sosiaalinen vuorovaikutus tapahtuu (ks. esim. Leonardi ym. 2013). Kanava on kuitenkin yleisempi ja tutumpi termi ja oletettavasti myös tutkimuksen kohdejoukolle ymmärrettävämpi.

Sosiaalisen median palveluita luokitellaan kirjallisuudessa usein palveluiden käyttötarkoituksen mukaan. Tässä työssä olennaisimpia ovat verkostoitumiseen ja yhteisöllisyyden luomiseen tarkoitettut palvelut. Esimerkiksi mikroblogin palvelu Twitter voidaan laskea tällaiseksi palveluksi, mutta sen erikoispiirre on, että kaikki siellä julkaistu on täysin julkista ja myös niiden ihmisten, jotka

eivät itse käytä Twitteriä, luettavissa. Kuka tahansa voi myös ryhtyä kenen tahansa seuraajaksi. Twitterissä ei myöskään muodosteta ryhmiä tai yhteisöjä samassa mielessä kuin esimerkiksi Facebookissa, joka soveltuukin paremmin informaation jakamiseen tuttujen ihmisten kanssa. (Isotalus ym. 2018, 9–14.)

Tässä työssä sosiaalista mediaa ajatellaan sekä organisaation viestintäkanavana että yhteisöllisyyden ja verkostojen alustana. Näitä kahta näkökulmaa on oikeastaan vaikea edes erottaa toisistaan, sillä yhteisöllisyys ja verkostoituminen somessa perustuvat juuri viestintään, joka tapahtuu verkostossa joka suuntaan. Somen ominaispiirre verrattuna muuhun organisaatioviestintään on juuri se, että siellä ei viestitä pelkästään ”ylhäältä alas” kuten monissa muissa organisaatioiden viestintäkanavissa tehdään, vaan kaikki mukana olijat voivat viestiä toisilleen riippumatta omasta asemastaan. Somen erityispiirteisiin kuuluu myös se, että viestinnässä käytetään tekstin lisäksi hyvin runsaasti kuvia tai videoita, mikä on nykyään vielä poikkeuksellista muuhun organisaatioviestintään, vaikkapa intranet-palveluihin, verrattuna.

2.2 Sosiaalinen media korkeakoulussa

Suomalaisia julkaisuja sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun viestinnässä ei ole vielä saatavilla. Vain Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijaviestintää koskevassa opinnäytetyössä (Myöhänen 2016) on käsitelty lyhyesti opiskelijoiden toiveita uudesta Respa-yhteisöpalvelusta. Tämä on hieman yllättävää, sillä korkeakoulu yhteisöt ovat perinteisesti olleet edelläkävijöitä somen käytössä myös Suomessa (ks. esim. Suominen 2013b, 132). Ehdottomasti kuuluisin esimerkki korkeakoulujen ja sosiaalisen median yhteydestä on Facebook, joka syntyi ja lähti kasvamaan nimenomaan Harvardin yliopiston opiskelijoiden keskuudessa vuonna 2004: Facebook myös pitkään pysyi pelkästään korkeakouluopiskelijoiden palveluna (ks. esim. Suominen 2013b, 128; McEwan 2011, 8). Myös esimerkiksi Jodel on ollut alun perin korkeakouluopiskelijoiden ja -kaupunkien somepalvelu (ks. esim. Rimpiläinen 2017).

Sosiaalisen median käyttöä organisaation sisäisessä viestinnässä on toki tutkittu jonkin verran (ks. esim. Leonardi ym, 2013). On kuitenkin eri asia, onko kyse työntekijöiden/henkilöstön keskinäisestä viestinnästä vai opiskelijoiden

välisestä viestinnästä, jossa myös henkilöstö on mukana. Organisaation sisäisellä viestinnällä viitataan yleensä organisaation henkilöstön viestintään. Opiskelijat muistuttavat monessa suhteessa enemmänkin organisaation asiakkaita kuin työntekijöitä. Heitä ei voida samalla tavalla velvoittaa esimerkiksi sisäisen somen käyttöön eikä heille tarjota työvälineitä kuten työntekijöille – tämä on merkityksellistä esimerkiksi somekanavien mobiilikäytön kannalta. Jos työnantaja tarjoaa työntekijöiden käyttöön puhelimet, joilla sisäisen somen käyttö onnistuu, tämä helpottaa viestintää huomattavasti. Opiskelijoilla sen sijaan on hyvin paljon erilaisia puhelinmalleja, ja on haastavaa saada sisäisen viestintän kanavat sellaisiksi, että ne toimisivat takuuvarmasti kaikilla puhelimilla. Tämä on vain yksi esimerkki eroista, mutta asia, joka on käytännössä todettu merkitseväksi.

Rowan-Kenyon ym. (2016, 7–8) toteavat, että sosiaalinen media on korkeakoulujen kannalta tärkeä ulottuvuus, joka vaikuttaa niin yksilön kuin ryhmänkin käyttäytymiseen sekä kampuskulttuuriin. He korostavat, että korkeakoulujen tulisi ottaa selvää, kuinka ne voivat somen avulla vaikuttaa opiskelijoiden ja korkeakoulun toimintaan eri osa-alueilla ja olla innovatiivisia päättäessään uusista toimintatavoistaan. Korkeakoulujen opiskelijat ovat joka tapauksessa aktiivisia somen käyttäjiä ja tällä on monia vaikutuksia myös korkeakoulun toimintaan niin opetuksessa kuin sen ulkopuolellakin. (Se vaikuttaa myös heihin, jotka eivät edes itse käytä somea.) Rowan-Kenyon ym. (2016, 18, 21) mainitsevatkin tehneensä monografiansa voidakseen auttaa korkeakouluja tavoittamaan opiskelijat käyttämällä näiden tyypillisiä viestintävälineitä ja että mobiilivälitteisen somen nopeus ja tehokkuus tekee siitä sopivan nimenomaan koulutus- ja tietopainotteisille yhteisöille. Samalla hekin toteavat, että sosiaalisen median käytöstä korkeakouluissa on tehty vasta varsin vähän tutkimusta.

Korkeakoulujen sosiaalisen median käyttö ei ole minkään yhden tieteenalan sisään jäävä teema. Esimerkiksi Rowan-Kenyon ym. (2016, 21) mainitsevat käyttäneensä aihetta käsittelevässä monografiassaan ainakin kasvatuksen, viestinnän, psykologian, sosiologian, liiketalouden ja tietojenkäsittelyn tutkimuksia ja julkaisuja. Samalla he (em., 24) toteavat, että sosiaalinen media on yksi kiinteä osa nykyajan opiskelijan digitaalista elämää ja olisi keinotekoista erottaa somea siitä omaksi osaseksi. Somen käyttöä korkeakouluissa on maailmalla tutkittu hyvin monien erilaisten teemojen kautta. Esimerkiksi Nevzat

ym. (2016) havaitsivat, että opiskelijan kokemuksella yliopiston Facebook-yhteisön vahvuudesta on yhteys opiskelijan identifioitumiseen osaksi yliopistoyhteisöä ja opiskelijan uskollisuuteen yliopiston brändiä kohtaan: uskollisuus ja lojaalisuus puolestaan johtavat suurempaan panostukseen opinnoissa ja halukkuuteen puhua hyvää yliopistosta. Vorderer, Krömer ja Schneider (2016) tutkivat korkeakouluopiskelijoiden sosiaalisen median ja älylaitteiden käyttötottumuksia ja havaitsivat, että opiskelijoille on tärkeintä olla jatkuvasti yhteydessä toisiinsa. O'Connor, Schmidt ja Drouin (2016) tutkivat opiskelijoiden tietämystä ja näkemyksiä korkeakoulunsa sosiaalisen median ohjeista ja valvonnasta ja havaitsivat, että suurin osa ei tiennyt korkeakoulun some-ohjeiden olemassaolosta eikä sisällöstä eikä halunnut, että korkeakoululla olisi oikeus puuttua opiskelijoiden somekäyttäytymiseen. Kelling, Kelling & Lennon (2013) puolestaan totesivat, että opiskelijat turvautuivat mieluummin perinteisempiin vaikuttamiskeinoihin kuin somen käyttöön mielenilmauksissaan, kun korkeakoulun yksikkö päätettiin lakkauttaa. Omilion-Hodges ja McClain (2015) sen sijaan havaitsivat, että kriisiviestintätilanteissa korkeakouluopiskelijat ovat aktiivisia tiedonjakajia ja levittävät pääasiassa oikeansisältöistä tietoa.

Rowan-Kenyon ym. (2016, 29–30) muistuttavat, että somen hyödyntämisessä opiskelijoiden odotusten ja korkeakoulun resurssien välillä voi olla kuilu: opiskelijat odottavat somen ja mobiiliteknologian hyödyntämistä ja heillä on usein vähintään kaksi mobiililaitetta käytössään, mutta jo kampusten verkkoyhteydet voivat hankaloittaa niiden hyödyntämistä. Tämä on ollut aiemmin nähtävissä myös opiskelijoiden antamissa palautteissa ja verkkoyhteyksiä kampuksilla on sittemmin parannettu. Myös Xamkin nykyisin markkinoinnissaan käyttämän lauseen ”kampuksena koko maailma” tulkitaan usein viittaavan siihen, että verkkopalveluiden välityksellä voi hoitaa kaiken opiskeluun liittyvän ja tämä voi luoda odotuksia myös korkeakoulun some-palveluiden suhteen. Strategiassa (Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategia 2018–2030 2017, 4) puhutaan ajasta ja paikasta riippumattomasta opetuksesta ja opiskelijat tuntuvat odottavan, että myös opetuksen tukipalveluiden tulisi toimia 24/7. Esimerkiksi Korteso ja Patjas (2011) muistuttavat, että some-asiakaspalvelu edellyttää useimmiten sitä, että organisaatiossa on myös iltaisin ja viikonloppuisin töissä ihmisiä, jotka viestivät asiakkaille.

Toisaalta osa opiskelijoista haluaa pitää opiskelun ja vapaa-ajan tiukasti erillään sosiaalisessa mediassa (Dahlstrom ym. 2015, Rowan-Kenyonin ym. 2016, 32 mukaan). McEwan (2011, 19) viittaa useisiin tutkimuksiin, joiden mukaan opiskelijat eivät odota korkeakoulun henkilökunnan olevan kanssaan vuorovaikutuksessa somepalveluissa ja saattavat pitää sitä jopa tunkeilevana.

Opiskelijaviestintää sosiaalisessa mediassa voidaan ajatella paitsi tiedottamisena ja yhteisöllisyyden rakentamisena, myös asiakaspalveluna. Asiakaspalvelu yhdistetään useimmiten organisaation ulkoisen viestinnän kanaviin ja kohderyhmiin, mutta jos opiskelijoita ajatellaan korkeakoulun asiakkaina, ajatusta voidaan hyvin soveltaa myös sisäisen viestinnän somekanaviin. Korteso ja Patjas (2011, 14–15) painottavat asiakaspalveluoppaassaan, että some on tehokas ja edullinen asiakaspalvelun kanava, sillä se on vuorovaikutteinen, usein reaaliaikainen, tieto on helposti tallennettavissa ja vertaisverkoistoissa tieto kulkee nopeasti laajalle, eli kun somessa vastataan yhdelle kysyjälle, myös muut näkevät vastauksen. Some on monelle asiakkaalle helpompi ja mieluisampi tapa asioida kuin vaikkapa soittaminen tai sähköpostin lähettäminen: asiakas voi olla paikassa, josta ei voi hoitaa asioita puhelimessa puhumalla, hän saattaa haluta kirjallisen dokumentin keskustelustaan tai hänen on helpompi omaksua asioita lukemalla, tai hän ei voi soittaa juuri niinä aikoina, kun asiakaspalvelu on avoinna. Henkilökohtaisia asioita ei toki aina voi eikä kannata somen kautta hoitaa, edes yksityisviestillä, koska tietoturvasta ei ole varmuutta. Tällöin somen asiakaspalvelussa voidaan ohjata oikeaan paikkaan hoitamaan asiaa. Jo vuonna 2011 some-asiakaspalveluoppaan kirjoittajat ovat linjanneet, että some sopii jopa asiakaspalvelun pääkanavaksi, jos kyseessä on business-to-customer-yritys, toimiala, jolla avoimuus on mahdollista, jonka tuotteet tai palvelut ovat halpoja, kohderyhmä on alle 40-vuotiaita ja se toimii media- tai IT-alalla. Yrityksen tulisi näkyä niissä somepalveluissa, joita sen asiakkaatkin käyttävät, ja noudattaa ja kunnioittaa palvelun käyttäjien luomia, epävirallisia pelisääntöjä eli mukautua ympäristöön. Somessa asiakaspalvelu perustuu myös kuuntelemiseen ja keskusteluiden seuraamiseen eikä ole siis pelkästään kysymyksiin vastaamista. (Korteso & Patjas 2011, 16–18, 79–80.)

Xamkin tapauksessa esimerkiksi opintotoimisto tai IT-tuki voisi olla edellä mainitun tyyppinen asiakaspalvelutaho, jota koskeviin kysymyksiin opiskelijoille

voitaisiin hyvin vastata myös sisäisessä somekanavassa. Tällä hetkellä osa opiskelijoiden kysymyksistä tulee ulkoisten somekanavien kautta, mikä ei ole tarkoituksenmukaista varsinkaan silloin, kun ne koskevat erilaisia ongelmatilanteita, sillä ne myös vaikuttavat Xamkin maineeseen näkyessään julkisina kaikille someseuraajille. Sen sijaan olisi usein erittäin hyvä, että kysymys ja vastaus näkyisivät suurelle joukolle Xamkin opiskelijoita, jolloin informaatio leviäisi parhaiten heille, joita asia koskee. Tämän vuoksi olisi hyödyllistä, jos Xamkillä olisi somekanava nimenomaan opiskelijoita varten.

On huomattava, että eri ikäryhmät käyttävät sosiaalisen median palveluita eri tavoin. Pönkä (2015) on tulkinut nuorten sosiaalisen median käytöstä kertovia tilastoja siten, että ns. diginatiivit eivät verkostoidu sosiaalisessa mediassa laajasti, vaan viihtyvät omissa pienissä yhteisöissään esimerkiksi WhatsAppissa ja SnapChatissa. YouTubessa enimmäkseen katsellaan muiden tuottamia sisältöjä; vain pieni osa nuorista tuottaa itse videoita kanaville. (Pönkä 2015.) Korkeakouluissa on hyvin monenikäisiä opiskelijoita, mikä oletettavasti vaikuttaa myös heidän odotuksiinsa somen käyttötavoista myös korkeakoulu yhteisössä. Ei siis voida puhua pelkästään nuorista ja nuorten käyttötottumuksista, kun puhutaan somen käytöstä Xamkissa.

2.3 Opiskelijoiden yhteisöllisyys ja sosiaalinen media

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategiassa (2017) yhteisöllisyyttä painotetaan monessa kohdassa, mutta sitä ei varsinaisesti määritellä. Tuomi (2005) toteaa, että koko yhteisöllisyyden käsitettä on pidetty sosiologiassa ongelmallisena: ”Yhteisöllisyydelle on useita määritelmiä eikä mikään niistä tunnu kattavan yhteisöllisyyden eri muotojen rikkautta.” Yhteisöllisyys voidaan nähdä esimerkiksi suhteena, jossa monta yksilöä yhdessä rakentaa yhteisöllisyyttä, joka taas toteutuu yhteisön käytännöissä, jotka muodostavat rakenteet ja muodostavat yhteisön pysyvyyden. Yhteisöllä on rajat, ja niiden sisällä yhteisöä yhdistää riittävä samanlaisuus, joka voi syntyä monin eri tavoin. (Tuomi 2005, 158–160.)

Korkeakoulun näkökulmasta yhteisöllisyys ja korkeakouluun sitoutuminen on tärkeää, koska se lisää todennäköisyyttä sille, että opiskelija suorittaa opin-
tonsa loppuun asti eikä jätä niitä kesken tai siirry toiseen korkeakouluun (ks.

esim. McEwans 2011, 5). Tämä on myös Xamkin näkökulmasta keskeistä, sillä opiskelijoiden suorittamien tutkintojen määrä on ammattikorkeakoulujen rahoitusperusteista nykyisin kaikista tärkein (ks. esim. Peltola 2017). Suomesakin on laadittu runsaasti selvityksiä opintojen keskeytymisen syistä. Esimerkiksi Kalima (2011) on todennut, että hyvä sosiaalinen vuorovaikutus niin muiden opiskelijoiden kuin henkilökunnankin kanssa on erittäin merkittävä tekijä siinä, harkitseeko opiskelija opintojen keskeyttämistä. Vanhemmat opiskelijat ovat vähemmän tekemisissä toisten opiskelijoiden kanssa opintojen ulkopuolella ja he kokevat vuorovaikutuksen huonommaksi. Jos opiskelijat ovat poissa lähiopetuksesta, sosiaalinen vuorovaikutus ymmärrettävästi jää vähäisemmäksi, ja poissaolot ovat merkittävä ennustava tekijä opintojen keskeytymiseen. Tämän vuoksi korkeakoulun kannattaisi panostaa erilaisiin yhteisöllisyyttä tukeviin toimiin. (Kalima 2011, 248--250.)

Suomessa tehty kaikkia korkeakouluopiskelijoita koskeva laaja tutkimus osoittaa, että jopa 22 prosenttia korkeakouluopiskelijoista koki, ettei kuulu mihinkään opiskeluun liittyvään ryhmään (esim. vuosikurssi, laitos, graduryhmä, ainejärjestö). Ikäryhmien välillä oli eroja, ja ryhmään kuulumisen tunne oli yleisintä alle 25-vuotiailla. Tilanne on kohentunut, sillä vuonna 2016 ammattikorkeakouluopiskelijoista 69 prosenttia koki kuuluvansa johonkin ryhmään, kun aiemmissa tutkimuksissa osuus oli vain 53–54 prosenttia. (Kunttu ym. 2016, 76.) Ryhmiin kuulumattomien määrä on silti edelleen huomattava.

Xamkissa yhteisöllisyyttä tuetaan esimerkiksi vertaistutoroinnilla, jonka kehittämisestä onkin tehty tuore opinnäytetyö (Vissel & Ylönen 2018). Yhteisöllisyyden kehittämistä korkeakoulussa ei voi kuitenkaan jättää vain opiskelijoiden vastuulle, vaan korkeakoulun on myös järjestettävä esimerkiksi vapaa-ajan harrastustoimintaa ja edistettävä sosiaalista hyvinvointia myös pedagogisilla toimilla, kuten opintojen alussa toteutettavalla ryhmäytymistä tukevalla ohjelmalla (Pantzar 2013). Voidaan siis ajatella, että myöskään somessa yhteisöllisyyden tukemista ei voida jättää opiskelijoiden ja tuutoreiden harteille, vaan korkeakoulun henkilöstön on oltava siinä mukana. Tuomi (2005, 135) muistuttaa, että viestintäteknologian muuttuessa yhteisöllisyys ei katoa, mutta sitä ilmaistaan uusilla tavoilla: ”Internet mahdollistaa uusia yksilöllisyyden ja yhteisöllisyyden muotoja. Sen luomat uudet yhteisöt etsivät vastauksia yhteisöllisyyden kysymyksiin ja samalla näyttävät, miten yhteisöllisyyden ehdot

ovat parhaillaan muuttumassa. Samalla ne näyttävät, mistä yhteisöllisyydessä oikeastaan alun perin oli kysymys.”

Rowan-Kenyon ym. (2016) viittaavat useisiin tutkimustuloksiin, joiden mukaan Facebookin käytöllä on useita myönteisiä vaikutuksia opiskelijan siirtyessä lukiosta collegeen/korkeakouluun, sillä se mahdollistaa yhteyksiä, vuorovaikutuksia ja vertaistukea: se esimerkiksi yhdistää opiskelijat tehokkaasti sekä kanssaopiskelijoihin että henkilökuntaan ja auttaa näin opiskelijaa hyödyntämään opetuksen ulkopuoliseen elämään liittyviä mahdollisuuksia; auttaa luomaan ystävyyssuhteita tulevien luokkatovereiden kanssa, tukee sopeutumisprosessia, sosiaalista integraatiota ja auttaa opiskelijaa oppimaan yhteisön käyttäytymisnormeja; antaa opiskelijoille paremman mahdollisuuden tutustua korkeakoulun kulttuuriin ja saada tietoa tulevista opiskelutovereistaan. (Rowan-Kenyon ym. 2016, 48–50.)

Suomessa sosiaalista mediaan käytetään esimerkiksi asepalvelukseen astumisen helpottamiseksi; kohderyhmä tässä on suunnilleen samaa ikäluokkaa kuin pääosa ammattikorkeakoulujen uusista opiskelijoista. Facebook-ryhmien avulla varusmiehet voivat tutustua palvelustovereihinsa ja asepalveluksen arkeen jo ennen palveluksen alkua (Puolustusvoimat 2017, 36).

Somen käytön ja sosiaalisten suhteiden luomisen välisistä yhteyksistä on kuitenkin myös ristiriitaisia tutkimustuloksia: on esimerkiksi todettu, että uudet opiskelijat etsivät somen kautta asuinkavereita, mutta välttelivät uusien tuttavuuksien solmimista; tai että he käyttivät somea vahvistaakseen omaa mainettaan ja asemaansa muiden opiskelijoiden silmissä (Rowan-Kenyon ym. 2016, 48–50).

Rowan-Kenyon ym. (2016) listaavat myös tutkimuksia, joissa on tutkittu opintojen aikana solmittavien suhteiden ja yksinäisyyden suhdetta somen käyttöön. Näissä on saatu muun muassa seuraavia tuloksia: ensimmäisen vuoden opiskelijat ylläpitävät somessa suhteita niihin opiskelukavereihin, jotka ovat ensin tavanneet kasvotusten; he käyttävät somea myös sosiaalisen verkoston kasvattamiseen, suhteiden luomiseen ja saadakseen sosiaalista hyväksyntää. Monien tutkimusten mukaan opiskelijan kokema yksinäisyys sekä huono sopeutuminen korkeakoulu yhteisöön ja Facebookin käyttö suhteiden

luomiseen ovat yhteydessä, mutta monografian kirjoittajat muistuttavat, että näistä tuloksista ei voida vetää suoria johtopäätöksiä syy-seuraussuhteista. (Rowan-Kenyon ym. 2016, 51–52.)

Myös McEwan (2011) on selvittänyt, kuinka Facebook voi helpottaa tai haitata opiskelijoiden sosiaalista integroitumista korkeakouluun. Facebookin toiminta ja käyttötavat ovat muuttuneet tuon selvityksen jälkeen, mutta joitakin vielä nykyisinkin kiinnostavia tuloksia selvityksestä löytyy. Tutkimusten mukaan runsaasti Facebookia käyttävät opiskelijat ovat myös muilla tavoin sosiaalisesti aktiivisia, esimerkiksi osallistuvat enemmän opiskelijajärjestötoimintaan ja juhliin. McEwanin mukaan Facebook voi kuitenkin auttaa myös arempia opiskelijoita luomaan ns. heikkoja siteitä opiskelutovereihinsa ja edistää ryhmään kuulumisen tunnetta. Hän kuitenkin muistuttaa, että korkeakoulun on huolehdittava siitä, että erityisesti uusilla opiskelijoilla on mahdollisuus tutustua opiskelukavereihin ja korkeakouluun myös kasvotusten eli ”offlinessa”. Tällä voidaan vahvistaa korkeakouluuyhteisöön kuulumisen tunnetta ja luomaan uutta sosiaalista verkostoa sen sijaan, että uusi opiskelija ripustautuisi verkon välityksellä vanhaan sosiaaliseen verkostoonsa kuten perheeseensä ja lukiokavereihinsa välttääkseen yksinäisyyden tunnetta. Sosiaalisten kontaktien luomisen liiallinen painottuminen someen voi johtaa myös siihen, että opiskelijan kasvokaisviestinnän taidot eivät kehity korkeakouluuyhteisön edellyttämällä tavalla. McEwan viittaa myös useisiin tutkimuksiin, joiden mukaan runsas Facebookin käyttö voi johtaa yksinäisyyden tunteen pahenemiseen, kun opiskelija näkee muiden opiskelijoiden ylikorostunutta sosiaalista aktiivisuutta ja vertaa sitä omaan sosiaaliseen elämäänsä. (McEwan 2011, 16—19.) Tämä ilmiö on ollut myös suomalaisessa somea koskevassa keskustelussa pinnalla viime vuosina, muutoinkin kuin opiskelijoiden osalta.

Voidaan siis todeta, että sosiaalisen median mahdollisuuksien ja vaikutusten tutkiminen on relevanttia paitsi viestinnällisestä, myös yhteisöllisyyden näkökulmasta. Tutkimusta tehdessä on pidettävä mielessä, että somen käytöllä voi olla sekä myönteisiä että kielteisiä seurauksia niin yksilö kuin korkeakoulunkin kannalta.

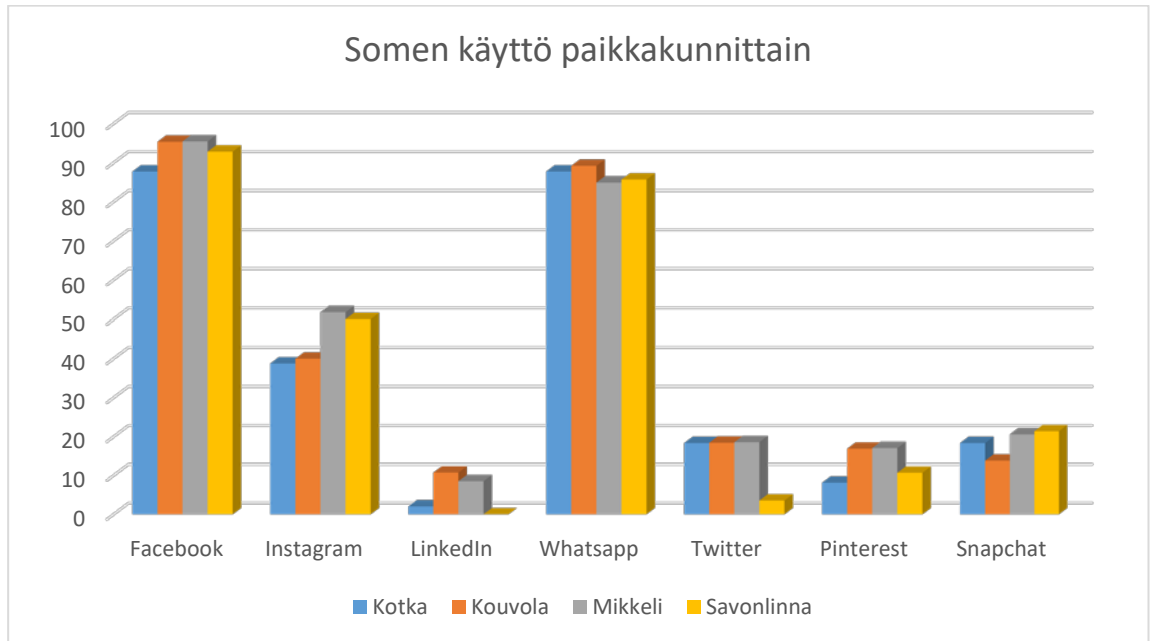
3 XAMKIN OPISKELIJAVIESTINTÄ

3.1 Aiemmista kartoituksista saatu tieto

Kehittämisen lähtökohta on nykytilanteen mahdollisimman kattava tarkastelu. Lähtötilanteen kartoituksessa aineistona käytin muun muassa opiskelijaviestinnän kehittämisprojektissa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun (Kyamk) ja Mikkelin ammattikorkeakoulun (Mamk) opiskelijoille tehtyjen opiskelijaviestinnän kyselyiden tuloksia sekä kaikilla kampuksilla järjestettyjen opiskelijaviestinnän workshopien aineistoa. Sosiaalisen median käytöstä Mikkelin ammattikorkeakoulussa on tehty myös opinnäytetyö (Muhonen 2012), mutta siinä on keskitytty pääasiassa sosiaalisen median opetuskäyttöön ja koska työn valmistumisesta on jo kuusi vuotta, se ei sovellu lähtötilanteen kuvaukseen. Korkeakoulun laatu järjestelmän mukaisissa opiskelijatytyväisyyskyselyissä ei ole ollut sosiaalista mediaa koskevia kysymyksiä, joten niiden tuloksia ei voida käyttää lähtötilanteen kuvauksessa.

Ennen korkeakoulujen fuusiota Kyamkissa ja Mamkissa siis toteutettiin opiskelijaviestinnän kehittämisprojekti, jossa teimme muun muassa opiskelijaviestintää koskevan kyselyn syksyllä 2015 aloittaneille opiskelijoille. Kyselyn aiheena olivat erilaiset viestintään ja markkinointiin liittyvät asiat, joista opiskelijoilla oli kokemusta joko ajalta ennen opintojen aloittamista Kyamkissa/Mamkissa tai opintojen alusta korkeakoulussa. Kyselyyn vastasi suomeksi 352 ja englanniksi 55 opiskelijaa. Eniten vastaajia oli nuorista ikäryhmissä (alle 30-vuotiaat), mutta vastaajia on kuitenkin kaikista ikäryhmistä. Vastaajat edustavat kaikkia toteutuksia (päivätoteutus, monimuotototeutus, YAMK) ja vastaajia oli kaikilta kampuksilta. (Kauppinen, Taina & Haapanen 2016.)

Osana kyselyä kysyttiin myös sitä, missä sosiaalisen median palveluissa vastaaja itse oli mukana. Kuvassa 1 on esitetty suomenkielisen kyselyn vastaajien vastaukset jaoteltuna paikkakunnittain. Kuvasta huomataan, että sosiaalisen median käytössä on jonkin verran paikkakuntaeroja. Oletettavasti eroja on myös eri ikäryhmien ja koulutusalojen välillä. Jos Xamkille haluttaisiin perustaa yksi opiskelijaviestintään tarkoitettu sosiaalisen median kanava, ei siis voida olettaa, että sillä tavoitettaisiin kaikki opiskelijat, koska kaikki eivät käytä samoja palveluita.



Kuva 1. Sosiaalisen median palveluiden käytön jakauma paikkakunnittain (Kauppinen, Taina & Haapanen 2016.)

Kyselyssä kysyttiin myös, miten vastaaja odottaa korkeakoulun näkyvän sosiaalisen median kanavissa. Kysymyksessä ei eritelty markkinointiviestintää ja opiskelijaviestintää, joten vastauksia tuli molemmista näkökulmista. Avoimien vastausten perusteella voidaan todeta, että erityisesti oman ”porukan” (luokan, aloitusryhmän, koulutusohjelman tms.) ryhmää pidetään tärkeänä. Sosiaalisesta mediasta odotetaan ennen kaikkea tietoa ja kuvia tapahtumista, mutta myös arjesta (*”behind the scenes”*).

Itse asiassa käytän sosiaalista mediaa viihteeksi ja rentoutumiseksi, joten en etsi sieltä opiskeluun tai työhön liittyvää näkyvyyttä. (yamk-opiskelija)

Somessahan kaikki nykyään on että sitä kautta moni tieto tulee nopeimmin perille. (monimuoto-opiskelija)

Kiva lisä olisi, että facessa muistutettaisiin kursseille ilmoittautumisesta. (päiväopiskelija)

(Kauppinen, Taina & Haapanen 2016.)

Kyselytulosten pohjalta suunnittelimme opiskelijaviestinnän workshopit, joissa henkilökunta ja opiskelijat laativat yhdessä opiskelijaviestinnän palvelupolkuja

opiskelun eri vaiheisiin (hakuvaihe / uusi opiskelija, opintojen aikana, opintojen jälkeen / alumnivaihe) ja pohtivat, mitä viestintäkanavia missäkin vaiheessa ja missäkin tarkoituksessa käytetään ja/tai mitä haluttaisiin käyttää. Workshoppeissa havaittiin sosiaalisen median palveluiden tarpeellisuus kaikissa edellä mainituissa vaiheissa. (Kauppinen, Taina & Haapanen 2016.) Myös Mamkissa tehdyssä opinnäytetyössä on todettu, että sosiaalinen media voisi olla alumni-toiminnan kannalta tärkeä väline (Honkaniemi 2014).

Jo ennen opiskelijaviestinnän kehittämisprojektia Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa oli tehty ns. yhteysopiskelijapilotti. Pilotti koski tuote-tiimin alaisia ryhmiä, joita oli noin viisitoista. Pilotin aikana jokaiseen opiskelijaryhmään nimettiin yhteysopiskelija, joka oli siis yksi kyseisen ryhmän opiskelijoista. Pilotin tuloksena todettiin, että yhteysopiskelijan toimenkuvan ytimessä on Facebook-viestintä omalle ryhmälleen. Lisäksi havaittiin, että yhteysopiskelijat saattaisivat tarvita keskinäiseen yhteydenpitoonsa oman sosiaalisen median kanavan. Pilotissa nousi esille myös se näkökulma, että sosiaalisen median kautta voidaan tavoittaa nekin opiskelijat, jotka ovat ilmoittautuneet poissaoleviksi eivätkä pääse koulun virallisiin viestintäkanaviin. (Haapanen 2014.)

Kaikki lähtötilanteen kartoituksessa käytetyt tietolähteet osoittavat, että sosiaalisen median hyödyntämiselle opiskelijaviestinnässä on tilausta. Niistä ei kuitenkaan nouse yhtä, yksinkertaista ratkaisua siihen, kuinka tämä toteutettaisiin. Siksi on tarpeellista selvittää asiaa tässä työssä tarkemmin.

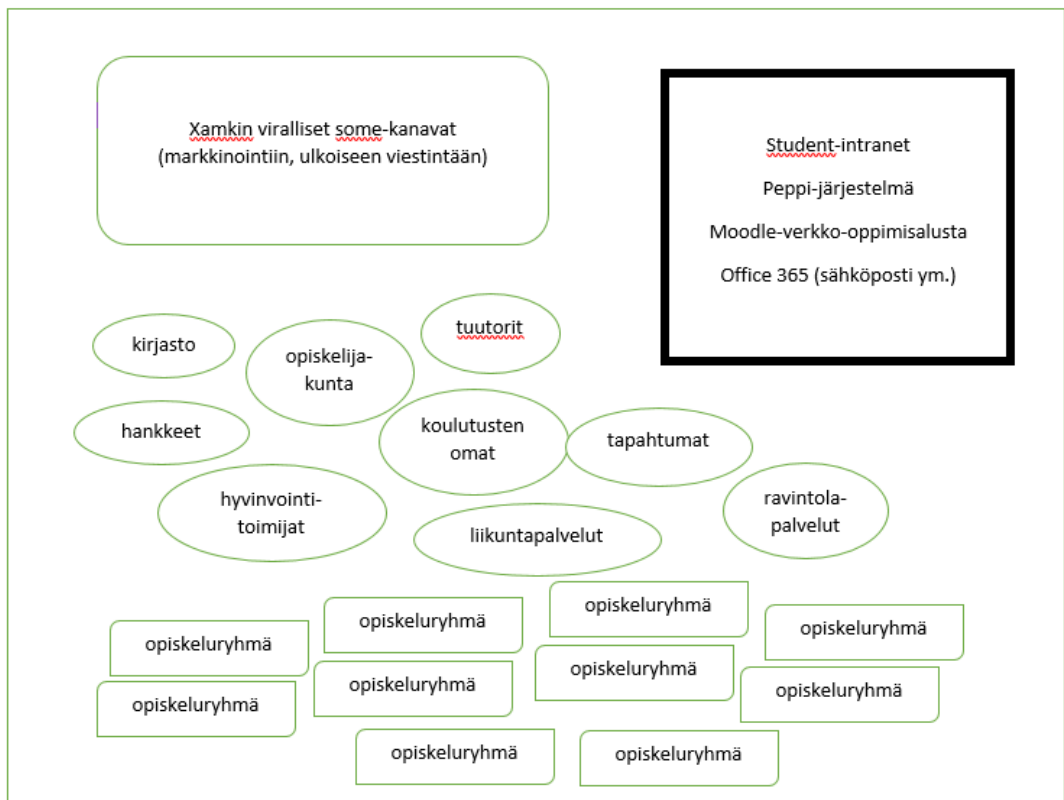
3.2 Käytössä olevat viestintäkanavat

Xamkin opiskelijaviestinnän viralliset kanavat lähtötilanteessa ovat Student-intranetpalvelu sekä sähköposti. Kyamkin ja Mamkin yhteinen opiskelijoiden intranet, Student, julkaistiin jo vuoden 2015 alussa eli ennen fuusiota (Kauppinen & Taina 2015) ja siellä julkaistaan kaikki opiskelijoita koskevat yhteiset tiedotteet. Kullakin koulutuksella on intranetissä myös oma osio, jossa on mahdollista tiedottaa koulutuksen omista ajankohtaisista asioista. Osa yhteisistä tiedotteista lähetetään opiskelijoille myös sähköpostitse. Lisäksi verkko-oppimisolusta Moodlea käytetään usein opintoihin liittyvässä tiedottamisessa. Vuoden 2017 alussa Xamkissa käyttöön otettu Peppi-palvelukokonaisuus ei varsi-

naisesti ole viestintäkanava, mutta sieltä opiskelija saa tietoa omista opinto-suorituksistaan ja siellä mm. ilmoitaudutaan opintojaksoille. Kaikki nämä palvelut vaativat kirjautumisen opiskelijatunnuksilla.

Opiskelijaviestinnän kanavista ei ole minkäänlaista yhteyttä sosiaalisen median palveluihin. Esimerkiksi intranet-uitisia ei ole mahdollista eikä järkevää jakaa esimerkiksi ryhmin omiin sosiaalisen median ryhmiin, koska uutisista ei näe edes otsikkoa ilman intranetiin kirjautumista. Koska intranetin kirjautumisissa on ollut myös teknisiä ongelmia ja opiskelijat ovat kokeneet kirjautumisen työläänä, uutisten jakaminen intranetistä ei todennäköisesti ole ollut houkutteleva tapa levittää tietoa.

Opiskelijaviestinnän järjestelmien ja sosiaalisen median kanavien tilanne tutkimushetkellä on kuvattu kuvassa 2. Viralliset viestintäkanavat ja järjestelmät ovat erillään sosiaalisesta mediasta. Sosiaalisessa mediassa on useita ”ta-soja”, jotka kuvataan seuraavassa.



Kuva 2. Xamkin opiskelijaviestinnän järjestelmät ja sosiaalisen median kanavat

Xamkin viralliset sosiaalisen median kanavat ovat pääasiassa viestintä- ja markkinointipalveluiden ylläpitämiä kanavia, joiden päätarkoitus on opiskelija-markkinointi eli potentiaalisten uusien opiskelijoiden tavoittaminen sekä muu ulkoisille sidosryhmille viestiminen. Xamk on mukana ainakin seuraavissa sosiaalisen median palveluissa: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Ask.fm, SnapChat ja V Kontakte.

Vaikka Xamkin kanavat näissä on tarkoitettu ulkoiseen viestintään, käytännössä niissä kuitenkin nykyisin tapahtuu jo monia opiskelijaviestintään liittyviä asioita: esimerkiksi monista tapahtumista viestitään jo nyt opiskelijoille myös em. kanavien kautta. Eri tahoilta sekä Xamkin sisältä että ulkopuolelta tulee jatkuvasti pyyntöjä, että opiskelijoille tarkoitettuja asioita ”mainostettaisiin” Xamkin markkinointiin tarkoitetuissa sosiaalisen median kanavissa, joten opiskelijaviestinnän sosiaalisen median kanavan tarve on siinäkin mielessä ilmeinen. Myös monet opiskelijat itse ovat mukana tuottamassa sisältöjä niihin osana promoottorikoulutusta (Ilmanen 2018). Rajanveto ei ole selkeää, mutta pääasiassa on pyritty siihen, että selvästi vain opiskelijoille tarkoitetuista asioista, kuten opintojaksoilmoittautumisista tai harrastusryhmistä, ei ole tiedotettu ulkoiseen viestintään tarkoitetuissa kanavissa.

Nykyisten kanavien riittämättömyys on myös havaittu erityisesti tilanteissa, joissa Xamkin tietojärjestelmät ovat teknisten ongelmien vuoksi olleet tilapäisesti poissa käytöstä. Tällöin opiskelijoille on täytynyt tiedottaa aiheesta palveluissa, jotka eivät ole riippuvaisia Xamkin kirjautumisjärjestelmästä. Käytännössä sosiaalinen media on tuolloin ollut ainoa nopea keino tavoittaa opiskelijat ja näissä tilanteissa on täytynyt turvautua ulkoiseen viestintään tarkoitettujen kanavien käyttöön.

Edellä mainittujen kanavien lisäksi tilanne on varsin kirjava. Monilla Xamkin palveluyksiköillä, esimerkiksi kirjastolla, opiskelijahyvinvoinnin toimijoilla ja liikuntatoiminnalla, on omia kanaviaan: Facebook-sivuja, Instagram-tilejä ja muita väyliä, joissa he viestivät omista palveluistaan. Myös monet koulutukset ovat perustaneet omia kanavia, esimerkiksi Facebook-ryhmiä, jotka vaikuttavat olevan tarkoitettuja sekä sisäiseen viestintään (koulutusten opiskelijoille) että ulkoiseen viestintään (markkinointi). Lisäksi useimmilla luokilla/opiskelija-

ryhmillä on joko Facebook- tai Whatsapp-ryhmä tai molemmat ryhmän keskinäiseen viestintään – usein vertaistuutorit ovat perustaneet nämä heille jo ennen opintojen alkua (ks. esim. Vissel & Ylönen 2018, liite 2). Myös erilaisilla ”aktiiviryhmillä” kuten vertaistuutorit, harrastetuutorit, promoottorit, kansainväliset tuutorit jne. on omat Facebook- tai Whatsapp-ryhmät. Tämän lisäksi on vielä varmasti lukemattomia muita kanavia, ja uusia syntyy koko ajan. Opiskelijakunta Kaakolla on myös omia sosiaalisen median kanavia eri palveluissa.

Tässä työssä ei tutkita näiden edellä mainittujen sosiaalisen median kanavien käyttöä, mutta on todennäköistä, että ne tulevat esille aineistoa kerätessä ja analysoitaessa. Sen sijaan tässä työssä halutaan tutkia uuden, mahdollisesti perustettavan Xamkin yhteisen, sisäisen sosiaalisen median kanavan käyttöä.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimusongelmat

Tämän tutkimuksen perusote on naturalistinen: tutkimuksessa edetään induktiivisesti eli yksittäisistä, erityisistä tapauksista yleisemmälle tasolle. Tutkimuksen kohteena oleva ilmiö on siis sosiaalisen median käyttö opiskelijaviestinnässä ja kontekstina korkeakoulu, erityisesti Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Tavoitteena on muodostaa kokonaisnäkemys ilmiöstä eli sosiaalisen median käytöstä korkeakoulukontekstissa. Tutkimuksessa ei testata mitään olemassa olevaa teoriaa.

Tutkimuksen intressi on sekä hermeneuttinen eli tulkitseva että käytännöllinen. Tavoitteena on ymmärtää opiskelijoiden tapoja käyttää sosiaalista mediaa ja siihen liittyviä toiveita. Toisaalta tavoitteena on tuottaa toimeksiantajan käyttöön konkreettista tietoa opiskelijoiden tarpeista ja toivomuksista. Tuomi ja Sarajärvi (2011, 35) tiivistävät ajatuksen: ”[– –] kokemuksen tutkimisessa on oletus, että tutkittavat ilmiöt ovat sellaisenaan läsnä elämiskaikissa, mutta muodossa, joka ei avaudu käsitteellistämälle ja ymmärtämälle suoraan. Niinpä tutkijan on rajattava tämä kokonainen maailma tulkinnan kautta.”

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa kehittämistietoa, jotta tiedetään, millaisia mahdollisuuksia ja tehtäviä sosiaalisella medialla on opiskelijaviestinnässä ja ennen kaikkea yhteisöllisyyden luomisessa uudessa korkeakoulussa. Tutkimuskohteena ovat opiskelijoiden omat käsitykset, mielipiteet ja visiot sosiaalisen median käytöstä opiskelijaviestinnässä nyt ja tulevaisuudessa. En siis tutki esimerkiksi henkilökunnan näkemyksiä aiheesta tai kerää palautetta aiemmin toteutetusta opiskelijaviestinnästä. Kuten Tuomi ja Sarajarvi (2011, 85) toteavat, laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että tutkittavilla on mahdollisimman paljon tietoa ja kokemusta tutkittavasta ilmiöstä. Esimerkiksi opiskelijoiden yhteisöllisyyden muodoista sosiaalisessa mediassa ei henkilökunnalla todennäköisesti olisi tietoa, ainakaan yhtä paljon kuin opiskelijoilla itsellään. Tutkimuksessa on etnometodologisia piirteitä: kohteena on opiskelijoiden arki.

Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Millaisia odotuksia opiskelijoilla on sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä?
- Miten nuoret arvioivat sosiaalisen median käytön opiskelijaviestinnässä vaikuttavan yhteisöllisyyteen?
- Millaisia käytännön ratkaisuja opiskelijat esittävät sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä?

Opinnäytetyössäni kyseessä on tapaustutkimus eli case-tutkimus: tutkimuksessa tuotetaan ”ongelmaan ratkaisu”, mutta toisin kuin kehittämis- tai toimintatutkimuksessa, varsinaisten kehittämistoimien toteutus ja testaus eivät kuulu opinnäytetyön sisältöön (ks. Kananen 2013, 15). Opinnäytetyön jälkeen on kuitenkin vuorossa kehittämisosuus. Case-tutkimuksella viitataan tutkimustrategiaan, jolla ei varsinaisesti ole omaa metodologiaa, vaan siinä käytetään usein sekä määrällistä laadullista tutkimusta (Kananen 2013, 23). Case-tutkimukselle tyypillistä on, että tutkimus toteutetaan luonnollisessa kontekstissa ja siinä käytetään useita tietolähteitä, sillä kohteesta halutaan saada syvälinen ymmärrys (Kananen 2013, 54).

Tutkimusaineiston keräämisessä käytetään opiskelijoille suunnattuna Delfoi-paneelia. Menetelmä on osallistava ja mahdollistaa opiskelijoiden kokemus-asiiantuntijuuden hyödyntämisen sekä keskinäisen vuorovaikutuksen, jonka avulla aineistosta muodostuu rikkaampi kuin jos kysyttäisiin jokaiselta erikseen ideoita.

Tutkimus on rajattu koskemaan Xamkin suomenkielisiä opiskelijoita pitkälti käytännön syistä – olisi käytännössä hyvin vaativaa ja aikaa vievää toteuttaa Delfoi-paneeli kahdella kielellä, puhumattakaan aineiston tulkinnasta. Jos taas paneeli toteutettaisiin pelkästään englanniksi, se taas varmasti karsisi vastaajamäärää, koska suomalaisten olisi vaikeampi ilmaista itseään vieraalla kielellä kuin omalla äidinkielellään. Kehittämisehdotuksia tehtäessä on kuitenkin muistettava, että aito yhteisöllisyys vaatii myös vieraskielisten opiskelijoiden huomioimista. Heillä saattaa myös olla erilaisia viestinnällisiä tarpeita kuin suomalaisilla opiskelijoilla.

Tutkimuksen tekemisen ja aineiston analysoinnin eri vaiheissa täytyy kiinnittää tarkasti huomiota siihen, kuinka oma työroolini opiskelijaviestinnästä vastaavana viestintäsuunnittelijana vaikuttaa kerättävään aineistoon ja siitä tehtäviin johtopäätöksiin. On myös varottava yleistämästä tutkimustuloksia liikaa, sillä aineistoa ei ole mahdollista kerätä kattavasti kaikilta opiskelijaryhmiltä.

4.2 Delfoi aineistonkeruun menetelmänä

Delfoi on yksi monista asiantuntijoiden kannanottojen keruumenetelmistä, joilla on pyritty arvioimaan tulevaisuudessa tapahtuvan kehityksen mahdollisuuksia. Delfoi-tekniikkaa voidaan käyttää arvojen, uusien näkemysten ja ideoiden tuomisessa suunnittelun ja päätöksenteon pohjaksi. Delfoin käyttö on perusteltua myös silloin, kun tutkimusongelma on niin epämääräinen, että sitä ei voida tarkastella yhden täsmällisen analyttisen tekniikan avulla. (Osmo Kuusi: Delfoi-metodi 2014.)

Delfoi-menetelmän idean mukaisesti myös tässä työssä muodostetaan kirjallisuuden ja taustatiedon pohjalta väitteitä siitä, kuinka sosiaalista mediaa hyödynnetään tulevaisuuden opiskelijaviestinnässä. Väitteet voivat olla toisilleen rinnakkaisia, eivät välttämättä toisiaan poissulkevia. Delfoi-paneelia varten väitteet hiotaan konkreettisiksi ja jopa hieman provokatiivisiksi, jotta ne synnyttävät dialogia. Mukana voi olla myös ns. utopistisia vaihtoehtoja, mikä voi synnyttää uusia avauksia ja ideoita.

Paneeli toteutetaan eDelfoi-alustalla eli siihen vastataan anonyymisti verkossa. Näin mielipiteet eivät saa arvolatausta sen mukaan, kenen esittämiä ne ovat. Paneeliin osallistumiseen tarvitaan vain tietokone tai mobiililaitte sekä verkkoyhteys ja vastausaika on vapaa. Opiskelijan ei siis tarvitse olla tietyssä paikassa, esimerkiksi jollakin Xamkin kampuksella, tietyssä aikana, kuten vaikkapa ryhmäkeskustelu tai haastattelu vaatisi.

Oletettavasti verkossa vastaaminen on opiskelijoille verrattaen helppoa, sillä he ovat tottuneet myös opinnoissaan työskentelemään tietokoneella ja verkkoympäristöissä. EDelfoi on vastaajalle helppokäyttöinen eikä vaadi minkäänlaisten tunnusten luomista tai kirjautumista. Myös ne opiskelijat, joiden on vaikea suullisesti saada näkemyksensä kuuluviin, voivat tuoda sen nyt esille kirjallisessa muodossa.

Myös analysoinnin kannalta eDelfoi on helpompi kuin esimerkiksi ryhmäkeskustelu tai tulevaisuusverstas, sillä kaikki vastaukset dokumentoituvat kirjallisena suoraan järjestelmään. Haasteena on opiskelijoiden motivointi vastaamiseen, sillä anonyymissä paneelissa ei luonnollisestikaan voida kontrolloida, kuka on jo vastannut ja kuka ei.

Delfoissa voidaan suorittaa useampi kierros, joiden välillä ”puheenjohtaja” kokoaa kierroksen annin ja tiivistän siitä uusia väitteitä/skenaarioita. Ennakkoon voi olla vaikea tietää, missä vaiheessa saavutetaan se piste, että uutta kierrosta ei enää tarvita. On myös oltava realistisesti sen suhteen, monelleko kierrokselle panelistit jaksavat osallistua (yhdeällä kierroksella voi jo käydä vastaamassa useita kertoja). Delfoi voi tuottaa myös muuta kuin suoraan opinnäytetyön aiheeseen liittyvää kehittämistietoa (vrt. esim. Toppari 2011, 41–43), joka kannattaa myös hyödyntää organisaatiossa.

Delfoin suunnitellut toteutusvaiheet ovat seuraavat:

1. väittämien laatiminen
2. väittämien esittely opinnäytetyöseminaarissa sekä Delfoi-kehittäjäyhteisön kokoontumisessa ja muokkaus palautteen perusteella
3. väittämien syöttäminen eDelfoihin
4. eDelfoin testaus muutamalla opiskelijalla ja kollegoilla
5. sähköpostikutsut opiskelijoille (liite 1)
6. tiedotus opiskelijoille intranetissä: miksi kannattaa osallistua (liite 2)

7. eDelfoin ensimmäinen kierros + tarvittaessa muistutusviestit opiskelijoille, jos ei riittävästi osallistujia
8. ensimmäisen kierroksen aineiston analyysi
9. väitteiden terävöittäminen toiselle kierrokselle
10. osallistujien kutsuminen toiselle kierrokselle
11. eDelfoin toinen kierros
12. toisen kierroksen aineiston analyysi

Paneeli koostuu väitteistä, joihin vastaajien pitää ottaa kantaa asteikoilla eri mieltä – samaa mieltä, ja lisäksi heitä kannustetaan perustelemaan kantansa, mutta argumenttien kirjoittaminen ei ole pakollista. Muutamissa väitteissä vastaajia pyydetään asettamaan valmiiksi annettuja vaihtoehtoja paremmuusjärjestykseen tai eri kategorioihin. Lisäksi paneelissa on joitakin avoimia kysymyksiä. Delfoissa on kuitenkin ensisijaisesti ideana esittää väitteitä, ei kysymyksiä. Tämä aiheutti paneelin suunnittelussa jonkin verran päänvaivaa: kuinka muotoilla perinteisten kysymysten sijaan väitteitä, kun kyse on asioista, joita ei vielä ole olemassa ja joiden toteuttamisesta ei ole vielä tehty päätöksiä. Paneelin lopussa vastaajat saavat antaa palautetta paneelista.

4.3 Delfoi-paneelin toteutus

Ennen opinnäytetyön aineistonkeruun aloittamista opiskelin Delfoi-menettelmää Xamkin Master Schoolissa tulevaisuudentutkimuksen opintojaksolla. Opinnäytetyön paneelin suunnittelussa ja testauksessa käytin apuna omaa opiskeluryhmääni, työkavereitani, Delfoi-kehittäjäyhteisön työpajoja sekä muutamia vapaaehtoisia opiskelijoita, jotka testasivat vastaamista. Kaikki nämä vaiheet osoittautuivat tarpeellisiksi.

Valmisteluprosessin aikana havaitsin, että koska paneeliin piti saada kutsuttua suuri määrä vastaajia, eDelfoi-alustan maksuton versio edelfoi.fi ei soveltunutkaan käyttötarkoitukseen, vaan oli tarpeen siirtyä maksullisen edelpfi.org-alustan käyttöön. Tässä sain apua alustan ylläpitäjältä (mikkelliläinen Metatavu-niminen yritys), joka hoiti kutsujen lähettämisen vastaanottajille sekä tallensi paneelin vastaukset. Rakensin paneelin verkkoalustalle itse. Xamkin tietohallinto puolestaan huolehti siitä, että Metatavun lähettämät paneelikutsut eivät jääneet Xamkin roskapostisuodattimeen.

Tutkimuksen kohdejoukkona ovat kaikki Xamkin suomenkieliset opiskelijat. Teknisistä syistä paneelikutsu lähetettiin kaikille Xamkin opiskelijalle, koska eri kielillä opiskelevien ryhmiä ei ollut mahdollista poimia rekisteristä erikseen, mutta kutsuteksti oli vain suomeksi. Kutsu lähti noin 17 000 osoitteeseen, sillä rekisterissä ovat kaikki, joilla on opiskelija-käyttäjätunnus Xamkissa, eli myös yksittäisten avoimen ammattikorkeakoulun kurssien opiskelijat. Tutkinto-opiskelijoita Xamkissa on noin 9 300. Kaikki saivat sähköpostissa henkilökohtaisen linkin paneeliin sekä saatteen (liite 1), jossa kerrottiin paneelin tarkoituksesta ja sisällöstä. Paneelin pystyi milloin tahansa palaamaan uudestaan tämän kutsulinkin kautta. Kutsussa painotettiin erikseen, että vastaajiksi toivottiin kaikkia opiskelijoita riippumatta heidän suhtautumisestaan sosiaaliseen mediaan, sillä halusin vastaajajoukon ja sitä myötä myös aineiston olevan mahdollisimman heterogeeninen (ks. Tuomi & Sarajärvi 2011, 90).

Kutsut lähetettiin 27.3.2017 ja paneeli oli avoinna 4.4.2017 saakka. Kaikilla osallistujilla oli paneelin lopussa mahdollisuus siirtyä erilliselle lomakkeelle, jossa voi antaa yhteystiedot arvontaan osallistumista varten. Palkintona oli Xamk-tuotteita ja arvonnin tarkoituksena oli motivoida opiskelijoita osallistumaan paneeliin. Yhteystietoja ja paneelin dataa ei missään vaiheessa yhdistetty, jotta anonymiteetti säilyi.

Paneelin kuluessa seurasin vastaajamäärän kehittymistä ja paneelin toimivuutta. Lisäksi seurasin keskustelun sävyä, koska mahdolliseen epäasialliseen kirjoitteluun olisi voinut olla tarvetta puuttua. Näin ei kuitenkaan käynyt, joten en osallistunut paneelikeskusteluun itse lainkaan. Ainoa ongelma, joka tuli ilmi kesken paneelin kulun, oli se, että osa vastaajista ei pystynyt puhelimillaan vastaamaan niihin tehtäviin, joissa piti raahata vaihtoehtoja eri laatikoihin. Tämä ei tullut ilmi paneelia testattaessa eikä asialle ollut tehtävissä mitään paneelin aikana.

Vastausajan päättyessä vastaajia oli yhteensä 589. Vastaajien määrä oli suurempi kuin ennakkoon odotettiin, eikä muistutusviestien lähettämiseen ollut tarvetta. Varsinainen vastausprosentti ei ole korkea, koska kutsu lähti niin suurelle määrälle, mutta vastaajia on riittävästi sitä ajatellen, että paneeliin saatiin runsas aineisto. Vastaajamäärä oli ehkä jopa hieman liian suuri paneelin toi-

mivuuden kannalta, sillä viimeisillä vastaajilla oli todella paljon muiden kommentteja selattavanaan. Jo tässä vaiheessa arvioin, että paneelin ensimmäinen kierros tuotti niin paljon aineistoa, että toiselle kierrokselle ei ole tarvetta. Aineistoon perehtymisen ja ohjaajan kanssa keskustelun jälkeen tämä päätös vahvistui ja toista kierrosta ei toteutettu, sillä jo ensimmäiseltä kierrokselta saatiin varsin rikas ja monipuolinen aineisto.

Paneelin jälkeen julkaistiin intranet-utinen (liite 3), jossa kiitettiin osallistujia ja kerrottiin alustavasti mm. vastaajien jakaumasta sekä luvattiin tiedottaa varsinaisista tuloksista myöhemmin.

4.4 Aineiston analyysimenetelmät

Aineistonkeruussa käytetty Delfoi-paneeli tuotti kahdenlaista tietoa: numeerista ja kirjallista. Yhteensä vastausaineistoa on A4-arkille tulostettuna 217 sivua. Suurin osa siitä on argumenttiosioiden ja avoimien kysymysten tekstimuotoista vastausaineistoa.

Väittämissä vastaajat ottivat seitsenportaisella asteikolla kantaa siihen, olivatko samaa vai eri mieltä väitteen kanssa. Nämä tulokset on esitetty suoraan eDelfoi-alustan tuottamina pylväsdiagrammeina, koska ne havainnollistavat parhaiten vastausten jakaumaan. Numeraalisista vastauksista ei siis ole laskettu keskiarvoa, keskihajontaa eikä tehty muutakaan tilastollista analyysia. Esimerkiksi keskiarvo ei ole kiinnostava, kun pyritään saamaan esille erilaisia näkemyksiä ja mielipiteitä. Ns. järjestelytehtävissä eli tehtävissä, joissa vastaajia on pyydetty siirtämään valmiit vaihtoehdot eri kategorioihin, tulokset on myös esitetty diagrammeina. Nämä kaaviot kuvaavat aineistoa ja niitä tulkitaan pääasiassa kirjallisten argumenttien analyysin kautta.

Pääosan aineiston analyysistä muodostaa siis tekstiaineiston sisällönanalyysi. Tekstit on analysoitu laadullisen analyysin keinoin aineistolähtöisesti – on siis pyritty aidosti löytämään aineistosta ne teemat, joita vastaajat ovat tuoneet esille, eikä ole esimerkiksi luokiteltu aineistoa jonkin aiemman teorian tai ennako-odotusten mukaisesti. Toki on todettava, että jo väitteen/kysymyksen asettelussa ja sanamuodoissa on joiltain osin johdateltu vastaajia tiettyjen tee-

mojen/esimerkkien pariin. Sisällönanalyysin toteuttamisen pohjana olen käyttänyt Tuomen ja Sarajärven (2011), Kanasen (2014) sekä Metsämuurosen (2006) oppaita.

Ensin aineisto on taltioitu ja tulostettu suoraan eDelfoi-alustalta, jolloin aineistosta ovat nähtävissä myös keskusteluketjut eli paneelin osallistujien vastaukset toistensa kirjoituksiin. Luin tässä muodossa olleen aineiston tarkasti, pyrin tunnistamaan asiat, joista tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita, merkitsin tulosteisiin eri aihepiireihin liittyviä vastauksia ja tein muistiinpanoja aineistossa toistuvista aiheista. Havaitsin myös aineistoa, joka ei liity tämän tutkimuksen tutkimuskysymysten piiriin, mutta teknisistä syistä tässä kohdassa ei poistettu mitään aineistoa, vaan kaikki vietiin mukana seuraavaan vaiheeseen.

Jotta näin suurta määrää tekstiaineistoa olisi helpompi käsitellä, alustalta tallennetut vastaukset siirrettiin Webropol-ohjelmistoon. Webropolin TextMining-työkalua käyttäen kunkin väittämän/kysymyksen tekstiaineisto jaoteltiin erilaisien teemojen alle. Jaottelu tapahtui aiemman lähiluvun sekä TextMining-työkalun antamien sanapilvien ja sanakarttojen avulla – näissä esiin nousseita sanoja ja ilmaisuja eli eräänlaisia ”avainsanoja” käyttämällä luokiteltiin yksittäisiä vastauksia teemojen alle. Pyrittiin siis kokoamaan teeman alle kaikki se, mitä aineistossa on teemasta sanottu.

On huomattava, että TextMining-työkalussa vastauksia ei pilkota osiin, vaan ne siirtyvät kokonaisina teemaluokkiin. Sama vastaus voi kuulua myös useampaan teemaluokkaan; varsinkin, jos vastaus on pidempi kuin yksi virke. Teemaan kuuluminen ei suoraan vielä kerro, onko vastaus eli argumentti myönteinen vai kielteinen, se kertoo vain aiheen, jota vastaus käsittelee. Esimerkiksi sanan ”puhelin” esiintyminen vastauksessa ei vielä kerro, onko vastaajan mielestä hyvä vai huono asia, että kaikki käyttävät puhelinta koko ajan. Tässä työvaiheessa pyrin siihen, että teemoja muodostetaan ja niihin liittyvä sanoja lisätään teemojen alle niin kauan, että valtaosa vastauksista oli sijoittunut jonkin teeman alle. Kaikkien vastauksien saaminen teemojen alle oli mahdotonta, koska ”jäännösosaan” eli kategoriaan ”muut” jäävät saattoivat olla hyvin hajanaisia kommentteja, usein myös hyvin lyhyitä. Tähän kategoriaan jäivät myös keskusteluketjuissa käytetyt, lyhyet, aiempia vastauksia kommentoineet vastaukset kuten ”Sama!” tai ”Juuri näin!” On huomattavaa, että tässä kohdassa

analyysia vastausten keskustelunomaisuutta ei voinut enää havainnoida, sillä siirrettäessä aineisto Webropoliin, jokainen vastaus muodostui omaksi entiteetikseen ja keskusteluketjut ”katkesivat”. Tätä vaihetta voidaan kutsua sisällön erittelyksi (Tuomi & Sarajärvi 2011, 106).

Teemoittelun jälkeen otin aineiston uudestaan luettavaksi väite kerrallaan. Teemojen sisältä löytyi vielä vastauksia, jotka eivät niihin varsinaisesti kuuluneet (esimerkiksi vastauksessa oli käytetty teemaan luokiteltua sanaa aivan eri tarkoituksessa), mutta näiden määrä oli vähäinen. TextMining-työkalu muodostaa automaattisesti diagrammin teemojen sisällä olevien vastausten määrästä. Tätä voidaan pitää suuntaa-antavana, vaikka joidenkin teemojen sisällä saattoi olla ylimääräisiä vastauksia tai toisaalta joku teemaan kuuluva vastaus ei ehkä ollut teknisessä toteutuksessa löytänyt tietään teeman ”alle”, esimerkiksi jos siinä ei ollut käytetty teemalle tyypillisiä sanoja, vaikka ajatussisältö oli teeman mukainen.

Tässä työvaiheessa pyrin vielä varmistamaan, että teemoittelu on onnistuneesti tehty siten, että se on mahdollisimman aidosti aineistolähtöinen. Oli selkeästi huomattavissa, että joissakin väitteissä teemoittelu ”nousi” aineistosta helpommin ja selkeämmin kuin toisissa. Toki on niin, että jo työn suunnittelussa esiyymmärrys aiheesta on ohjannut myös analyysia – esimerkiksi sosiaalisen median tarkastelu tiedonvälityksen lisäksi yhteisöllisyyden näkökulmasta on ohjannut ensin paneelin laadintaa ja sitten myös teemoittelua, joten analyysia voisi myös kutsua abduktiiviseksi tai teoriasidonnaiseksi (Tuomi & Sarajärvi 2011, 20, 95).

Tässä vaiheessa oli vielä mahdollista yhdistää joitakin teemoja ja tutkia teemojen sisältä vastausten sävyä (esimerkiksi jos teemaksi oli noussut yhteisöllisyys, oliko vastauksissa sekä pelkoa sen katoamisesta että toivoa sen vahvistumisesta). Yhdistämiset tein edelleen TextMining-työkalulla. Lisäksi muokasin vielä teemojen nimiä, jotka teemoitteluvaiheessa olivat enemmänkin itseäni varten luotuja ”työnimiä” eivätkä välttämättä kuvanneet teemojen sisältöä ulkopuoliselle ymmärrettävällä tavalla. Teemoiteltuun aineistoon tehdyt tarkennukset ja merkinnät tein tulostettuun aineistoon käsin. Lopuksi pyrin yhdistämään eri väitteiden kohdalla nousseita teemoja toisiinsa eli analysoimaan, mitkä teemat toistuivat läpi paneelin. Tätä vaihetta voitaneen kutsua

varsinaiseksi sisällön analyysiksi, jonka lopputuloksena on synteesi aineistosta, joka on ensin eritelty pieniin osiin ja nyt siis koottu uudella tavalla yhteen (Tuomi & Sarajärvi 2011, 101, 106).

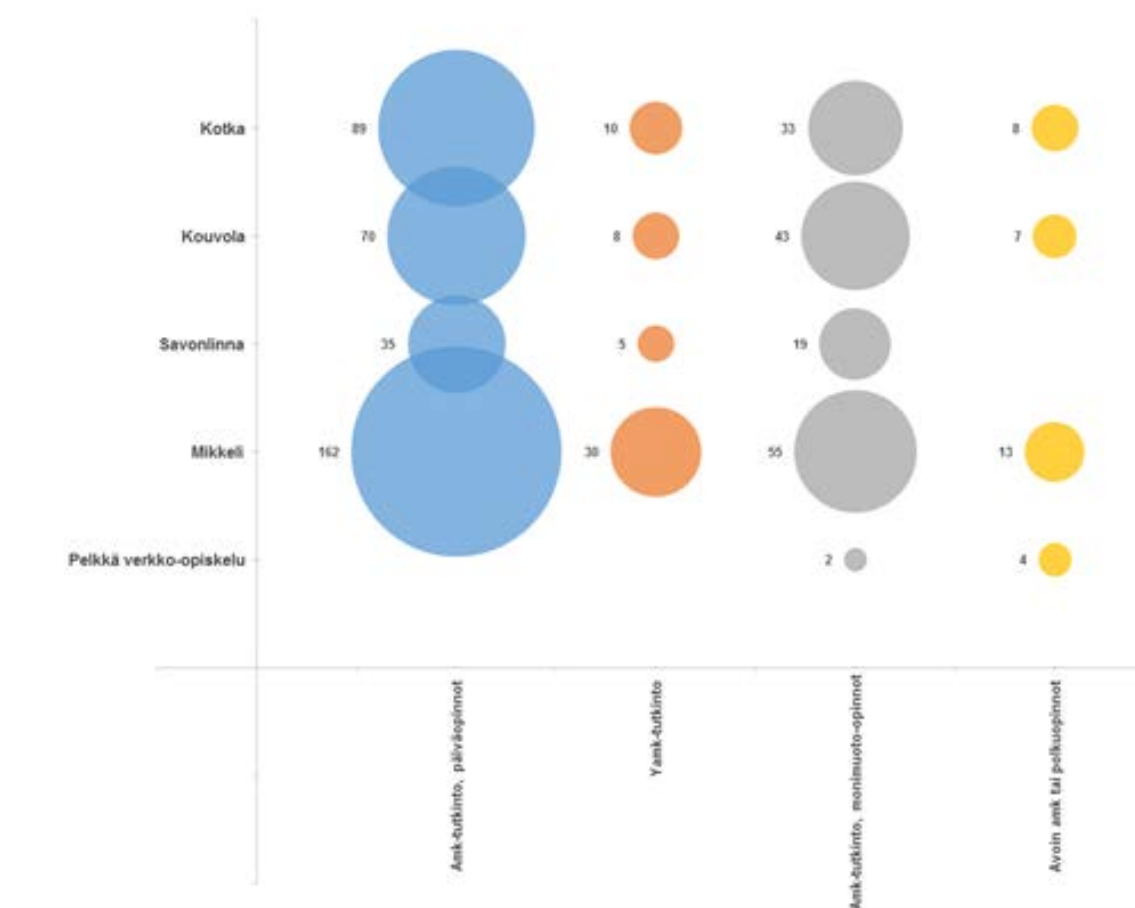
Teemoitellun aineiston pohjalta hain vastauksia tutkimuskysymyksiini. On huomattavaa, että aineistossa oli myös jonkin verran muita sisältöjä, kuten kehittämisehdotuksia opiskelijaviestinnän nykyisiin kanaviin (Studentin käyttökelpoisuus, sähköpostiviestien määrä, henkilökunnan toiminta). Nämä aineistot olen jättänyt pois analyysistä, mutta ne eivät ole jääneet kokonaan huomiotta, vaan niitä on käytetty arkityössä ja opiskelijaviestinnän kehittämisessä. Tutkimuskysymykset toimivat siis rajaamisessa jo teemoitteluvaiheessa (ks. Tuomi & Sarajärvi 2011, 92).

Tulosten esittelyyn olen ottanut mukaan TextMining-työkalun automaattisesti luomia diagrammeja, sanapilviä ja sanakarttoja siten, kun se kunkin väitteen kohdalla on ollut tarkoituksenmukaisinta eli mielestäni kuvannut aineistoa osuvasti. Koska nämä ovat automatiikan tuotoksia ja esimerkiksi keskeisten sanojen pituus vaikuttaa niihin, ne eivät kaikkien väittämien kohdalla olleet välttämättä aineiston todellista sisältöä kuvaavia. Analysoitavien sanojen minimipituus on viisi kirjainta. Joissakin väitteissä säädin tätä lyhyemmäksi, esimerkiksi silloin, kun aineistossa esiintyi runsaasti sanoja ”oma” ja ”eri”. Laadullisen aineiston kvantifiointi (Tuomi & Sarajärvi 2011, 120–122) ei ole ollut tässä työssä päätarkoitus tai tavoite, vaan määrälliset esitykset ovat syntyneet käytetyn TextMining-työkalun ”sivutuotteena”.

Tuomi ja Sarajärvi (2011, 22) ovat varsin kriittisiä sen suhteen, kannattaako laadullisen tutkimuksen raporteissa käyttää ollenkaan sitaatteja alkuperäisaineistosta, jotta ei synny vaikutelmaa, että niitä käytetään analyysin tukena ja tutkimuksen luotettavuuden todisteluna. Olen ottanut tulosten esittelyyn mukaan myös sitaatteja, mutta niiden on tarkoitus olla vain esimerkinomaisia tekstien elävöittäjiä.

4.5 Vastaajien taustatiedot

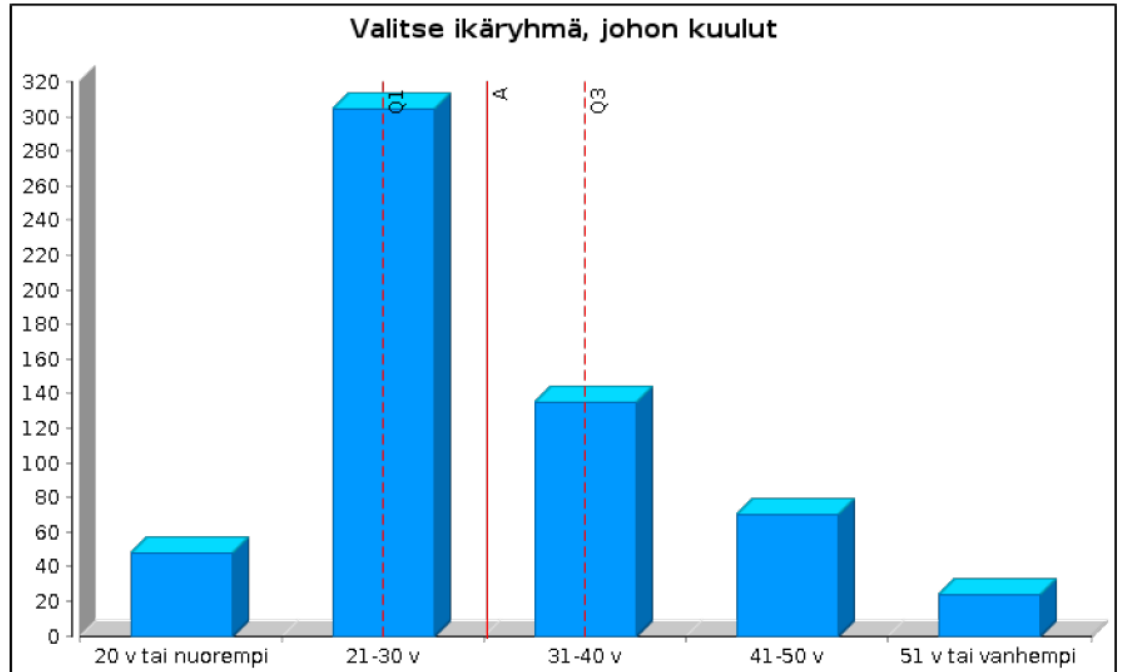
Paneeliin osallistui yhteensä 589 opiskelijaa. 352 heistä oli AMK-tutkintojen päiväopiskelijoita ja 152 monimuoto-opiskelijoita. 53 vastaajaa oli YAMK-tutkintojen opiskelijoita ja 32 avoimen ammattikorkeakoulun opiskelijoita/polkuopiskelijoita. Vastaajia oli kaikilta kampuksilta ja suurin vastaajajoukko oli Mikkelin kampukselta. Tämä noudattelee samaa linjaa kuin muissakin kyseilyissä: syystä tai toisesta Mikkelin kampuksen opiskelijat ovat yleensä suhteellisesti aktiivisimpia vastaajia. Toki Mikkelin kampus on myös suurin kampus, eikä kuvassa 3 ole suhteutettu vastaajien määrää kampusten opiskelijamääriin. Vastaajissa on mukana myös opiskelijoita, jotka opiskelevat pelkästään verkossa/etäopintoina.



Kuva 3. Asiantuntijamatriisi: Opiskelumuuoto ja opiskelupaikka

Taustatietona vastaajilta kysyttiin myös ikää (ks. kuva 4). Yli 50 prosenttia vastaajista kuului 21–30-vuotiaiden ikäryhmään. Lähes 25 prosenttia kuului

31–40-vuotiaiden ryhmään. Vastaaaja oli kaikista ikäryhmistä, myös alle 20vuotiaista ja yli 51-vuotiaista.



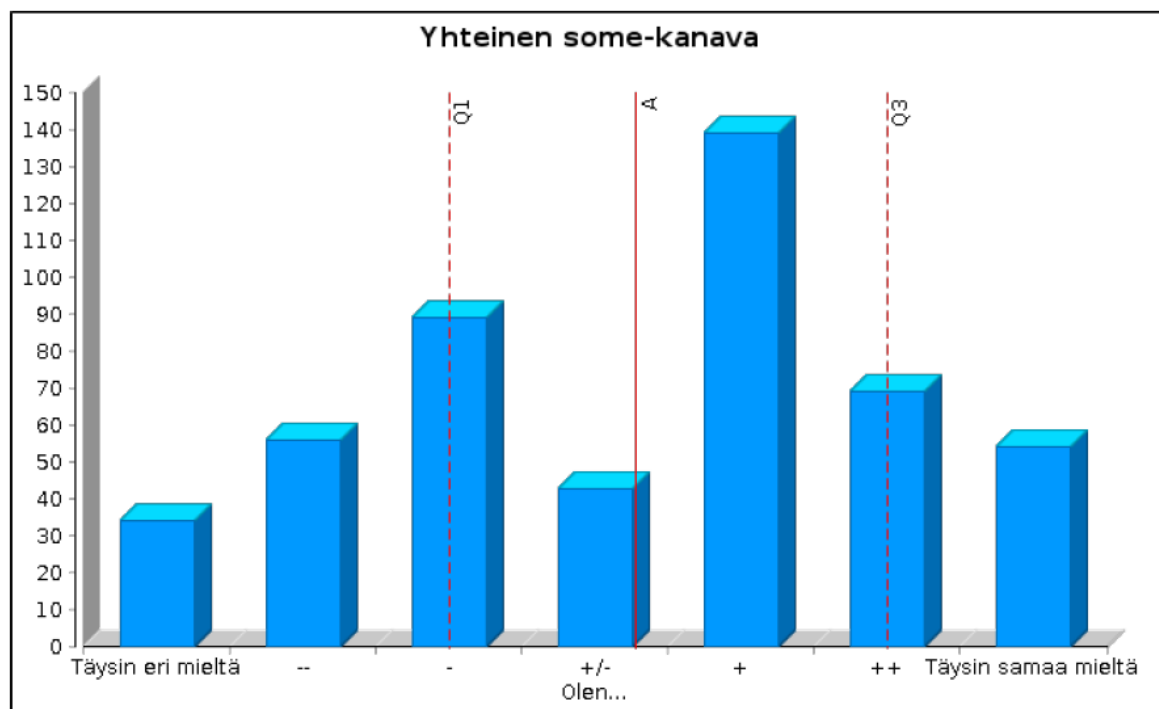
Kuva 4. Vastaajien ikäryhmäjakauma

Taustatietoja ei käytetä tulosten analysoinnissa erottelevina tekijöinä; en esimerkiksi vertaa eri kampusten vastaajien tai eri-ikäisten vastaajien vastauksia toisiinsa. Taustakysymykset ovat Delfoi-paneelissa mukana yleensäkin siksi, että voidaan todeta, millaisesta ”asiantuntijajoukosta” panelistit kulloinkin koostuvat. Omassa työssäni taustakysymykset olivat tärkeitä myös siksi, että tulosten tulkinnan kannalta olisi olennaista tietää, jos vaikkapa joku vastaajaryhmä puuttuisi kokonaan. Paneelin aikana seurasin taustatietovastauksia ajatellen sitä, olisiko tarpeen kohdentaa muistutuskutsut esimerkiksi jonkun tietyn kampuksen opiskelijoille, mikäli heitä ei olisi paneelin vastaajiksi saapunut lainkaan. Tällainen tilanne olisi saattanut johtua myös teknisestä ongelmasta, jos jokin osa paneelikutsuista ei olisikaan mennyt perille opiskelijoiden sähköposteihin.

5 TULOKSET

5.1 Some-kanavan tarpeellisuus

Ensimmäiseksi vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa perustavanlaatuisen väitteeseen: ”Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) tulisi perustaa opiskelijaviestintää varten koko korkeakoulun yhteinen sosiaalisen median kanava. Kanavalla tarkoitetaan tässä esimerkiksi ryhmää tai sivua sosiaalisen median palvelussa. Sijoita mielipiteesi janalle. Perustele alla olevassa keskustelussa.”



Kuva 5. Yhteinen some-kanava

Kuten kuva 5 osoittaa, vastaukset jakautuvat koko janalla eikä niistä erotu yhtä selkeää linjaa. Eniten suosiota on saanut varovainen kannatus.

Asetin väitteen heti paneelin alkuun, koska halusin mahdollisimman monen vastaavan tähän kaikista tärkeimpään aiheeseen. Paneeleille on tyypillistä, että vastausinto laskee huomattavasti paneelin loppua kohti. Tähän tulikin runsaasti aineistoa. Useat vastaajat ovat kirjoittaneet sekä puoltavia että vastustavia argumentteja samaan vastaukseen, tai vastanneet myöntävästi, mutta

perustelleet vastustavilla argumenteilla: eDelfoi-järjestelmästä tulostettaessa materiaalisissa näkyä, minkä vastauksen argumentin kirjoittaja on valinnut janelta. Opiskelijoilla on siis selkeästi kykyä punnita asian molempia puolia. Tähän viittaa myös se, että vastauksissa toiseksi yleisin sana oli ”mutta”. Vastauksissa on myös tuotu esille aiheita, jotka tulevat paneelin myöhemmissä vaiheissa esille, kuten paikkakuntakohtaisuus. Vastaajat ovat myös lukeneet muiden vastaajien kommentteja ja vastailleet toisilleen, eli paneelin edut verrattuna kyselyyn (jossa vastaaja ei näe muiden vastauksia) konkretisoituivat jo ensimmäisessä väitteessä.

Tekstiaineistosta muodostui neljä teemaa, jotka eivät ole keskenään poissulkevia:

- **yhteinen some-kanava olisi hyvä nykyisten kanavien lisänä:** sosiaalinen media tavoittaisi opiskelijat helposti ja nopeasti, se olisi nykyisiä kanavia rennompia ja modernimpi ympäristö, jossa voisi keskustella myös muiden kampusten opiskelijoiden kanssa. ”Voisi olla kokeilun arvoinen, info tulisi saatua samalla kun muutenkin selaa somea. Voi vahingossa bongata ne itselle mielenkiintoisimmat uutiset.” ”Somekanava toisi opiskelijoita yhteen koulun ollessa hajanainen useilla paikkakunnilla.” ”Sosiaalisen median yhteinen kanava voisi olla hyvä epävirallisen viestinnän kanava. Ryhmässä olisi varmasti matalampi kynnyks kysyä asioita kuin esim studentin etusivulla.”
- **nykyiset opiskelijaviestinnän kanavat riittävät kyllä:** nykyiset opiskelijaviestinnän kanavat riittävät jo sellaisenaan tai nykyistä paremmiksi kehitettynä, ei haluta lisää seurattavia kanavia. ”En koe kaipaavani somekanavaa, kun sähköposti ja student ovat toimineet loistavasti viestien kulkeutumisessa. E liikaa tietoa liian monessa paikassa samaan aikaan.”
- **some sopii pienempien ryhmien käyttöön:** ryhmä-/ala-/kampuskohtainen some-viestintä on hyödyllistä ja yhteisöllistä, mutta koko Xamkin yhteisen kanavan arvellaan tuottavan informaatioähkyä ja turhan tiedon tulvaa, eikä sitä ehkä edes haluttaisi seurata. ”Mitä suuremman yhteisön sosiaalisesta yhteisöstä on kyse, sen kauempana käydyt keskustel-

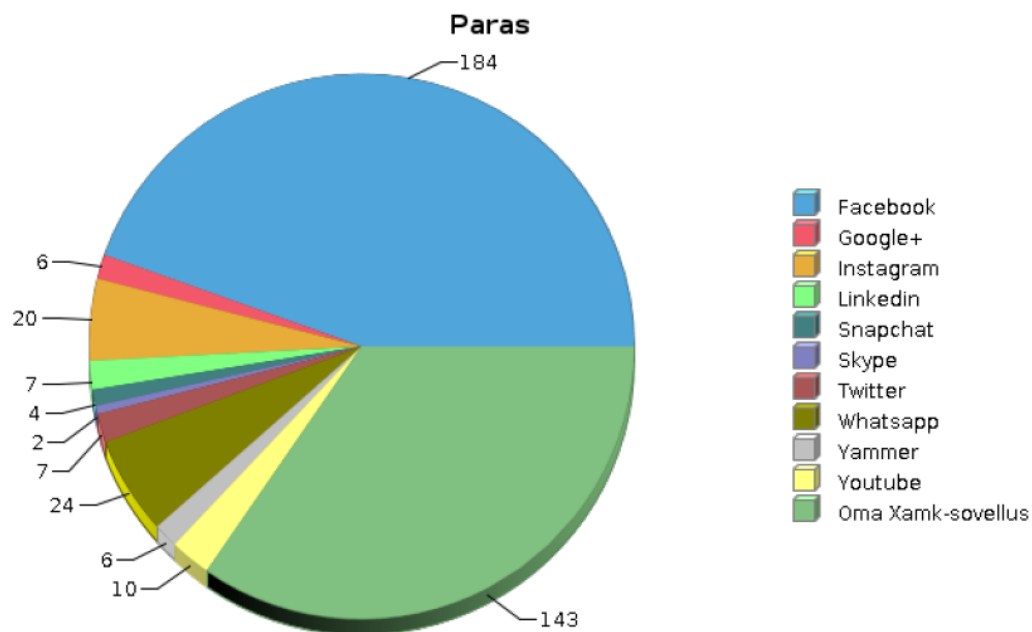
lut liikkuvat arkitodellisuudesta ja käytännöstä. Toisaalta, jos keskustelukynnys pysyy alhaisena, voidaan oppia toisesta kampuksesta hyviä käytäntöjä, saadaan levitettyä tietoa, mutta myös sisältöä tulisi valvoa ja suodattaa ettei väärää viestintää synny.”

- **kaikki eivät käytä somea:** vastaaja itse ei käytä / haluaisi käyttää sosiaalista mediaa tai muistuttaa, että kaikki muut eivät halua niin tehdä, joten sosiaalisen median kanavaa pidetään turhana tai se ei ainakaan saa olla ainoa viestintäkanava. ”Monet eivät käytä sosiaalisen median kanavia ja ryhmän perustaminen/tiedon saaminen ryhmästä ei saisi painostaa heitä tekemään käyttäjää palveluun.”

Kaikkiaan aineistosta syntyy johtopäätös, että opiskelijat pitävät sosiaalisen median kanavan perustamista lähtökohtaisesti hyvänä ideana, mutta varauksellisuutta on monen käytännön toteutukseen liittyvän seikan suhteen, ja niihin pureudutaankin tarkemmin paneelin seuraavissa väitteissä. Myös kielteisesti suhtautuvia opiskelijoita vastaajissa on, mutta vain harvat ovat ehdottoman kielteisiä.

5.2 Kanavan valitseminen

Väitteessä 2 vastaajia pyydettiin valitsemaan valmiista listasta mielestään tähän tarkoitukseen parhaat some-kanavat. ”Jos Xamkin opiskelijaviestinnälle perustetaan oma kanava, mihin some-palveluun se pitäisi perustaa? Valitse kolme suosikkiasi raahaamalla ne oikeisiin laatikoihin (jokaiseen laatikkoon vain yksi).”



Kuva 6. Some-kanavien paremmuusjärjestys.

Parhaimmaksi vastaajaksi valitsivat selkeästi Facebookin, mutta oma Xamk-sovellus (jota ei siis ole olemassa) nousi hyvin lähelle sitä. Kaikki muut vaihtoehdot saivat hyvin vähän kannatusta. Monet vastaajat viittasivat jo väitteen 1 kommenttiosiossa Facebookiin, vaikka siinä väitteessä ei vielä mainittu mitään kanavaa nimeltä. Kun tarkastellaan toiseksi parhaaksi valittuja kanavia, sama asetelma toistuu siellä. Vasta kolmanneksi parhaan kanavan valinnassa alkaa tulla enemmän hajontaa, ja WhatsApp ja Instagram saavat enemmän kannatusta. Vastaajien viesti on siis varsin selkeä: Xamkin yhteinen sosiaalisen median kanava kannattaisi luoda joko valmiiksi suosittuun yhteisöpalvelu Facebookiin tai perustaa aivan uusi, oma Xamk-sovellus.

Perusteluosan aineiston teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **Facebook-aiheiset perustelut:** Facebook on hyvä valinta, koska sitä käytetään muutenkin paljon TAI Facebook on huono valinta, koska sen tietosuoja on kyseenalainen. ”Ikähaarukka on laaja ja fb on varmasti useimmilla käytössä ja tuttu sovellus.” ”Tietosuojakysymykset on tietysti oma juttunsa, mutta eikö FB jo omista meistä kaikista osan?!”

- **Omaan sovellukseen liittyvät perustelut:** Oma sovellus olisi parempi vaihtoehto kuin nykyiset tarjolla olevat palvelut, koska siitä voisi tehdä juuri Xamkille sopivan, tietosuoja olisi parempi kuin kaupallisissa palveluissa ja sen voisi yhdistää Xamkin muihin tietojärjestelmiin, ja vapaa-aika (henkilökohtaiset someprofiilit) ja kouluasiat pysyisivät erillään. Opiskelijat voisivat osallistua sen kehittämiseen. ”Koulun oma, oikeasti kunnolla toimiva ja kevyt sovellus voisi olla aika kova.”
- **Kirjautumiseen ja tunnuksiin liittyvät perustelut:** Kirjautuminen ja tunnukset ovat olennainen osa kanavan helppokäyttöisyyttä; sovellus olisi kaikille avoin (jolloin voisi kommentoida myös anonyymina) tai sinne voisi kirjautua Xamkin olemassaolevilla opiskelijatunnuksilla; sovellukset eivät vaadi uutta kirjautumista joka kerralla; Facebook kätevä, jos sinne on jo tunnukset, mutta toisaalta tietoturvaongelmat tiedostetaan. ”Kanavan tulisi olla sellainen johon ei tarvita tunnuksia, tai että sinne ei tarvitse kirjautua joka kerta kun sovelluksen avaa.”
- **Laitteisiin liittyvät perustelut:** Kanavan on oltava mobiililaitteilla helposti käytettävissä eikä se saa rasittaa laitetta. ”Xamk-sovellus voisi olla hyvä, mutta en halua puhelimeni kuormittuvan tämän takia liikaa.”
- **”Mikään ei ole hyvä” -perustelut:** Ei haluta mitään uutta, ainakaan mitään tarjolla olevista. Muista, ei vaihtoehtoina tarjotuista mainittiin mm. Discord ja Jodel. ”En tule mihinkään luomaan tiliä tällaisen takia.” ”En haluaisi käyttää näistä mitään. Sähköposti, student ja moodle olisivat parhaita.” ”Oppilaitoksen Viralliset tiedotteet eivät kuulu someen.”

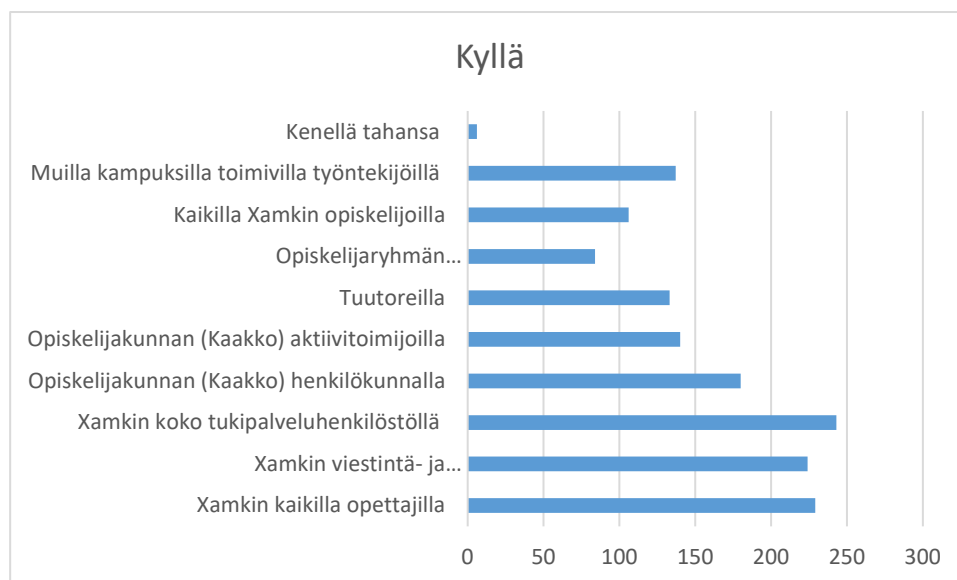
Perusteluosion aineiston analyysi tukee yllä esitettyjä valintatehtävän tuloksia: Xamkin omasta sovelluksesta ja Facebookista nähdään olevan eniten hyötyä, joskin molemmissa on myös ongelmansa. Kirjautumisen ja tunnusten nouseminen vahvasti keskusteluun ei ole sinänsä yllätys, sillä paneelia edeltävinä kuukausina Xamkin tietojärjestelmissä oli ollut runsaasti kirjautumiseen ja opiskelijatunnuksiin liittyviä ongelmia. Toisaalta opiskelijat olivat edelleen valmiita käyttämään nimenomaan opiskelijatunnuksia, jos joitakin tunnuksia tarvittaisiin. Jos sovellukseen kirjauduttaisiin opiskelijatunnuksilla, sovelluksesta

ei olisi hyötyä juuri niissä tilanteissa, joihin sosiaalisesta mediasta on henkilökunnan puolelta toivottu ratkaisua. Mobiilikäytettävyys on opiskelijoille tärkeä, jopa itsestäänselvyys. Valintatehtävässä ei tarjottu vaihtoehtoa ”ei mikään näistä”, mutta vastaajat toivat tämänkin vaihtoehdon esille oma-aloitteisesti.

Tämän väitteen kohdalla on huomioitava, että kanavien laittaminen paremmuusjärjestykseen ei valitettavasti onnistunut kaikilla puhelimilla, ja tästä johtuen myös argumenttikentässä oli vastaustekniikkaan liittyviä kommentteja, jotka teemoittelussa siirtyivät kohdan ”laitteisiin liittyvät perustelut” alle, koska niissä mainittiin sana *puhelin*. Tämä on huomioitu analyysivaiheessa eikä sen pitäisi aiheuttaa vääristymää teemoitteluun sinänsä.

5.3 Some-kanavan sisällöntuottajat

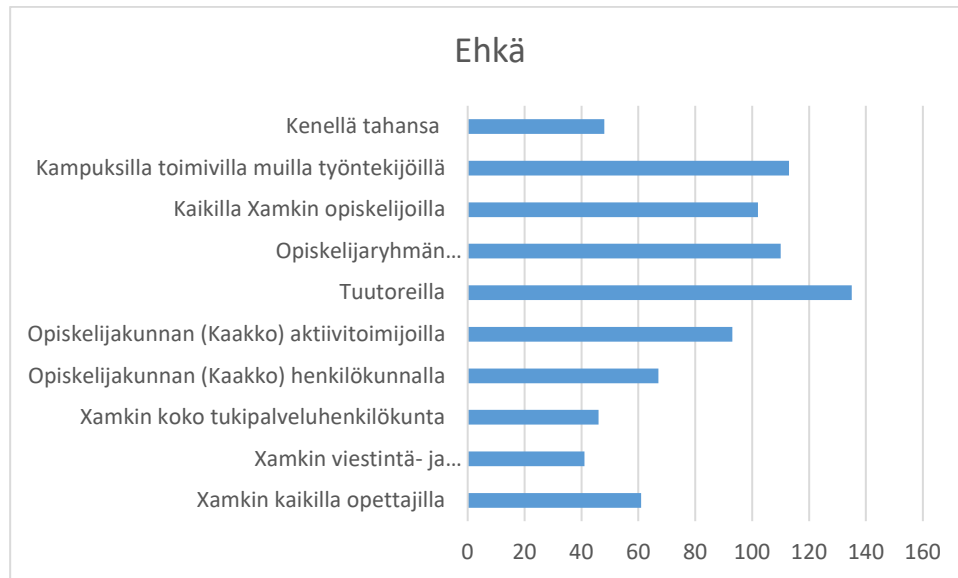
Väitteessä 3 vastaajien piti ottaa kantaa siihen, kuka some-kanavaan voi tehdä julkaisuja: ”Kuka saa tehdä uusia julkaisuja Xamkin opiskelijaviestinnän some-kanavassa? Vedä vaihtoehdot mielestäsi sopiviin laatikoihin. Perustele valintojasi.”



Kuva 7. Julkaisijat, kyllä-vastaukset

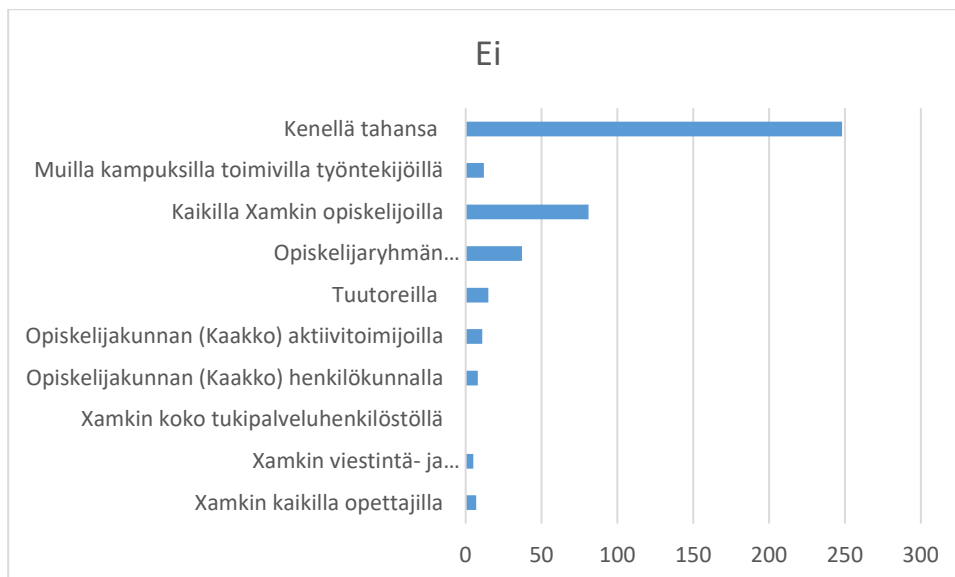
Kuvassa 7 on kuvattu, kenelle opiskelijat antaisivat ehdottomasti oikeuden tehdä julkaisuja. Tämän mukaan he pitävät tärkeimpinä julkaisijaryhminä tukipalveluhenkilöstöä, opettajia, viestintä- ja markkinointipalveluiden työntekijöitä

sekä opiskelijakunta Kaakon työntekijöitä. Vain erittäin harvat ovat sitä mieltä, että julkaisuoikeudet tulisi ehdottomasti olla kenellä tahansa.



Kuva 8. Julkaisijat, ehkä-vastaukset

Kuvassa 8 on kuvattu, millä ryhmille vastaajat voisivat harkita julkaisuoikeuksien antamista. On huomioitava, että jos vastaaja on jo siirtänyt jonkin ryhmän laatikkoon ”ehdottomasti on oltava oikeus”, hän ei ole enää voinut siirtää samaa ryhmää tähän laatikkoon. Suurimmat ryhmät, joille vastaajat voisivat harkita julkaisuoikeuksien antamista, ovat tuutorit, kampuksilla toimivat muut tahot (esimerkiksi terveydenhoitajat ja pastorit), luokkien ja ryhmien yhteysopiskelijat/vastuupöskelijät. Merkittävä osa vastaajista olisi valmis harkitsemaan sitäkin, että kaikilla opiskelijoilla olisi oikeudet julkaista sisältöä Xamkin yhteisessä somekanavassa.



Kuva 9. Julkaisijat, ei-vastaukset

Kuvassa 9 on kuvattu, mille ryhmille vastaajat eivät missään nimessä antaisi oikeutta tehdä julkaisuja Xamkin yhteisessä somekanavassa. Suurin osa opiskelijoista ei halua vapauttaa kanavaa kenen tahansa, esimerkiksi mainostajien, käyttöön. Toisaalta on myös merkittävä osa opiskelijoita, jotka eivät päätyneet tähän linjaukseen. Toiseksi suurin ryhmä, jolta julkaisuoikeus haluttaisiin evätä, on Xamkin kaikki opiskelijat.

Perustelu-osion aineiston teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **moderointia haluavat:** Kanavalla tulisi olla moderaattorit ja selkeät ohjeet, tavallisten opiskelijoiden viestit pitäisi jonkun hyväksyä ennen julkaisua; myös kanavan jakamiseen erilaisiin alakategorioihin voisi olla ratkaisu tietotulvan hallitsemiseen. ”Yhden henkilön/ryhmän kautta ja heidän harkinnallaan kaikki tahot, mutta ei vapaita julkaisuoikeuksia kaikille. Selkeä, yhteinen linja mitä julkaistaan.”
- **mainostuskriittiset:** Tämän kanavan tulisi olla informatiivinen, mainostamiseen on riittävästi muitakin kanavia. ”Ei missään tapauksessa mainoksia tai muuta hömpää. Puhtaasti asiaa ja hyödyllistä tietoa.”
- **yhteistyömahdollisuuksien näkijät:** Mainostajat ja ulkopuoliset tahot mukaan, jos ovat opiskelijoille tai Xamkille hyödyllisiä ja/tai tarjoavat

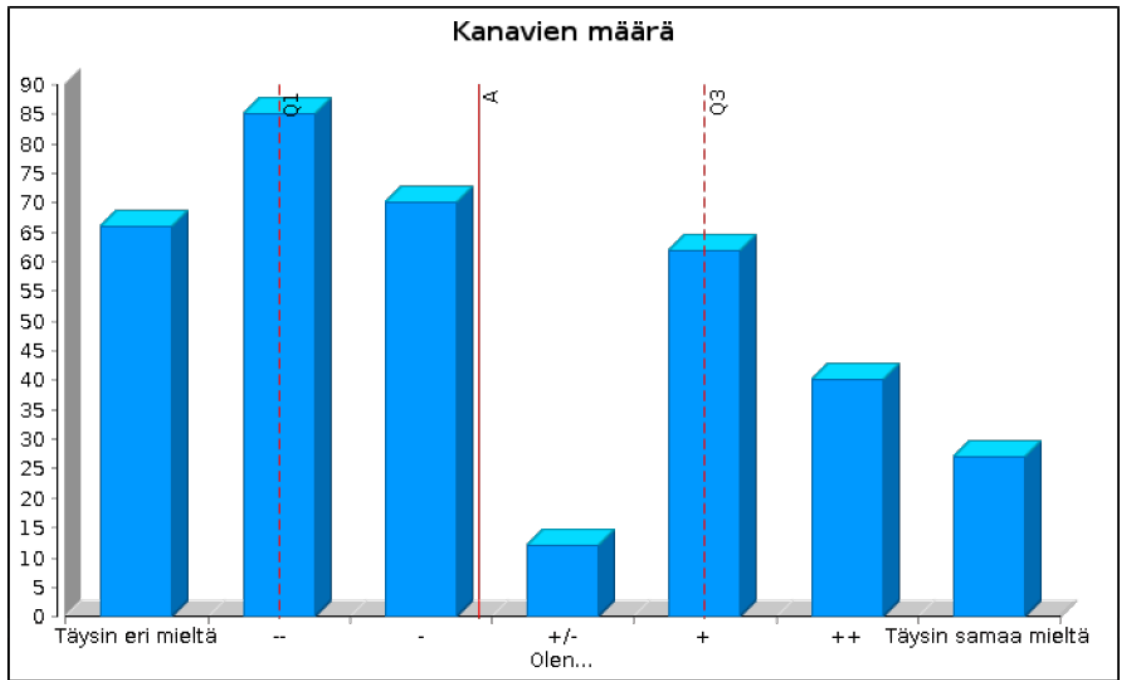
vastiketta jossain muodossa. ”Ulkopuolisia vain ja ainoastaan työnantajien yms projektitoimeksiantojen muodossa” “[– –] mainosbannereita -tottakai näkyvyyttä pitää hyödyntää ja antaa mahdollisuus myös markkinoinnille. Vaikka julkinen koulutuskuntayhtymä, jostain on rahavirta tehtävä....”

- **henkilökunnan roolin pohtijat:** Pääasiassa myönteistä pohdintaa opettajien ja muun henkilökunnan läsnäolosta kanavassa. ”Opettajilla ja henkilökunnalla täysi julkaisuoikeus.”
- **monipuolisuuden kannattajat:** Mitä monipuolisempaa sisältöä, sen parempi. ”Se, että tulee monenlaisia näkökulmia ja voisi mahdollisesti itsekin vaikuttaa, lisää käyttömielekkyyttä”

Aineiston analyysi tuotti kiinnostavan ristiriidan siihen, mitä ennakkoon kirjallisuuden ja arkikokemusten perusteella odotettiin. Odotuksena oli, että opiskelijat haluavat pitää henkilökunnan poissa somekanavista ja olla siellä ”omassa tilassaan”. Kuitenkin aineistossa maininnat tällaisesta olivat aivan yksittäisiä ja henkilökunnan roolia pohditaan muutenkin vain vähän. ”Jos tässä on kyse opiskelijoiden viestinnästä, niin jätetään mainokset ja opettajat jne. ns. virallisiin kanaviin, jossa ovat nykyäänkin kuten Student. Kaakko voi julkaista.” Tässä tapauksessa siis tutkimuskysymysten kannalta on olennaista se, mitä aineistossa ei ole; mikä sieltä puuttuu.

5.4 Some-kanavien määrä

Väitteessä 4 vastaajaa pyydettiin ottamaan kantaa some-kanavien määrään. ”On parempi, että Xamkin eri tukipalveluilla ja toiminnoilla (esimerkiksi kirjasto, harrastustoiminta, opiskeluterveydenhuolto, opiskelijapalvelut) on omat somekanavat eikä kaikkia tiedotuksia laiteta samaan, yhteiseen somekanavaan. Si joita mielipiteesi janalle ja perustele kommentteissa.”

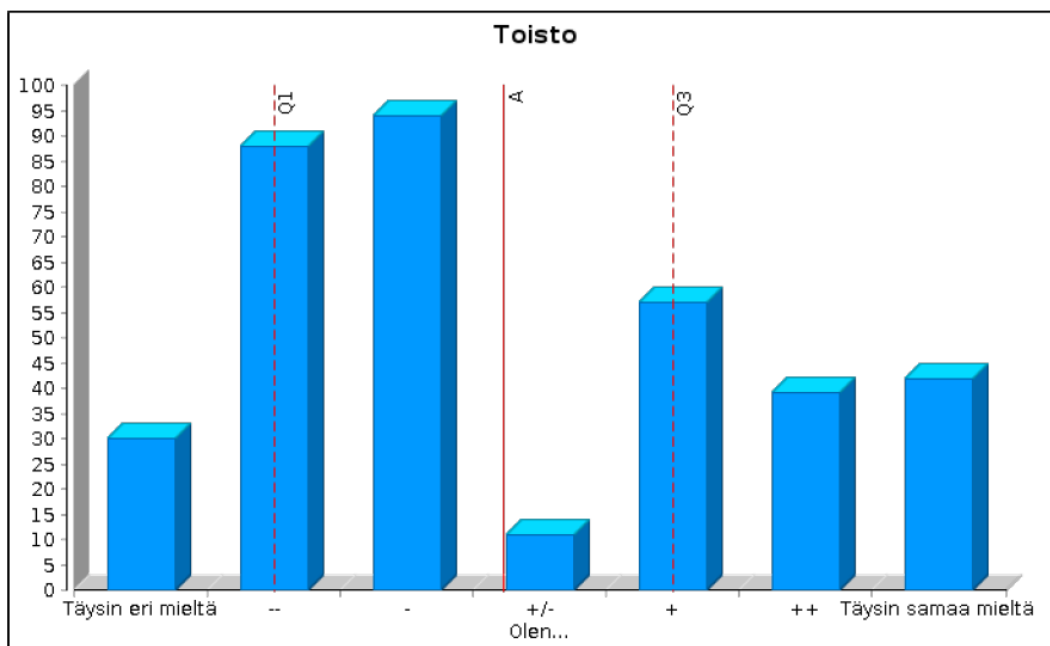


Kuva 10. Kanavien määrä

Vastaajien enemmistö asettui sille kannalle, että erilliset somekanavat eivät ole hyvä asia. Toisaalta myös väitteen kanssa ”jokseenkin samaa mieltä” olevia oli melko paljon. Kommenttikentässä käytiin jälleen vilkasta keskustelua siitä, mikä olisi käytettävyyden kannalta hyvä ratkaisu. Eniten kannatusta sai se, että kanava olisi sama, mutta sen sisällä asiat olisi jaoteltu aihepiiriin mukaan. Valitettavasti tämän perusteluosan aineiston vieminen Webropoliin on teknisistä syistä epäonnistunut eikä sitä ole voitu analysoida TextMining-työkalun avulla.

5.5 Toiston määrä

Väitteessä 5 vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa sisällön toiston määrään. ”Jokaisesta asiasta, esimerkiksi opintojaksoilmoittautumisen ajasta, muistutetaan some-kanavassa vain yhden kerran. Samaa asiaa ei toisteta monta kertaa. Sijoita mielipiteesi janalle ja perustele.”



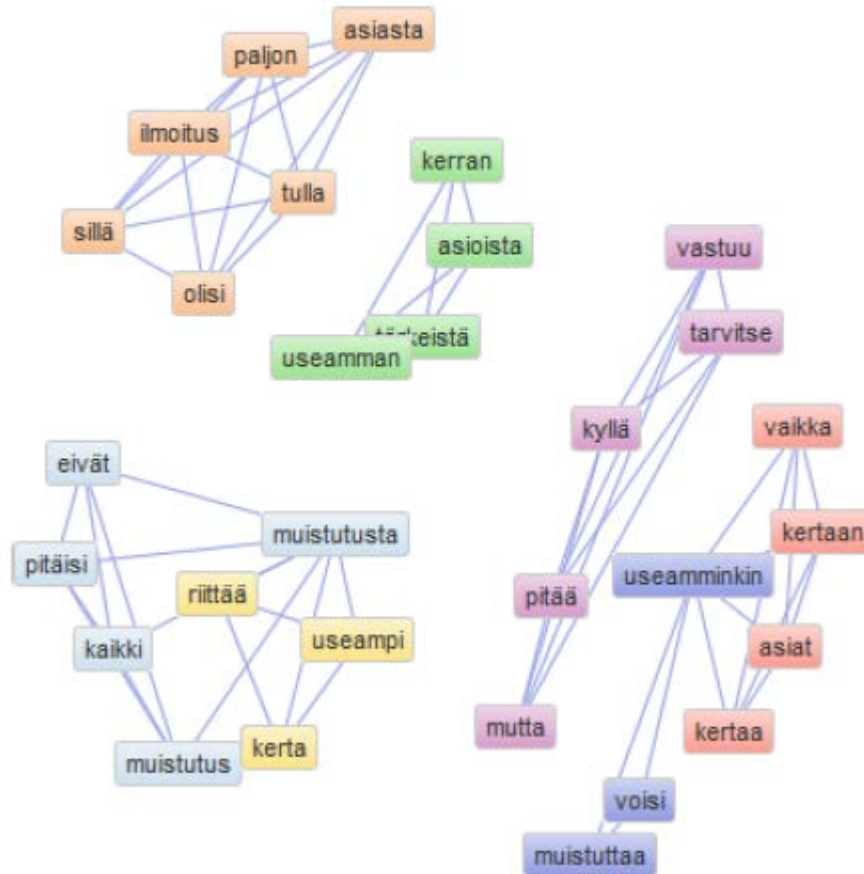
Kuva 11. Toiston määrä

Kuten kuvasta 11 näkyy, suurin osa vastaajista asettui olemaan eri mieltä väitteen kanssa. Kuvan 12 sanakartta kuvaa hyvin perustelu-osion aineistoa, jonka teemoittelin seuraavasti:

- **opiskelijan oma vastuu:** Korkeakouluopiskelijan velvollisuus on itse huolehtia asioista ilman, että niistä tarvitsee muistuttaa useita kertoja. "Kaikki opiskelijat ovat aikuisia joten muistaminen on omalla vastuulla."
- **infoähky:** Jos kaikesta muistutetaan useita kertoja, kanava täyttyy muistutuksista ja menettää hyödyllisyytensä, varsinkin jos muistutuksia eri asioista ei saada kanavassa jaoteltua tai itse valittua. "Yksi ilmoitus-kerta riittää, saman asian toistaminen tuottaa turhaa informaatioähkyä kanavalle."
- **tärkeimmistä asioista saa muistuttaa:** Tärkeistä opiskeluun liittyvistä asioista saa muistuttaa 2-3 kertaa, esimerkiksi jonkin määräajan päättyessä. "Hyvä olisi saada muistutus vielä vaikka muutama päivä ennen deadlinea."

- **muutkin keinot käytössä:** Kun myös muissa opiskelijaviestinnän kanavissa (ml. henkilökohtainen viestintä) muistutetaan some-kanavan lisäksi, toistoa syntyy riittävästi. ”Muistutus tulee ryhmänohjaajilta ja Studentista myös monesti.”

Sanakartta



Kuva 12. Sanakartta muistuttamista koskevan väitteen vastauksista.

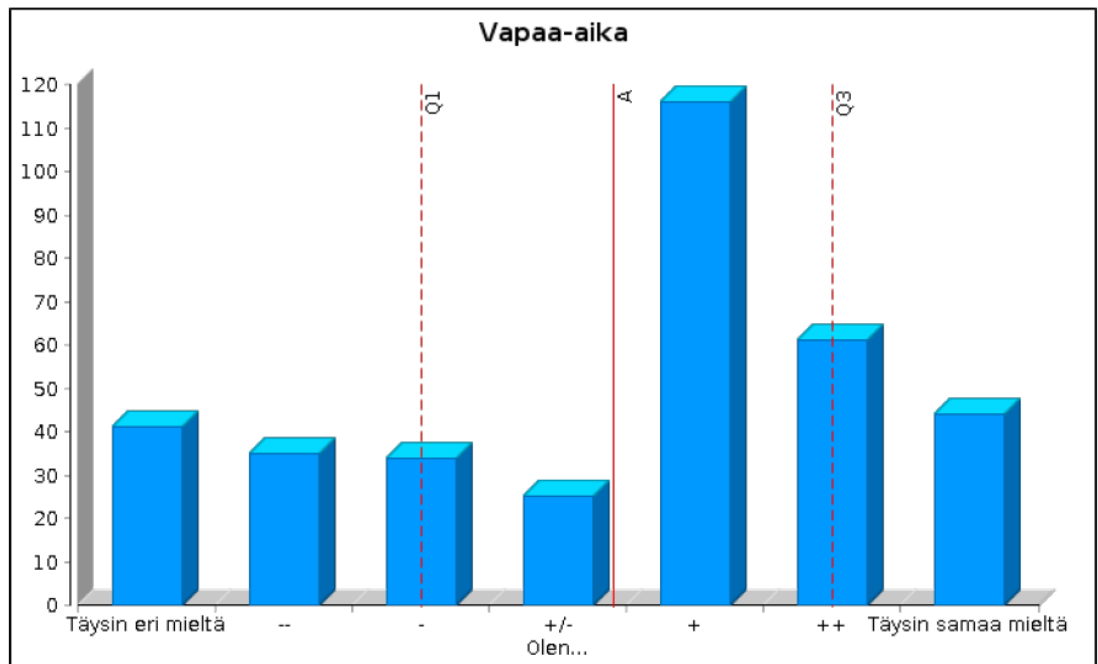
Kuvassa 12 näkyy, kuinka vastauksissa käytetyt sanat yhdistyvät ryppäiksi, joista osa on selkeitä, kuten ”tärkeitä – asioista – useamman – kerran” ja ”vastuu – tarvitse – kyllä – pitää – mutta”. Osa ryppäistä taas on moniselitteisempiä ja niissä saattaa yhdistyä merkityksiltään erilaisia vastauksia, joissa on käytetty samoja sanoja.

Voidaan todeta, että toiston määrästä on monia mielipiteitä, ja kaikkia opiskelijoita miellyttävää toimintatapaa on tuskin mahdollista löytää. Tämä on samansuuntainen havainto kuin aiemmissa palautekyselyissä sekä arjen tilanteissa

saatu palaute: osa opiskelijoista kokee, että asioista muistutellaan liian monta kertaa, kun taas osa kokee, ettei ole saanut tarpeeksi tietoa ja muistuttelua.

5.6 Vapaa-aikaan liittyvä sisältö

Väitteessä 6 vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa some-kanavan sisältöihin vapaa-ajan toiminnan osalta. ”Opiskelijaviestinnän some-kanavassa tiedotetaan myös viihteellisistä vapaa-ajan tapahtumista, kuten opiskelijabileistä.”



Kuva 13. Vapaa-aika

Kuvasta 13 näkyy, kuinka vastaajajoukko jakaantui janalla joka kohtaan, suurimman kannatuksen tullessa hieman samaa mieltä olevien kohdalle. Tämän aineiston perusteella ei siis ole tehtävissä suoria johtopäätöksiä siitä, millainen linjaus somekanavan postauksista pitäisi laatia.

Perustelu-osion aineiston olen teemoitellut seuraavasti:

- **Vapaa-aika ok:** Vapaa-aika on olennainen osa opiskelijaelämää, joten siitä saa tiedottaa myös tässä kanavassa. ”Vapaa-ajan tapahtumat ovat myös tärkeitä asioita opiskelijaelämässä, joten niistä myös tietoa asiallisesti ja hyvän maun mukaan.”

- **Pienellä varauksella:** Sellaisista tapahtumista, jotka ovat kaikille avoimia ja yhteisiä, voi tiedottaa, erityisesti harrastuksista ja liikunnasta; tiedotuksen on oltava asiallista. ”Hillitty opiskelijakunnan tapahtumien mainonta, kuuluuhan opiskelijabileet opiskelijayhteisön olennaisiin juttuihin. Ja nyt korostaisin että oman koulun yhdistysten järkkäämiä pip-paloita vois mainostaa.”
- **Infoähkyn vaara:** ”Pelkään tärkeän tiedon hukkuvan joka viikkoisten bileilmoitusten sekaan.”
- **Tietoa saa muualtakin:** Vapaa-aikaa koskevaa sisältöä saa niin hyvin muualtakin, että sitä ei tarvitse tuoda tähän somekanavaan. ”Ko. tapahtumiin liittyvät ilmoitukset tavoittavat opiskelijat kyllä muutenkin.”
- **Ei koske minua:** En osallistu vapaa-ajan tapahtumiin, joten en koe tarpeelliseksi TAI En osallistu, mutta minua ei haittaa, vaikka näistä tiedotetaan. ”Aikuisopiskelijana en ole kiinnostunut lasten riennoista.” ”En asu Mikkelissä ja sen takia viihteellisiin tapahtumiin ei tule osallistuttua. Toki tilaisuuksista voi somessa kertoa, mutta painoarvon tiedotussisällölle laitaisin opintoihin liittyvissä asioissa.”

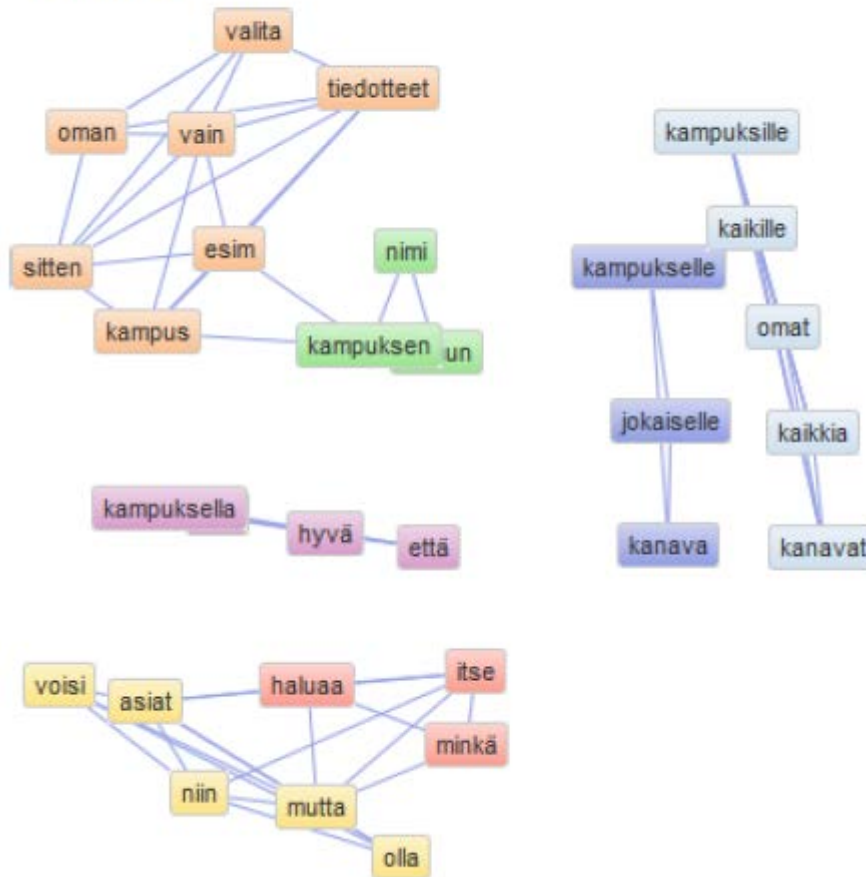
Tässä osiossa opiskelijat tuovat esille yhteisöllisyyteen liittyviä piirteitä: vastauksissa muun muassa korostetaan vapaa-aikaa osana opiskelijaelämää, pidetään nimenomaan kaikille avoimia/yhteisiä tapahtumia tärkeinä, muistutetaan myös alkoholittoman toiminnan merkityksestä. Toisaalta osa tuntee olevansa näiden asioiden ulkopuolella intressiensä, ikänsä tai asuinpaikkansa vuoksi eli kokee, ettei kuulu yhteisöön, joita nämä asiat koskevat. Jälleen voidaan todeta, että kaikille opiskelijoille mieluista toimintatapaa on mahdotonta löytää, mutta on hyvä miettiä, kuinka palvellaan mahdollisimman suurta osaa opiskelijoista heille sopivalla tavalla.

5.7 Kampuspaikkakuntien tiedotusten erottelu

Kohdassa 7 vastaajia pyydettiin miettimään sisältöä kampusten näkökulmasta. ”Miten eri kampuspaikkakuntia koskevat tiedotukset erotetaan toisis-

taan niin, että ne on helppo löytää? Kerro ideasi ja kommentoi muiden ehdotuksia kommenttikentässä.” Kysymys oli siis luonteeltaan avoin kysymys eli valmista väitettä ei esitetty.

Sanakartta



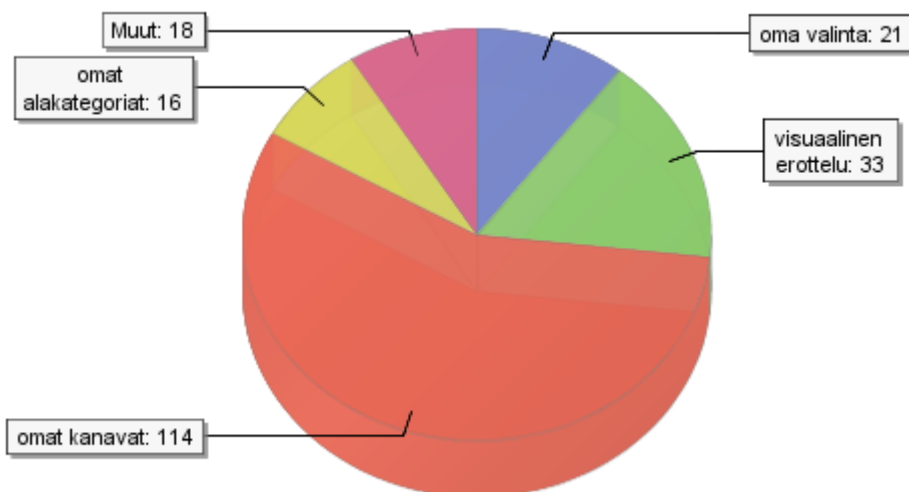
Kuva 14. Sanakartta kampuskysymyksen vastauksista

Aineistoa kuvaa hyvin sanakartta (kuva 14). Monet vastaajat olivat spontaanisti kertoneet mielipiteensä kampuskohtaisesta jaottelusta jo aiempien väitteiden kohdalla, joten aihe on selvästi tärkeä. Teemoittelin aineiston seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **omat kanavat:** Hyvin selkeitä ja ytimekkäitä kannanottoja siitä, että jokaiselle kampuspaikkakunnalla tulisi perustaa oma, erillinen kanava. ”Eri kanavat eri kampuksille. Jos koskee kaikkia kampuksia, viestin lisääjä voi helposti sen jakaa kaikille kampuksille.” ” Eri kanavat yksinkertaisin tapa toimia, ainoa tapa estää asioiden sekaantuminen. Kotkalaisen opiskelijan ei tarvitse tietää, jos Mikkelissä tietyn opettajan tunnit

peruutetaan.”

- **omat alakategoriat:** Yksi kanava, jossa omat osiot/ryhmät/välilehdet/alasivut kampuskohtaisille tiedoille. ”Samalla kanavalla kaikki, mutta jokaiselle kampukselle oma osio, niin ei tarvitse kaikkien kampusten tietoja kahlata läpi, vaan voi valita oman kampuksen tiedotteet.”
- **visuaalinen erottelu:** Julkaisusta pitäisi nähdä selkeästi, minkä kampuksen opiskelijoita se koskee; erottelu esimerkiksi värillä, aihe-sanalla, julkaisijan profiililla tai suuraakkosilla kirjoitetulla kaupungin nimellä. ”Jokaiselle kampuspaikkakunnalle esimerkiksi oma väri ja paikka selvästi näkyviin. Olisi ihan hyvä kuitenkin, että kaikki näkyisivät kaikille se toisi tasapuolisuutta ja tervettä kilpailua kampusten välille.”
- **oma (ennakko)valinta:** Käyttäjän pitäisi voida itse valita, minkä kampuksen/kampusten julkaisuja haluaa tarjolle tulevan. ”Pitäisi olla mahdollista suodattaa tai tilata vain tietyn kampuksen tiedotteet, mutta täytyisi olla silti mahdollisuus tutkia muitakin feedejä tarvittaessa.”



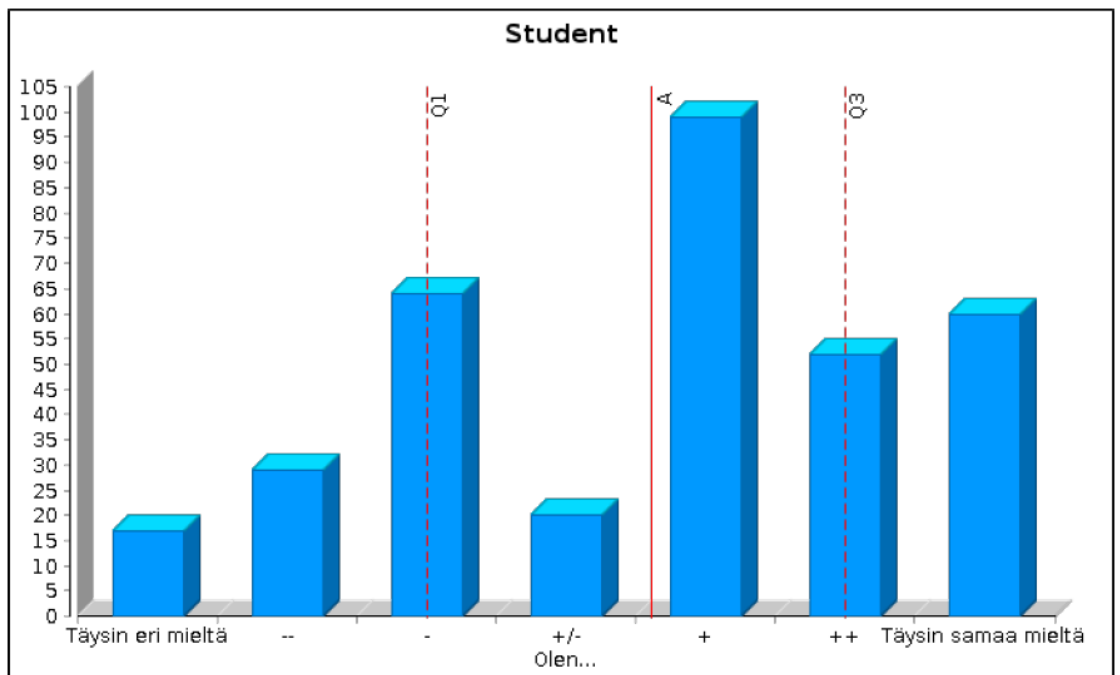
Kuva 15. Kampuskohtaista jaottelua koskevien teemojen määrällinen jakauma

Kuva 15 ilmaisee, kuinka vahva on vastaajien näkemys siitä, että kampuspaikkakuntien tiedotukseen pitäisi perustaa kokonaan omat kanavat.

Jotkut yksittäiset vastaajat olivat miettineet myös perusteellisempia vaihtoehtoja ja huomioineet, että jotkut opiskelijat voivat tarvita useammankin kampuksen tietoja, mutta pääasiassa vastaajat olivat sitä mieltä, että jokainen tarvitsee vain oman kampuksensa tiedotusta. Ehdotukset ”vierailumahdollisuuksista” perustuivat esimerkiksi gps-paikannukseen, vierailijaprofiiliin tai omien asetusten muuttamiseen. Näitä ei saatu TextMining-työkalulla koottua yhden teeman alle, koska vastauksissa käytetty sanasto ei ollut riittävän erottuvaa suhteessa muihin teemoihin.

5.8 Somen ja intranetin välinen suhde

Väitteessä 8 vastaajia pyydettiin arvioimaan some-kanavan ja Student-intranetin sisältöjen välistä suhdetta. ”Opiskelijaviestinnän some-kanavassa pitää olla kaikki samat tiedotteet kuin Student-intranetissä. Sijoita mielipiteesi janalle ja perustele.”



Kuva 16. Sosiaalisen median ja Studentin välinen suhde

Kuten kuvasta 16 on nähtävissä, vastaajista valtaosa pitää samojen tiedotteiden toistamista molemmissa paikoissa kannatettavana asiana, mutta myös eri mieltä olevia on melko paljon. Jälleen kerran pelkkä määrällinen vastaus ei anna suoria vastauksia kehittämistyöhön.

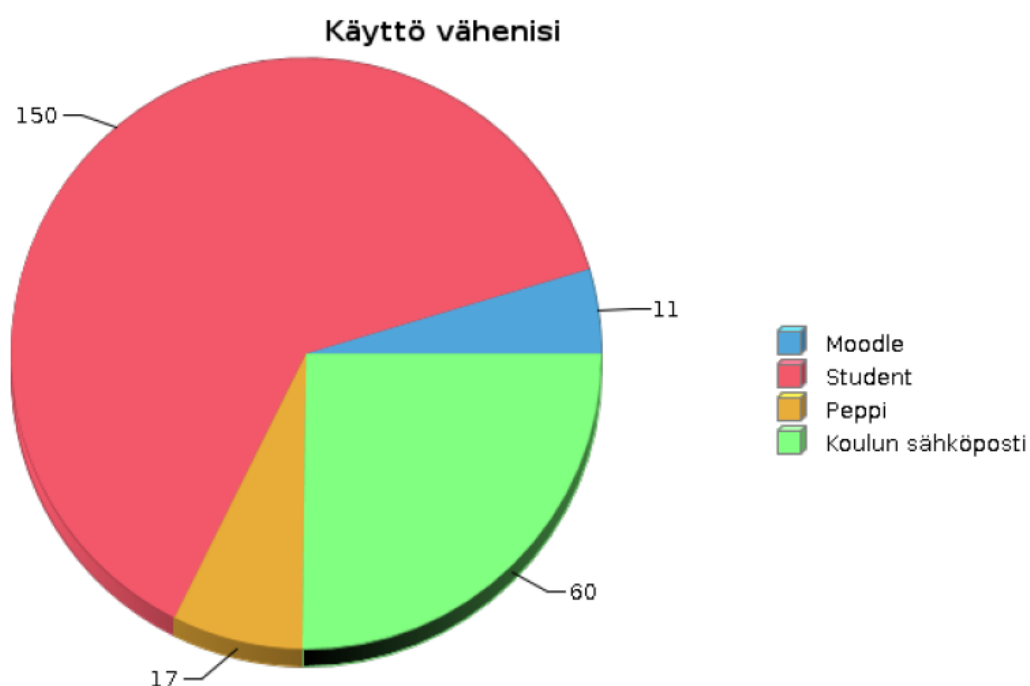
Perustelu-osion aineiston teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **Somessa samat kuin Studentissa:** Samat tiedotteet voisi julkaista molemmissa ja opiskelija itse valitsee, kummasta niitä seuraa, mutta intranetin muuta sisältöä ei pidä viedä someen, jotta siitä ei tule liian raskas. ”Studentia ei pysty edes seuraamaan näppärästi puhelimella, joten ehdottomasti kyllä.”
- **Somessa enemmän kuin Studentissa:** ” Kaikki sama ja vähän enemmän.”
- **Somessa vähemmän kuin Studentissa:** Somessa tulisi julkaista vain tärkeimmät Studentin tiedotteista. ”Ei todellakaan, vaan vain oleelliset asiat. Student pysyy edelleen opiskelijoiden intrana.”
- **Ovat toisistaan erilliset:** Intranet ja sosiaalinen media nähdään toisistaan erillisinä asioina, joita ei edes pidä yrittää rinnastaa toisiinsa tai yhdistää millään tavalla. ”Ei sotketa sitä nyt tähän”
- **Passiiviset:** Vastaajat, jotka eivät nytkään seuraa Studentia, eivätkä voi tai halua ottaa kantaa asiaan. ”En edes tiedä mitä kaikkea Studentissa tiedotetaan.”

Teemojen sisälle TextMining-työkalulla tehdyssä sijoittelussa osui myös pohdintoja siitä, onko järkeä tehdä kaikkea viestintää kahteen kertaan. Näitä en saanut järkevästi eroteltua omaksi teemakseen, mutta on syytä nostaa esille se seikka, että tällaisiakin mielipiteitä vastauksista löytyi. Tässä osiossa yksiselitteisen teemoittelun tekeminen ei muutenkaan onnistunut halutulla tavalla, sillä vastauksissa käytetyt sanat eivät erottuneet riittävästi toisistaan niin, että vastauksia olisi saatu luokiteltua eri teemoihin.

5.9 Vaikutukset vastaajan omaan toimintaan

Väitteessä 9 vastaajia pyydettiin arvioimaan some-kanavan olemassaolon vaikutusta heidän omaan toimintaansa. ”Jos korkeakoulun yhteisiä asioita koskevat tiedotteet saa some-kanavan kautta, se vaikuttaa omalla kohdallani muiden järjestelmien käyttöön seuraavasti: Sijoita järjestelmät sopiviin laatikoihin ja perustele kommentteissa.” Kuten kuva 17 osoittaa, selkeimpänä näkyi vaikutus Studentin käyttöön; koulun sähköpostin, Moodlen ja Pepin käyttöön ei nähty merkittäviä vaikutuksia.



Kuva 17. Vaikutukset – käyttö vähenisi

Perustelu-osion aineiston analyysin teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **Student:** Arvioita siitä, että Studentin käyttö joko vähenisi tai säilyisi ennallaan, sekä mainintoja Studentin ongelmista. ”Studentin käyttö varmaan vähentyisi, jos saan tarvittavat tiedot some-kanavalta. Muihin ei vaikutusta.” ”Toimiva somekanava poistaisi tarpeen käydä tarkistelemassa sähköpostista ja Studentista josko jotain uutta sittenkin olisi ilmaantunut.” ”Student on hyvä, ja sen alta löytyy kaikki em. toiminnot.

Student on juuri tätä varten, en käyttäisi some-kanavaa kuitenkaan.”

- **Sähköposti:** Arvioita siitä, että sähköpostin käyttö (lähettäminen tai lukeminen) joko vähenisi tai säilyisi ennallaan, sekä mainintoja sähköpostin ongelmista. ”Sähköpostista saattaisi kadota kaikki turhat viestit jotka tukkivat sen ja tekevät sen käytöstä vastenmielistä.” ”sähköposti on kuitenkin jatkossakin tehokas tapa viestittää. On kuitenkin työelämässäkin vielä vallitsevimpia muotoja.”
- **Peppi:** Arvioita siitä, että Pepin käyttö säilyisi ennallaan, sekä mainintoja Pepin toiminnan ongelmista. Ei lainkaan mainintoja siitä, että Pepin käyttö vähenisi. ”Peppi on vähän eri tasolla, kun pääpiirteittäin pyörii arvosanojen ja opintojen seurannan ympärillä, näin opiskelijan näkökulmasta.” ”Moodlella ja Pepillä on omat käyttötarkoituksensa, johon some ei varmaankaan vaikuttaisi.”
- **Moodle:** Arvioita siitä, että Moodlen käyttö säilyisi ennallaan. ”Moodlea en koe tiedotuskanavana, joten sen käyttöön ei olisi mitään vaikutusta.” ”Luulen, että käyttäisin silti Moodlea, Studentia ja Peppiä niin kuin ennenkin, olen jo noihin tottunut.”
- **Ei vaikutusta:** Vastaukset, joissa arvioidaan, että muutoksella ei olisi vaikutusta mainittujen järjestelmien käyttöön. ”Moodlesta löytyy tehtävät, studentista erilaisia ohjeita (esim. kirjoittamispohjat), pepistä arvosanat ja hops, sähköpostissa kirjoitetaan viestejä. Miten sovellus voisi edes korvata näitä toimintoja? Somessa ei tehdä tehtäviä, sieltä ei saa arvosanojaan saati lähetellä virallisia viestejä.” ”Jokaisen opiskelijan pitäisi selata Moodle ja sähköposti ainakin päivittäin, Student ainakin kerran viikossa ja Peppi tarvittaessa, joten ei somekanavalla pitäisi olla vaikutusta näiden käyttöön.”

Tässä osiossa tein teemoittelun selkeästi järjestelmien nimien perusteella, vaikka se ei ole puhtaasti laadullisen analyysin teemoittelun idea. Ottaen huomioon sekä väitteen asettelun että vastaajien kirjoittamat argumentit se tuntui tässä toimivimmalta ratkaisulta. Moni vastaaja oli luetellut perustelussaan kaikki tai useimmat kanavat nimeltä, joten sama vastaus tuli luokitelluksi sen

myötä kaikkien teemojen alle. Tämän vuoksi teemojen suuruusluokille ei kannata antaa erityistä painoarvoa. Ne kuitenkin yhdessä sanapilven ja sanakartan kanssa osoittivat, että Student ja sähköposti olivat selkeästi eniten esillä vastauksissa verrattuna Moodleen ja Peppiin. On myös huomattavaa, että Moodlen ja Pepin kohdalla ei ollut lainkaan arvioita siitä, että niiden käyttö vähenisi, vaan kaikki niihin liittyvät arviot olivat sellaisia, että käyttö säilyisi ennallaan. Teknisiä ongelmia koskevia vastauksia en ole erikseen analysoinut enkä sisällyttänyt yllä oleviin sitaatteihin, koska ne eivät ole tämän työn kannalta relevantteja.

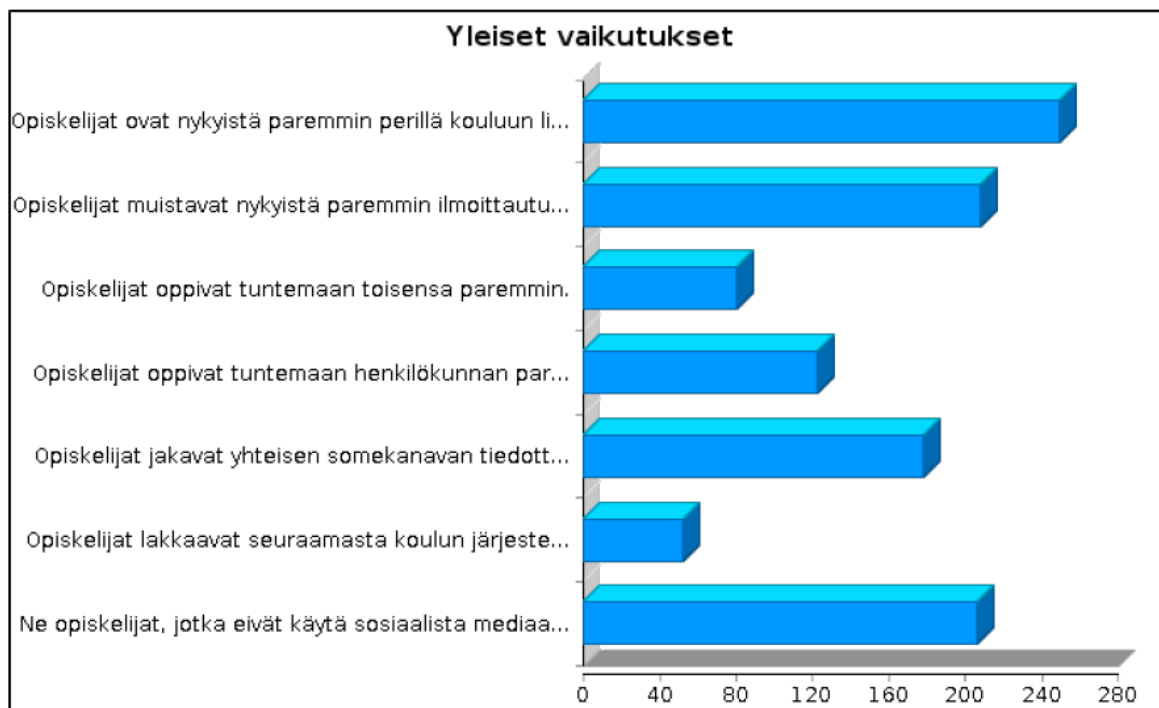
5.10 Arviot vaikutuksista opiskelijoiden toimintaan

Väitteessä 10 vastaajia pyydettiin arvioimaan, millaisia vaikutuksia somekanavan olemassaololla olisi yleisesti ottaen opiskelijoiden toimintaan.

Yleiset vaikutukset

Jos Xamkin opiskelijoita koskevista yhteisistä asioista tiedotetaan jatkossa myös yhteisessä somekanavassa, miten arvioit sen vaikuttavan seuraaviin asioihin?

Valitse listasta ne, joiden arvioisit todennäköisesti toteutuvan. Perustele. Jos ennustat joitakin muita muutoksia, joita listassa ei ole mainittu, kerrothan nekin kommentteissa!



Kuva 18. Vaikutukset – arvio todennäköisyydestä

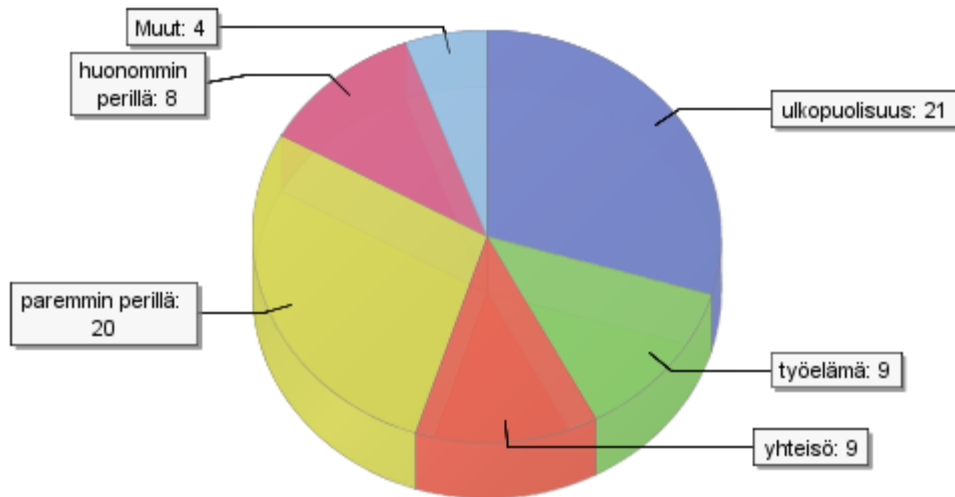
Vastaajat arvioivat, että opiskelijat olisivat some-kanavan ansiosta nykyistä paremmin perillä kouluun liittyvistä asioista ja muistaisivat paremmin ilmoittautua opintojaksoille. Toisaalta he olivat huolissaan niiden opiskelijoiden syrjäytymisestä, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa. Kommenteissa tuli esille, että opiskelijoiden mielestä näin tapahtuu jo nyt. Xamkin tietojärjestelmien käytön lakkaamista opiskelijat eivät näytä pitävän todennäköisenä. Yhteisöllisyyden kannalta on mielenkiintoista, että vastaajat arvioivat yhteisen some-kanavan lisäävän tutustumista henkilökuntaan enemmän kuin tutustumista muihin opiskelijoihin.

Perustelu-osion aineiston analyysin teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **ulkopuolisuus:** Opiskelijat, jotka eivät käytä (aktiivisesti tai ollenkaan) somea, saattavat jäädä ulkopuolisiksi tai olla jo sitä. Osa vastaajista painottaa, että näin ei saisi käydä, osa taas on sitä mieltä, että se on näiden henkilöiden oma valinta ja vastuu. On myös arvioita, että jos viestintä hoidetaan hyvin muissakin kanavissa, ulkopuolisuus ei lisäännä. ”Jo nyt ne jotka eivät käytä somea, jäävät ulkopuoliseksi, ja he myös kohtaavat ’päivittelyä’ miksi eivät somea käytä. He siis jäävät yhä enemmän ulkopuolisiksi.” ”Opiskelijat, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa, ovat jo ulkopuolisia. Somekanava pitäisi näkyä koulussa julkisilla paikoilla esim. infomonitorissa.” ”Viimeinen kohta on uhka ja pelko, joka ei saa toteutua.” ”Ei somessa tarvitse roikua 24/7 niin kuin monet tekevät, mutta kyllä siellä kannattaa silti olla. Maailma muuttuu ja some ottaa enemmän valtaa ja on mielestäni vähän juttia olla sieltä kokonaan pois. Jos jää ulkopuoliseksi niin se on ihan oma vika.”
- **työelämä:** Vertauksia ja viittauksia tämän hetken tai tulevaisuuden työelämään.”Somen käytöltä ei nykypäivänä voi välttyä työelämässä, jos siis et käytä sitä opiskeluaikana niin suuria haasteita tulee työelämässä. Lisäksi monella työpaikallakin on omia järjestelmiä ja ohjelmia henkilöstölle eli tämä vain lisäisi työelämävalmiutta.”
- **yhteisö:** Some-kanavaan sisältyy mahdollisuus kehittää yhteisöllisyyttä.” Opiskelijoiden ja opettajien keskinäinen viestintä voisi lisääntyä

ja sitä kautta opitaan tuntemaan toisiamme, eli yhteisöllisyyden tunne kasvaa.”

- **paremmin perillä:** Some-kanava saattaisi parantaa tiedonkulkua ainakin niiden osalta, jotka jo muutenkin ovat aktiivisia. ” Ainakin viestien jakaminen eri kanavissa lisääntyy. Ja ilmoittautuminen opintojaksoille sujuu varmaan jouhevammin, nythän tämä on vähän arpapeliä.” ”Veikkaan että olisivat ehkä paremmin perillä, mutta tietoa on nyt jo tarpeeksi ja siitä tiedotetaan suhteellisen hyvin. Ne jotka eivät ole tähänkään mennessä perillä asiasta tuskin ovat sitä some-kanavillakaan.”
- **huonommin perillä:** Lisäkanavat pahentaisivat informaatiotulvaa ja tekisivät tilanteesta sekavamman. ”Some on aika paljon täynnä aika turhaa tietoa ja tärkeät uutiset hukkuisivat sinne.” ”Riippuu somen toteutuksesta, opiskelijat voivat olla myös huonommin perillä koulun asioista jos informaatiotulva kasvaa.” ”Jo tällä hetkellä koulun monet järjestelmät tuottavat informaatiota sekä tietoa monista asioista. Jos informaatiota menee ohi, niin sitä tuskin parantaa mikään uusi järjestelmä.”



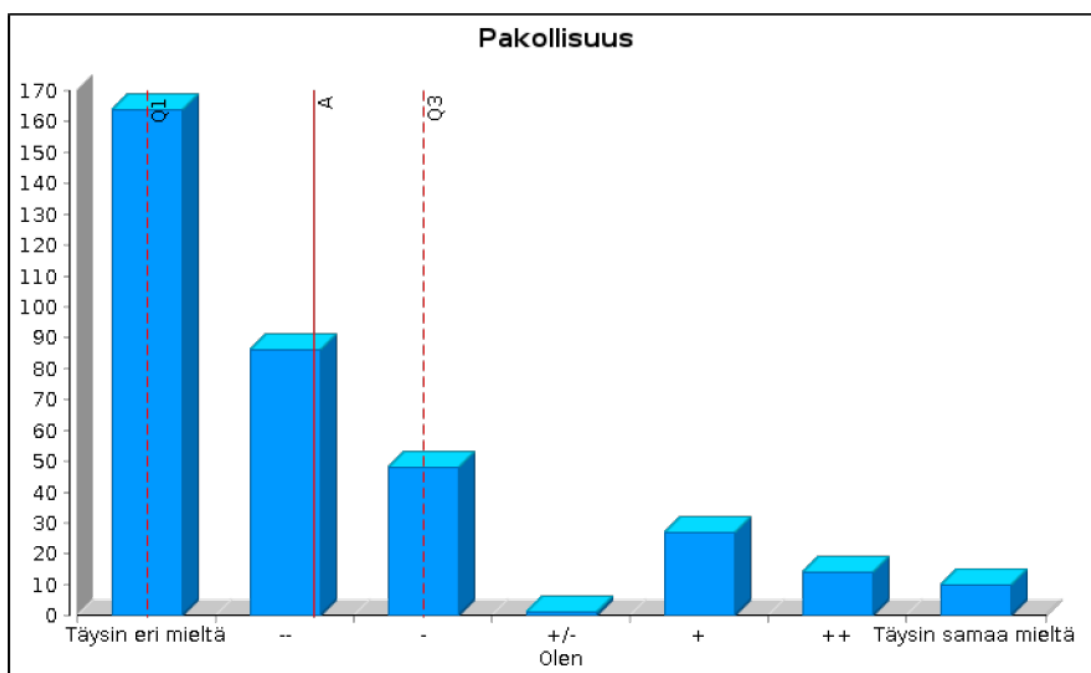
Kuva 19. Yleisten vaikutusten perustelu-osion teemoittelu

Kuvassa 19 on esitetty edellä mainitut teemoittelut määrällisinä. Vaikka tarkoitus ei ole ensisijaisesti tehdä määrällistä vertailua argumenteista, diagrammi kuvaa sitä, mitkä olivat yleisimmät aiheet perusteluosion vastauksissa. Ulkopuolisuuden ja yhteisöllisyyden teemat varsinkin yhteenlaskettuna keräsivät

paljon huomiota. Myönteiset arviot siitä, kuinka hyvin opiskelijat olisivat perillä korkeakoulun asioista, olivat selvästi yleisempiä kuin kielteiset arviot. Vaikka vastaajia pyydettiin visioimaan myös muita muutoksia, joita some-kanava toisi tullessaan, niitä tuli melko vähän, eli väitteen valmiit vaihtoehdot ohjasivat selvästi ajatuksia ja keskustelua. Toki jonkin verran oma-aloitteisia vastauksia tuli työelämä-teemaan.

5.11 Somen käytön pakollisuus

Väitteessä 11 vastaajia pyydettiin kertomaan mielipiteensä siitä, voiko opiskelijoita velvoittaa some-kanavan käyttöön. ”Kaikilta opiskelijoilta voidaan vaatia, että he seuraavat Xamkin uutta, yhteistä some-kanavaa. Merkitse mielipiteesi janalle ja perustele.”



Kuva 20. Some-kanavan käytön pakollisuus

Tämä väite tuotti koko paneelin selkeimmät tulokset janalla. Opiskelijat olivat erittäin selkeästi sitä mieltä, että somen käyttöön ei voi pakottaa/velvoittaa. Sen sijaan kommenttiosiossa valtaosa kuitenkin mainitsi, että somen käyttö on monesta syystä hyödyllistä ja järkevää.

Perustelu-osion aineiston analyysin teemoittelin seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **ei voi vaatia:** Selkeät, mutta usein perustelemattomat kannanotot siitä, että opiskelijoilta ei voida vaatia tätä: usein jatkokomenttina oli kuitenkin, että suositella, kannustaa tai rohkaista voidaan. ”Ei voi vaatia, mutta suositella joo. Jokainen etsii/hakee ym tietoa parhaaksi katsomalla tavalla.” ”Kylläpä se oon mie ite ku päätän että seurailenko xamkin sometuksia vai en.” ” Ei voida vaatia, mutta niille jotka somea käyttää ei muutaman ihmisen käyttämättömyys saa muodostua esteeksi.”
- **kyllä voi vaatia:** Kyllä voidaan vaatia, erityisesti jos some-kanava on Xamkin oma eikä kaupallinen. ”Kyllä, jos se on koulun virallinen kanava, ylimääräisistä tileistä vapaa ja vain Xamkin käytössä oleva. Someen ei voi ihmisiä pakottaa, edes nykyisellä vuosikymmenellä.” ”No voi kai vaatia, miks ei voisi, vaaditaanhan opiskelijoilta muutenkin asioita!” ”Riippuu tietysti siitä millainen kanava olisi. Mikäli se on facebook-tyyppinen, ei missään tapauksessa voida odottaa kaikkien tekevän facebook-tiliä. Mikäli se on XAMKin oma alusta, jossa on yhdistettynä kaikki tarpeellinen (peppi, student, moodle jne), niin siinä tapauksessa kyllä.”
- **Työelämä ja nykyaika:** Edellisen väitteen tapaan somen käyttöä puoltavia perusteluja siitä, että ollakseen kehityksessä mukana, some tulee käyttää. ”Samalla tavalla vaatia kuin koulun sähköpostin lukemisen, jos et lue, et tiedä asioista.. taas viittaus työelämään, on sielläkin vastuun itse ottaa asioista selvää, kaikki tieto ei tuoda tarjottimella nenän eteen vaan tieto on saatavilla jonkin järjestelmän kautta.”
- **Ongelmat perusteluina:** Pakollisuus ei ole mahdollista, koska someen liittyy niin suuria ongelmia, erityisesti tietoturvaan ja yksityisyyden suojaan. ”Käyttäjien oikeusturva on hyvin kyseenalainen sosiaalisessa mediassa, joten sen käyttämistä ei voida velvoittaa minkään tahon toimesta.” ”Miten voidaan vaatia, että opiskelija rekisteröityy ja antaa henkilötietonsa kansainväliselle yhtiölle, joka säilöo tiedon ulkomaisille servereille? Eiköhän tässä liene joku tietosuojalaki joka suojaaa opiskelijain?”

Kuten janalla, myös perusteluiden luokittelussa selkeä valtaosa vastauksista sijoittui teeman ”ei voi pakottaa” alle. Voidaan todeta, että mikäli some-kanavaa lähdetäisiin lanseeraamaan opiskelijoille pakollisena, tämä aiheuttaisi herkästi vastareaktion, joka voisi olla hyvin vahingollinen kanavan käyttöasteen kannalta.

Tämä oli väite, joka kirvoitti myös epäilyjä siitä, voidaanko tällaista edes kysyä tosissaan, ja vastauksissa oli jopa aggressiivisia kommentteja paneelin tekijää kohtaan. Voidaan ajatella, että tässä kohtaa Delfoille ominainen vastaajien provosointi onnistui, tosin merkittäviä keskusteluita paneelin vastaajien kesken ei tästäkään syntynyt.

5.12 Opiskelijaviestinnän tulevaisuus

Väitteessä 12 vastaajia pyydettiin kuvittelemaan tulevaisuutta: ”Siirrä nyt ajatuksesi vuoteen 2020: Millaisena näet tiedonvälityksen Xamkin yhteisistä asioista silloin? Esimerkiksi mitä laitteita ja kanavia silloin käytetään ja ketkä niissä viestivät? Kommentoi muiden vastauksia.” Väite oli luonteeltaan avoin kysymys.

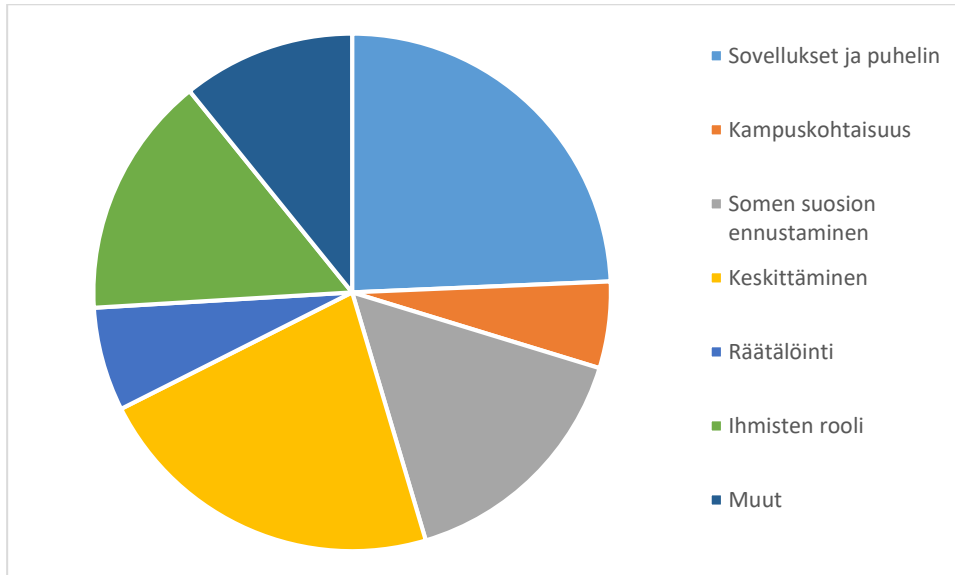
Vastaukset olen teemoitellut seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **ihmisten roolit:** Opiskelijoiden ja henkilökunnan toiminta on olennaista viestinnän toimivuuden kannalta: vastuut ja taidot ovat ajan tasalla, tai ainakin niiden pitäisi olla. ”Kaikilla mahdollisuus viestiä ja tuoda oma mielipide tai mieltä askarruttava kysymys esiin. Lisää avoimuutta.” ”Tiedonvälitys on entistä sujuvampaa ja laajempaa. Kaikilla on mahdollisuus ja osin velvollisuuskin viestiä.” ”Edelleen yhtä ontuvaa, takkuilevaa sekä päämäärätiedotonta. Opettajat eivät tiedä toistensa menemisistä, tuntien peruuntumisista ei pystytä edelleenkään ilmoittamaan ajoissa.”
- **sovellukset ja puhelin:** Viestinnässä käytetään pääasiassa älypuhelimia tai muita älylaitteita, kuten kellot, ja niihin ladattavia sovelluksia. ”Ilmoitukset/viestit mobiiliin/kellossa olevaan mobiiliin, että ovat nopeasti

saatavilla...ja mitä erilaisia laitteita vielä onkaan tulossa...” ”Voisin kuvitella viestinnän tapahtuvan enemmän kuvien ja videoiden muodossa, joka tavoittaa käyttäjät älylaitteiden kautta hetkessä.”

- **kampuskohtaisuus:** Viestintä on saatavilla kampuskohtaisesti. ”Se voisi paremmin helpottaa työpaikan löytämistä ja ystävien saamista omasta kampuksesta. Myös yhteisten tapahtumien suunnittelu voisi lisääntyä.. ” ”Lokaatioperusteiset sovellukset kertovat opiskelijoiden puhelimiin päivän puheenaiheet heidän tullessaan kampukselle.”
- **somen suosion ennustaminen:** Arvioita joko somen suosion kasvusta tai sen nopeasta romahduksesta. ”Oma youtube kanava ja snapchat kanava jolla oppilaat jakavat opiskelija arkeen ja koulutuslinjakohtaisia kokemuksia. Oma jodel-kanava. Whatsapp tiedotus. Kurssitehtäviä yms ohjeiden antoa saatetaan siirtää myös esim. faboryhmiin tai whatsappiin. Etäopiskelu lisääntyy.” ”Some on hiipunut ja ihmisten kohtaaminen palaa takaisin.” ”Puhelimen kautta seurataan kanavia, Facebook on jo kuopattu. Ja ehkä pidetään taas perinteisiä infotilaisuuksia kasvokkain.”
- **keskittäminen:** Lukuisien kanavien sijaan keskitetään ja selkiytetään toimintaa. ”Yhtenäistä viestintää ja tiedonvälitystä. Selkeät kanavat olemassa, ei liian montaa.” ” Xamkillä on oma sisäinen toimiva, yksinkertainen, kattava ja visuaalisesti magee tietokanava.” ” Toivoisin, että käytössä on ainoastaan yksi selkeä kanava, jossa tieto löytyy helposti. Ei liikaa tietoa, vaan on ymmärretty liian informaation tulva. Ihmiset ovat myös levollisempia tuolloin, ollaan ymmärretty stressin, liian vaatimiset ja työnteon aiheuttamat haitat ja osataan elää leppoisasti mutta tehokkaasti.”
- **räätälöinti:** Käyttäjä valitsee itse, millaista viestintää haluaa. ”Silloin voisi olla Ylen uutissovelluksen tavoin räätälöityjä tiedote/ uutissovelluksia, jotka yhdistävät usean eri toimijan tiedotteita ja uutisia yhdelle 'sivulle'. Eli käyttäjät räätälöivät itselleen sopivan laisen tiedotuspaketin. Mobiili ja pilvipalvelut ovat käytössä ja tablettien tyyliset isompirtuiset

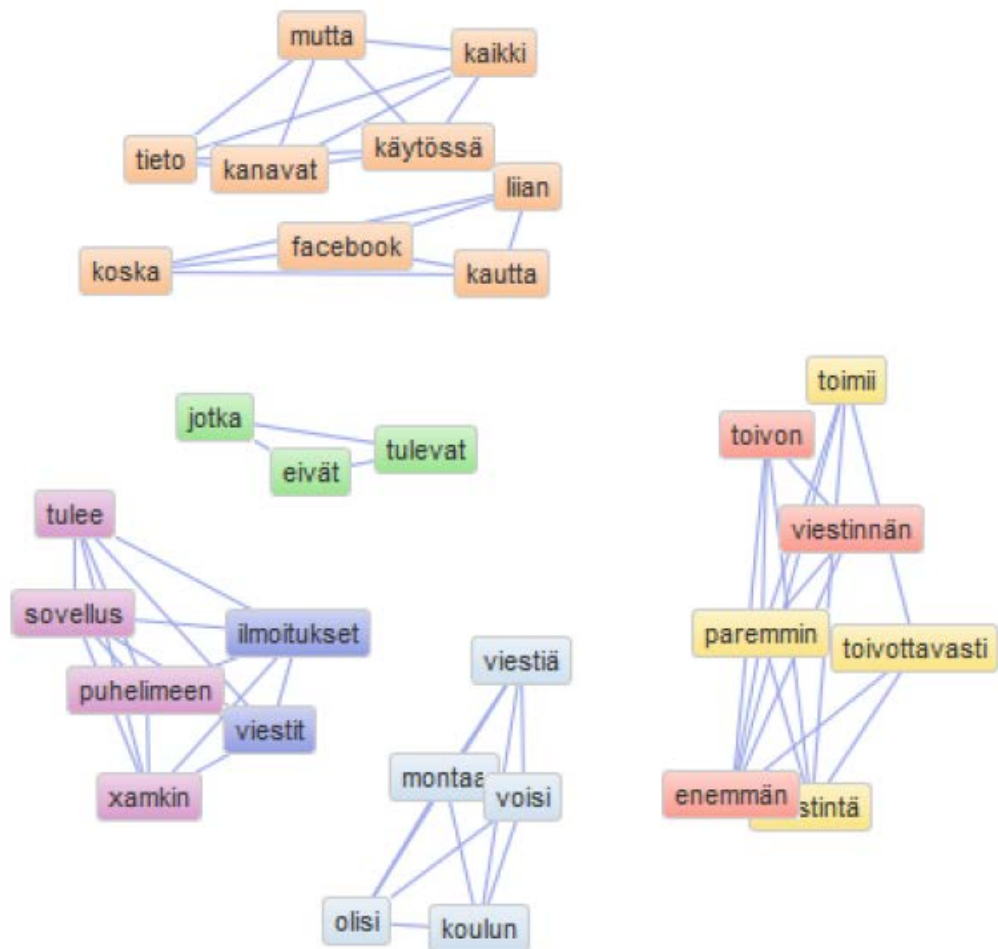
ovat enemmän käytössä” . ” XAMK-appi, ja silleen että noi tuntien peruutukset saa rajattua, ei mua kiinnosta et insseil on tunnit peruttu, kun kyseinen opettaja ei opeta mulle mitään.”



Kuva 21. Opiskelijaviestinnän tulevaisuus teemoittain

Kuvassa 21 on esitetty vastausten jakauma teemoittain. On huomioitava, että teemaluokittelu ei kerro vastausten sävyistä. Osa vastauksista oli skeptisiä tai pessimistisiä ja niissä arvioitiin, että tilanne ei ole muuttunut tai se on jopa heikentynyt. Esimerkiksi ihmisten aktiivisuuteen ja taitoihin liittyi tällaisia epäilyjä. Joistakin vastauksista oli aistittavissa ironiaa ja sarkasmia, minkä huomioiminen kirjallisen aineiston analyysissä on haastavaa. Tässä kysymyksessä syntyi myös useita keskusteluketjuja, joissa vastaajat kommentoivat aiemmin vastanneiden visioita.

Sanakartta



Kuva 22. Sanakartta vuotta 2020 koskevista vastauksista.

Kuvan 22 sanakartassa näkyvät ryppäät kuvaavat esimerkiksi vastaajien toiveita siitä, että viestintä toivottavasti toimii paremmin ja että viestit tulevat puhelimeen olevaan sovellukseen.

5.13 Vapaa sana

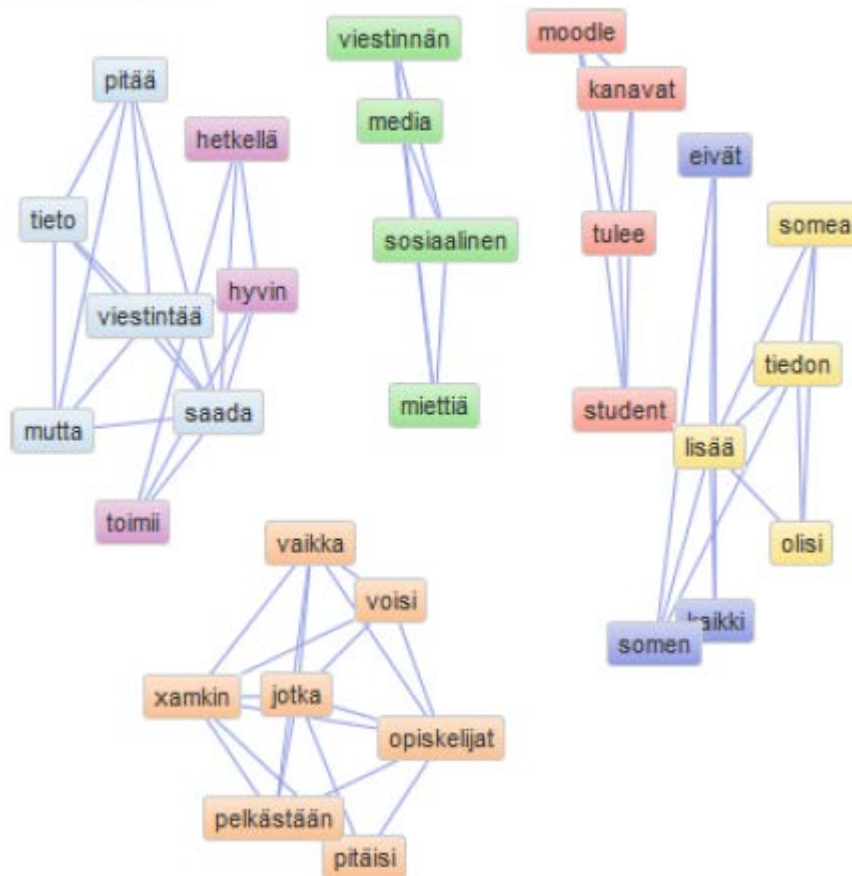
Lopuksi vastaajille annettiin vielä mahdollisuus kirjoittaa vapaasti aiheeseen liittyviä asioita. ”Sana on vapaa – mitä muuta haluat sanoa sosiaalisen median käytöstä Xamkin opiskelijaviestinnässä?”

Vastaukset olen teemoitellut seuraavasti (teemat eivät ole toisiaan poissulkevia):

- **somekriittiset ja -positiiviset:** Someen suhtautumisen janan molemmat ääripäät. Toisaalta ajatellaan, että sosiaalisen median huonot puolet tulee pitää mielessä; toisaalta taas, että sosiaalisesta mediasta on hyötyä ja siinä on uusia mahdollisuuksia, ja mahdolliset haitat ovat oikeilla toimenpiteillä vältettävissä. ”Some käytölle pitäisi olla jokin hyvä syy, pelkästään viihdearvon vuoksi en suosittelisi korkeakoululle. Some ei voi olla ainoa paikka missä jakaa informaatiota, eikä sitä pelkästään tiedote-tyylisen informaation jakamisen mielessä ihan olekkaan keksitty.” ” Facebook ei ole hyvä viestintäalusta eikä ole sellaiseksi tehty. Oppilaitoksen tulsisi käyttää ei kaupallista palvelua.” ”Xamkin omassa sovelluksessa voisi olla mahdollisuus myös toimivaan ryhmätyöskentelyyn etänä. Esimerkiksi monimuotopuolella usein tehtävät tehdään niin, että ryhmän jäsenet ovat eri kaupungeissa. Voisi olla sovelluksessa sellainen ’välilehti’ jossa olisi toimiva ’brainstorming’ alusta, johon kaikki voivat kirjoittaa samaan aikaan eri puolella Suomea, vaikkapa eri värisillä fonteilla.” ”Sosiaalinen media on mahdollisuus parantaa viestintää, miksei organisaatio tarttuisi siihen? Someviestintää täytyy kuitenkin sen verran miettiä, että sisältö on kiinnostavaa ja kanavat hyvin järjestettyjä ja toimivia.”
- **virallinen säilytettävä:** Korkeakoulun viralliset viestintäkanavat on säilytettävä, kaikkea ei voi viedä sosiaaliseen mediaan, mutta se on hyvä lisä virallisten kanavien rinnalla. Virallisia kanavia on myös kehitettävä. ”Viralliset kanavat eli koulun omat järjestelmät ovat ’oikea’ tiedotusväylä, mutta some toimii rinnalla hyvänä pikaviestittäjänä ja muistuttajana, joka samalla vahvistaa yhteisöllisyyden tunnetta.” ”Some-viestintä ei saa vähentää oikeaa viestintää eli syödä sieltä resursseja. Opiskelijan pitää voida saada sama ’virallinen’ tieto ilman some-kanavia.”
- **selkeys:** Viestinnän tulee olla selkeästi saatavilla, sekavuutta vähennettävä. ”Liika on liikaa, minusta yksi yhteinen kanava kuten student on, toimii hyvin ja riittää.” ”Yksillä tunnuksilla voisi päästä joka paikkaan, niin ettei sitä kysellä joka kohdassa uudelleen.” ”Yksi iso kokonaisuus kampuskohtaisesti, selkeyttä!”

- **opettajan rooli:** Opettajien/henkilökunnan toiminta on viestinnän onnistumisen kannalta tärkeässä asemassa. ”Vaikka olisi some, niin kyllä se viesti voisi mennä perille paremmin vaikka opettajien välityksellä. Opettajat tällä hetkellä panttaavat tietoa aika pitkälti tai kertovat siitä vain muutamille ja olettavat tiedon siirtyvän eteenpäin.” ”Luulen, että opiskelijaviestintään voisi vaikuttaa paljon henkilökunnan koulutuksella ja yhteisten toimintatapojen sopimisella.” ”Ehkä opiskelijoiden pitää oppia ottamaan enemmän vastuuta tiedon saamisesta eikä totuttaa siihen että opettaja/vanhemmat/esimies holhoaa aina.”

Sanakartta



Kuva 23. Sanakartta ”vapaa sana” -vastauksista.

Kuvassa 23 näkyy, minkälaisen teemojen ympärille sanakartan ryppäät muodostuvat. Esimerkiksi virallisessa käytössä olevat järjestelmät, Moodle ja Student, ovat nivoutuneet tässä yhteen kanavat-sanalla.

6 POHDINTA

6.1 Keskeiset tutkimustulokset

Tämän työn tutkimuskysymykset olivat seuraavat:

- Millaisia odotuksia opiskelijoilla on sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä?
- Miten nuoret arvioivat sosiaalisen median käytön opiskelijaviestinnässä vaikuttavan yhteisöllisyyteen?
- Millaisia käytännön ratkaisuja opiskelijat esittävät sosiaalisen median käytöstä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä?

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että opiskelijat odottavat korkeakoulun hyödyntävän sosiaalista mediaa myös sisäisessä opiskelijaviestinnässä. Tämä on samansuuntainen havainto kuin työn kirjallisuusosiossa osoitettiin. Opiskelijat eivät halua kuitenkaan siirtyä pelkästään somen käyttöön opiskelijaviestinnässä, vaan somen odotetaan tulevan vaihtoehdoksi tai lisäpalveluksi nykyisten kanavien rinnalle. Tällöin opiskelija voi itse valita, seuraako hän opiskelijaviestintää mieluiten somen vai muiden järjestelmien kautta. Opiskelijat ottivat erittäin selkeästi kantaa siihen, että somen käyttö ei voi olla pakollista. Vapaus valita on leimallisesti nuorisolle tärkeä oikeus. Yksi merkittävimmistä odotuksista on se, että somekanavien tulee olla helposti käytettävissä mobiililaitteilla.

Somen käytön vaikutuksia yhteisöllisyyteen opiskelijat arvioivat hieman varovaisesti. Opiskelijaviestintään käytettävän somen ei oletettu automaattisesti parantavan opiskelijoiden välistä yhteisöllisyyttä. Huolta kannettiin siitä, että ne opiskelijat, jotka eivät käytä somea, saattaisivat jäädä entistä enemmän ulkopuoliseksi. Toisin kuin teoriataustassa, aineistossa ei tullut esille se näkökulma, että somen käyttö lisäisi opiskelijoiden yksinäisyyttä tai ulkopuoliseksi jäämisen kokemusta. Myös henkilöstön rooliin liittyen aineiston analyysi tuotti kiinnostavan ristiriidan siihen, mitä ennakkoon kirjallisuuden ja arkikokemusten perusteella odotettiin. Odotuksena oli, että opiskelijat haluavat pitää henkilökunnan poissa somekanavista ja olla siellä ”omassa tilassaan”. Kuitenkin aineistossa maininnat tällaisesta olivat aivan yksittäisiä ja henkilökunnan roolia pohditaan muutenkin vain vähän. Sen sijaan opiskelijat arvioivat, että yhteinen somekanava edistäisi henkilökuntaan tutustumista, ja suhtautuivat muutoinkin myönteisesti siihen, että henkilökunnan rooli somekanavassa olisi vahva.

Kampuskohtaisuus nousi aineistosta esiin hyvin selkeästi. Sille on käytännön perustelut (infotulvan välttäminen), mutta kertooko se myös opiskelijan paikkakuntasidonnaisesta identiteetistä? Tuomi (2005, 160) kirjoittaa yhteisöllisyydestä: ”Traditionaalisissa yhteisöissä yhteinen historia ja arjen käytännöt määrittivät yhteisön kylän rajojen mukaan, ja muista kylistä tulijat olivat vieraita.” Toimivatko nykyajan korkeakouluopiskelijat edelleen hieman tähän tapaan? Sama ilmiö tuli esille tuoreessa Xamkin vertaistuutoreita koskevassa opinnäytetyössä: tuutorit eivät juurikaan kokeneet tarvetta tutustua muiden kampusten tuutoreihin (Vissel & Ylönen 2018, 34). Monissa muissakin yhteyksissä on todettu, että vaikka verkkomaailman uskottiin olevan rajaton, maantiede ei olekaan menettänyt merkitystään. Tämä on huomioitava niin käytännön ratkaisuissa some-kanavan rakentamisessa kuin yhteisöllisyyden edistämisen keinoja mietittäessä.

Käytännön ratkaisuna somen käyttöön opiskelijaviestinnässä opiskelijat esittävät joko Facebookin tai erillisen Xamkia varten tehdyn sovelluksen käyttämistä. Facebookin käyttöä puoltavat sen yhteisölliseen tekstien julkaisemiseen ja jakamiseen liittyvät käyttöominaisuudet, sen sijaan palvelun kaupalliset lähtökohdat ja tietosuojongelmat aiheuttavat kritiikkiä. Xamk-sovelluksen hyvinä puolina nähdään sen riippumattomuus mainosrahoitteisista somepalveluista, mahdollisuus räätälöidä sovellus juuri Xamkiin sopivaksi sekä kirjautuminen Xamkissa käytössä olevilla opiskelijatunnuksilla. Opiskelijat toivovat opiskelijaviestinnän somekanavaan mahdollisuuksia valita seurattavaksi niitä sisältöjä, jotka ovat opiskelijan itsensä kannalta kiinnostavia ja relevantteja.

Opiskelijat toivoivat myös, että kaikki Xamkin toimijat ja palvelut viestisivät heille samassa some-kanavassa, ettei heidän tarvitsisi seurata useita eri tilejä, ryhmiä tai sivuja. Täysin vapaata viestittelyä vastaajat eivät kuitenkaan toivoneet, jotta viestien määrä ei riistäyty käsistä. Some-kanavassa viestijöiksi sopisivat heidän mielestään esimerkiksi Xamkin henkilökunta, opiskelijakunnan edustajat ja tuutorit. Mainostajia tai muita ulkopuolisia tahoja kanavalle ei haluttaisi päästää. Jälleen hieman teoriataustan kanssa ristiriitaisesti opiskelijat toivoivat somekanavalle selkeitä pelisääntöjä ja ylläpitäjiä.

Rowan-Kenyon ym. (2016) ennakoivat monografiassaan vahvasti mobiiliteknologian entistä suurempaa esiinmarssia – sama ajatus näkyy myös paneelin vastaajien vuotta 2020 koskevista visioissa. Tätä ennustaa myös Suominen (2013d, 290). Toisaalta aineistossa oli myös yllättävänkin paljon some-kriittisyyttä ja toiveita paluusta kasvokkaisviestinnän ja rauhoittumisen aikaan. Osa opiskelijoista on jo ilmeisen kyllästynyt hektiseen mobiiliviestintään ja vaatimukseen olla aina tavoitettavissa ja vieläpä valmiina seuraamaan monia erilaisia kanavia ja palveluita.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen ensimmäinen eettinen kysymys on tutkimusaiheen valinta – kenen ehdoilla se tehdään ja miksi (Tuomi & Sarajärvi 2011, 129). Tässä tutkimuksessa aihe valittiin toimeksiantajan, ohjaajan ja opiskelijan eli tutkimuksen tekijän yhteistyönä. Voidaan ajatella, että sosiaalisen median ottaminen aiheeksi on jo kannanotto sen puolesta, että sitä todella aiotaan käyttää tulevaisuuden opiskelijaviestinnässä.

Aineiston keräämisessä provosoivienkin väitteiden avulla oli myös oma riskinsä. Vastauksista voi päätellä, että osa vastaajista käsitti johdannosta huolimatta väärin, ja luuli, että päätös sosiaalisen median kanavan käyttöönotosta tai jopa sen pakollisuudesta on jo tehty. Olisi ehdottomasti epäeettistä johtaa vastaajia harhaan, mutta näin ei tehty, koska provosoivasta strategiasta kerrottiin jo johdannossa. Varmuuden vuoksi tästä mainittiin vielä paneelin jälkeen tehdyssä uutisessakin. Voidaan kuitenkin kysyä, vaikuttiko väärinkäsitys jollain tavalla heidän toimintaansa paneelin jälkeen? Ärtymisestä vastauksista päätellen se vaikutti ainakin heidän mielipiteisiinsä, mikä taas ei välttämättä ole toimeksiantajan etu. Tutkimuseettinen kysymys oli myös se, että paneelikeskustelun kulkua täytyi valvoa – mikäli keskustelu olisi muuttunut epäasialliseksi, siihen olisi pitänyt puuttua, jotta kukaan vastaajista ei kokisi itseään uhatuksi tai nolatuksi, vaikka vastaukset toki olivatkin anonyymeja. Tutkimuksen tarkoitus ei missään nimessä ole vahingoittaa vastaajia.

Paitsi paneelin väitteet ja kysymykset, myös muiden osallistujien vastaukset ovat voineet vaikuttaa osallistujien näkemyksiin ja toimintaan. Hyvä esimerkki

siitä, miten muiden vastaukset voivat vaikuttaa mielipiteeseen, löytyi heti ensimmäisen väitteen avoimista vastauksista, kun eräs osallistujista kirjoitti:

”Meinasin ensin vastata kysymykseen myönteisesti sen kummemmin ajattelematta. Lähinnä pyöri mielessä hatara ajatus, että olisi siko siitä haittaakaan. Sitten luin muiden kommentteja ja aloin keilailemaan asiaa enemmän. En osaa nykyäänkään hyödyntää kaikkia kanavia ja välillä tuntuu, että sovelluksia on liikaakin käytössä, joten en koe että oikeasti tällaisesta hyötyisin.”

Tein paneelin aukioloaikana havainnointia ilman osallistumista (Tuomi & Sarajärvi 2011, 81) eli tarkkailin, kuinka keskustelu etenee vastaajien kesken. Havaittiin, että keskustelu eteni sopuisasti, mistä voisi tehdä sen varovaisen johtopäätöksen, että tutkimuksen aihe ei ole niin tunteita herättävä tai ristiriitainen, että se saisi opiskelijat edes anonymisti kirjoittaessaan väittelemään tai riitelemään keskenään. Vain joissakin yksittäisissä kohdissa esiintyi ”oletko toissasi” -tyyppistä kommentointia. Todennäköisesti alkuperäisen vastauksen kirjoittaja ei ole palannut paneeliin eikä näin ollen nähnyt saamansa kommenttia, eikä keskustelu ole sen vuoksi edennyt. Myöskään muut vastaajat eivät yleensä tarttuneet tällaisiin tilanteisiin.

Tuomi & Sarajärvi (2011, 68) toteavat, että laadullisen tutkimuksen luotettavuus konkretisoituu kysymyksessä siitä, mitä kaikkea tutkimusraporttiin pitää kirjoittaa. Olen pyrkinyt tässä työssä kirjoittamaan mahdollisimman tarkasti auki kaikki työvaiheet aina Delfoi-paneelin suunnittelusta johtopäätösten tekoon asti, jotta lukijalla olisi mahdollisuus ymmärtää, mitä olen tehnyt, ja arvioida sitä, olenko tehnyt tutkimuksen kannalta oikeita valintoja. Tämän pyrkimyksen varjopuoli on se, että opinnäytetyöstä tulee melko pitkä, koska kuvaukset ovat tarkkoja.

Luonnollisestikaan laadullisessa tutkimuksessa ei ole mahdollista laittaa työn liitteeksi koko tutkimusaineistoa, kun taas ainakin joissakin määrällisissä tutkimuksissa näin on mahdollista tehdä muutaman taulukon avulla. Ei myöskään ole mitään tieteellistä menetelmää, joka automaattisesti takaisi analyysin onnistumisen, vaan tutkimuksen tekijän on tehtävä parhaansa analyysin onnistumiseksi eli käytettävä metodeja viisaasti ja oivaltavasti ja vakuuttaa myös lukija tästä (Tuomi & Sarajärvi 2011, 100). Olen myös pyrkinyt tuomaan rehellis-

sesti näkyväksi oman roolini sekä Xamkin työntekijänä että tutkimuksen toteuttajana (ks. Tuomi & Sarajärvi 2011, 140-141). En ole jättänyt tarkoituksellisesti kertomatta esimerkiksi oman työni tuloksiin (kuten nykyinen intranet-palvelu) kohdistuvaa kritiikkiä enkä pyrkinyt antamaan korkeakoulun viestinnästä yksipuolisen positiivista vaikutelmaa, vaan olen ottanut mukaan myös ongelmakohtia koskevia sitaatteja ja analysoinut niitä. Vastaajat saivat antaa palautetta paneelista ja näiden vastausten perusteella voin kehittää itseäni tutkimuksen tekijänä sekä eDelfoi-menetelmän käyttäjänä. Palautteet eivät näkyneet muille vastaajille eikä niitä ole tässä työssä analysoitu.

Vastaajamäärän osalta voidaan todeta, että tutkimus saavutti tavoitteensa. Analysointivaiheessa oli huomattavissa, että monissa aineiston kohdissa saavutettiin saturaatio eli aineisto alkoi jo toistaa itseään ja vastaajat eivät antaneet enää tutkimuskysymysten kannalta uutta tietoa (Tuomi & Sarajärvi 2011, 87). Toisin kuin esimerkiksi haastattelututkimuksessa, aineiston keräämistä ei lopetettu saturaation saavuttamisen jälkeen, vaan paneeli oli vastaajille avoinna ennalta sovitun ajan. On tosin huomattava, että vastaajat itse ovat saattaneet jättää jonkun väitteen kohdalla perustelunsa kirjoittamatta, jos ovat huomanneet, että monet muut vastaajat ovat jo sanoneet saman asian. Näin ollen vastausten määrät eivät välttämättä kerro siitä, kuinka monta samanmielistä opiskelijaa vastaajien joukossa on ollut. Ei myöskään ole tietoa siitä, jättivätkö monet ns. some-kieltäytyjät vastaamatta, kun huomasivat paneelin aiheena olevan sosiaalinen media. Paneelikutsussa ja tiedotteessa kuitenkin kannustettiin myös heitä vastaamaan ja vastausten joukosta nousi osittain myös some-kielteisiä teemoja, joten täysin he eivät joukosta puuttuneet. Vastaajamäärän kehitys oli eDelfoi-paneelille tyypillinen eli loppua kohti vähenevä. Esimerkiksi loppupuolella olleeseen some-kanavan käytön pakollisuutta koskevaan väitteeseen vastasi enää noin 300 osallistujaa, kun kokonaisvastaajamäärä oli 589. Vastaajajoukko oli kuitenkin kokonaisuudessaan niin suuri, että vielä loppupuolellekin riitti tarvittava määrä vastaajia.

Tutkimuksen analyysivaiheen viive suhteessa aineistonkeruujankokhaan ei ollut toivottu eikä suunniteltu, mutta mielestäni se ei olennaisesti horjuta tutkimuksen luotettavuutta. Sosiaalisen median pelikenttä on toki muuttunut sen reilun puolen vuoden aikana, mikä aineistonkeruun ja analyysivaiheen välissä

oli, mutta esimerkiksi kaikki paneelissa esillä olleet sosiaalisen median palvelut ovat edelleen olemassa. Uusia on tullut: jos aineistonkeruu tehtäisiin nyt, paneelissa pitäisi ehdottomasti nostaa esille myös Jodel-palvelu. Osa vastaajista mainitsi sen jo oma-aloitteisesti keväällä 2017, mutta palvelun suosio on selvästi noussut tuon jälkeen.

Tulosten ja kehittämissuositusten yleistettävyyttä muihin konteksteihin – muihin korkeakouluihin tai jopa aivan muunlaisiin organisaatioihin – on vaikea arvioida. Tarkoituksena on toki tuottaa opinnäytetyössä tuloksia, jotka ovat sovellettavissa myös muualle kuin tämän tapaustutkimuksen organisaatioon; ei välttämättä sellaisenaan, mutta ainakin siten, että muut organisaatiot voivat saada niistä ideoita ja pohjaa omalle kehittämiselle. Kehittämissuositusten tekemisen vaikeus on siinä, että sosiaalisen median palveluiden muutosvauhti on huima, ja esimerkiksi Facebook saattaa hyvin lyhyelläkin varoitusajalla muuttaa vaikkapa ryhmätoimintojen peruseräitä (ks. esim. Suominen 2013c, 290; Korhonen 2016; Rissanen 2018).

6.3 Kehittämissuositukset

Tämän työn tavoitteena oli tuottaa tutkimustiedon pohjalta toimeksiantajalle kehittämissuosituksia sosiaalisen median käytöstä opiskelijaviestinnässä. Tuloksista voidaan todeta, että sosiaalisen median käyttöönotto Xamkin opiskelijaviestinnässä on ehdottomasti perusteltua. Tähän käytettävän some-palvelun valinta sen sijaan ei ole tulosten pohjalta yksiselitteistä: vahvimmat vaihtoehdot ovat Facebookin hyödyntäminen tai Xamkin oman mobiilisovelluksen luominen.

Aineiston keräämisen jälkeen, syksyllä 2017 Xamkissa otettiin käyttöön Tuudo-niminen mobiilisovellus, joka kerää yhteen tietoa eri palveluista ja on samalla myös uusi opiskelijaviestinnän kanava. Olin mukana Tuudon käyttöönottoprojektissa ja pystyin siinä hyödyntämään aineistonkeruun vastauksia, vaikka en ollut niistä vielä tehnyt varsinaista analyysia. Olin kuitenkin käynyt läpi kaikki aineistot heti keväällä paneelin päätyttyä ja pystyin jo sen pohjalta kertomaan esimerkiksi sen, että opiskelijat haluavat saada uutisensa kampuskohtaisesti jaoteltuna. Tämä myös Tuudossa toteutettiin. Todellisuudessa siis

arki ja opiskelijaviestinnän kehittäminen on edennyt tämän opinnäytetyön toteutuksen rinnalla.

Tuudo ei kuitenkaan ratkaissut kaikkia opiskelijaviestinnän tarpeita, sillä siinä ei ole esimerkiksi minkäänlaista yhteisöllistä osuutta (keskustelupalstaa, ilmoituspalstaa tms.) eli opiskelijat eivät voi itse tuottaa Tuudoon mitään sisältöä. Sitä ei siis voi sanoa sosiaalisen median sovellukseksi. Tuudon kehittäminen yhdessä sen järjestelmätoimittajan kanssa on kuitenkin mahdollista, ja tämän työn tulosten pohjalta on järkevää selvittää myös se mahdollisuus, että tähän jo käytössä olevaan sovellukseen lisättäisiin sosiaalisia elementtejä. Ei ole realistista odottaa, että opiskelijat käyttäisivät kahta opiskelijaviestinnän mobiilisovellusta (Tuudoa ja some-sovellusta) rinnakkain, vaan ominaisuudet olisi parasta integroida yhteen sovellukseen.

Opinnäytetyön tulosten perusteella suosittelen, että Xamk ottaa sosiaalisen median käyttöön myös opiskelijaviestinnässä. Xamk on suuri ja vielä uusi korkeakoulu, ja kaikki keinot xamkilaisten yhteisöllisyyden vahvistamiseksi ja opiskelijaviestinnän kehittämiseksi kannattaa ottaa käyttöön. Vastaushetkellä paneelin osallistujien enemmistö olisi valinnut Facebookin opiskelijaviestinnän some-kanavaksi. Tuolloin vastaajat eivät vielä tunteneet Tuudoa. Silti he valitsivat toiseksi suosituimmaksi vaihtoehdoksi ”Xamk-sovelluksen”. Tulosten ja tämänhetkisen tietämyksen perusteella suosittelen, että Xamk kehittää Tuudoa yhteisöllisempään suuntaan yhdessä sen järjestelmätoimittajan, Caledonin, kanssa. Tuloksissa on runsaasti viitteitä siitä, että Facebookin kaupallisuus ja tietoturvaan liittyvät ongelmat aiheuttavat ristiriitaista ja jopa selkeän kielteistä suhtautumista opiskelijoiden keskuudessa. Facebook myös muuttuu koko ajan eikä korkeakoulu voi riittävästi ennakoida saati hallita sen muutoksia. Oman sovelluksen suhteen tilanne on toinen: sitä voidaan kehittää yhdessä opiskelijoiden kanssa siten, että se sopii juuri Xamkin tarpeisiin.

Tämän työn tuloksia tulkittaessa on hyvä muistaa, että työ rajattiin koskemaan vain suomenkielisiä opiskelijoita. Vieraskielisten opiskelijoiden kokemukset, tarpeet ja odotukset eivät välttämättä ole ollenkaan samanlaisia johtuen monista taustatekijöistä. Yksi jatkotutkimuksen aihe voisikin olla vastaavantyyppisen selvityksen toteuttaminen vieraskielisten opiskelijoiden keskuudessa. Esi-

merkiksi Rowan-Kenyon ym. (2016) esittävät monografiassaan runsaasti tilastoja ja tutkimustuloksia siitä, millaisia eroja somen käytössä Yhdysvalloissa on esimerkiksi erilaisten etnisten ryhmien välillä. Olisi siis syytä selvittää, kuinka Xamkissa eri maista ja kulttuureista tulevat, eri kansallisuuksia edustavat opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa ja tuntevatko he sen avulla kuuluvansa yhteisöön vai onko se kenties tekijä, joka lisää ulkopuolelle jäämisen tunnetta esimerkiksi kielitaitoon liittyvistä syistä

Rowan-Kenyon ym. (2016, 48—50) viittaavat useisiin tutkimustuloksiin, joiden mukaan Facebookin käytöllä on useita myönteisiä vaikutuksia opiskelijan siirtymässä lukiosta korkeakouluun. Voisiko Xamkin opiskelijoille suunnattu yhteinen some-yhteisö olla avuksi jo ennen opintojen aloittamista? Nykyisin vertaistutorit perustavat lähes jokaiselle (päiväopiskelijoiden) aloitusryhmälle oman Facebook-ryhmän, mutta voisivatko tulevat opiskelijat jatkossa liittyä myös Xamkin yhteiseen some-palveluun ja tutustua sitä kautta korkeakouluun? Tämä voisi auttaa erityisesti monimuoto- ja YAMK-opiskelijoita, joilla ei yleensä ole vertaistutoreita eikä sen vuoksi myöskään luokan omaa some-ryhmää ennen opintojen aloittamista. Näin voitaisiin tavoittaa myös kesken opintojensa poissaoleviksi ilmoittautuneet opiskelijat, jotka eivät pääse korkeakoulun järjestelmiin, koska heidän käyttäjätunnuksensa eivät ole voimassa. Tällä hetkellä heidän tavoittamisensa opiskelijaviestinnän keinoin on vaikeaa ja tilanteen ongelmallisuus nousee toistuvasti esille korkeakoulun henkilöstön keskusteluissa.

Opiskelijaviestinnän somekanava voisi olla hyödyllinen myös kriisiviestinnässä, kuten ulkomaisten tutkimusten esimerkit osoittivat. Tässä työssä aihepiiri ei juurikaan noussut esille aivan yksittäisiä vastauksia lukuun ottamatta. Kriisiviestintä voisi olla sekä jatkotutkimuksen että käytännön kehittämisen kohde, sillä sosiaalinen media on luonteeltaan nimenomaan nopeaan tiedonvälitykseen ja suurten vastaanottajamäärien saavuttamiseen sopiva.

Opiskelijat arvioivat, että jos somea ryhdyttäisiin käyttämään Xamkin opiskelijaviestinnässä aktiivisesti, se saattaisi vahvistaa niin opiskelijoiden välistä kuin opiskelijoiden ja henkilökunnan välistä yhteisöllisyyttä. He kuitenkin muistuttivat, että ne opiskelijat, jotka eivät syystä tai toisesta käytä some-palveluita, saattavat jo nyt jäädä ulkopuolisiksi. Somen vahva painottaminen voisi vielä

pahentaa tilannetta entisestään. Tämä on asia, joka vaatii ehdottomasti jatkoselvitystä korkeakoulussamme. Myös tämän hetken yleisenä puheenaiheena oleva netti- ja someriippuvuus (ks. esim. Piirainen 2018, myös Suominen 2013c, 244), on huomioitava korkeakoulujen toiminnassa – korkeakoulun ei pidä omilla teknologiavalinnoillaan pahentaa tilannetta.

Koska sosiaalisen median käyttöä korkeakoulun opiskelijaviestinnässä ei ole Suomessa juurikaan tutkittu, jatkotutkimusaiheita on tarjolla runsaasti. Mikäli Xamk ottaa somen käyttöön opiskelijaviestinnässä, siitä kannattaa kerätä mahdollisimman paljon käyttäjätietoa sekä -palautetta niin opiskelijoiden kuin henkilökunnankin näkökulmasta, jotta myöhemmät jatkokehittämistoimet voidaan perustaa tutkittuun tietoon. Tästä tiedosta voi olla hyötyä myös yleisemmin suomalaisella korkeakouluviestinnän kentällä.

LÄHTEET

Haapanen, S. 2014. Yhteysopiskelijan työnkuvan määrittelyä palvelumuotoilun keinoin. Aalto-yliopisto. Kehittämistehtävän raportti. Julkaisematon.

Honkaniemi, M. 2014. Developing international alumni activities in Mikkeli University of Applied Sciences : Case Business Management degree programme. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Business management. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201402192444> [viitattu 26.5.2018].

Ilmanen, A. 2018. Opiskelijoiden elämää Xamkin Snapchatissa ja Instagramin tarinassa. Xamk Next. Verkkolehti. Saatavissa: <https://next.xamk.fi/yhteisty-ossa/opiskelijoiden-elamaa-xamkin-snapchatissa-ja-instagramin-tarinassa/> [viitattu 26.5.2018].

Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. 2018. Twitter viestintä ja sosiaalisen median ilmiönä. Teoksessa Isotalus, P., Jussila, J. & Matikainen, J. (toim.): Twitter viestintänä. Ilmiöt ja verkostot. Tampere: Vastapaino.

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun strategia 2018–2030. 2017. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.xamk.fi/wp-content/uploads/2017/11/Xamk_Strategia-esitys_23112017.pdf. [viitattu 29.11.2017].

Kalima, R. 2011. Opintojen pitkittyminen ja keskeyttäminen ammattikorkeakoulussa. Tutkimus Helsingin ammattikorkeakoulun opintojen pitkittymisen ja keskeyttämisen syistä vuosina 2002—2007 ja niihin vaikuttamisen keinoista. Tampereen yliopisto. Kasvatustieteiden yksikkö. Väitöskirja.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Julkaisuja 143.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Julkaisuja 176.

Kauppinen, H. & Taina, M. 2015. Kyamk ja Mamk kehittävät yhdessä opiskelijaviestintää. *Koskinen* 4. Verkkolehti. Saatavissa: <http://www2.kyamk.fi/Koskinen/042015/opiskelijaviestinta.html> [viitattu 14.1.2016].

Kauppinen, H., Taina, M. & Haapanen, S. 2016. Opiskelijaviestinnän kysely, syksy 2015. Mikkelin ammattikorkeakoulun koulutustiimin kokous 9.2.2016. PDF-dokumentti. Saatavilla: <http://www.mamk.fi/djulkinttra/kokous/2016760-3-1.PDF> [viitattu 28.5.2016].

Kelling, N. J., Kelling, A. S. & Lennon, J. F. 2013. The tweets that killed a university: A case study investigating the use of traditional and social media in the closure of a state university. *Computers in Human Behaviour* 29:2013, 2656–2664.

Korhonen, S. 2016. Facebook hävittää sisältöä ilman mitään selityksiä – ryhmien ylläpitäjät ihmeissään. Tivi 14.10.2016. Verkkolehti. WWW-dokumentti.

Saatavilla: https://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/facebook-havittaa-sisaltoa-ilman-mitaan-selityksia-ryhmien-yllapitajat-ihmeissaan-6590690 [viitattu 1.5.2018].

Kortesuo, K. & Patjas, L.-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. 2. painos. Helsinki: Infor.

Koulutuksen kehittämiskyselyn tulokset vuodelta 2017. 2017. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/tiedotteet/koulutuksen-kehittamiskyselyn-tulokset-vuodelta-2017/> [viitattu 30.4.2018].

Kunttu, K., Pesonen, T. & Saari, J. 2017. Korkeakouluopiskelijoiden terveys-tutkimus 2016. Ylioppilaiden terveydenhoitosäätiön tutkimuksia. Helsinki: Ylioppilaiden terveydenhoitosäätiö. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://www.yths.fi/filebank/4260-Terveystutkimus_2016_uusin.pdf [viitattu 30.4.2018].

Lauha, H. 2014. Nuorisotyöntekijä, nuorten kokemusmaailman asiantuntija. Teoksessa Lauha, H. (toim.): Verkko nuorten kokemana ja kertomana. Verke – Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus. PDF-dokumentti. Saatavilla: https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verkko_nuorten_kokemana.pdf [viitattu 30.4.2018].

Leonardi, P. M., Huysman, M. & Steinfield, C. 2013. Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *Journal of computer-mediated communication*, 19:1. sivut 1–19. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029> [viitattu 1.5.2018].

McEwan, B. 2011. Hybrid engagement: How Facebook helps and hinders students' social integration. Teoksessa Wankel, L. A. & Wankel, C. (toim.): Higher education administration with social media. Bingley: Emerald. 3–24.

Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Teoksessa Metsämuuronen, J. (toim.): Laadullisen tutkimuksen käsikirja. 81–147. Metodologia-julkaisuja 4. Helsinki: International methelp.

Muhonen, H. 2012. Sosiaalisen median käyttökokemukset ja suositukset Mikkelin ammattikorkeakoulussa. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Sähköisen asiointin ja arkistoinnin koulutusohjelma (ylempi amk). Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201203303942> [viitattu 30.5.2016].

Myöhänen, T.-K. 2016. Opiskelijaviestintä Lahden ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/handle/10024/113596> [viitattu 1.5.2018].

Nevzat, R., Amca, Y., Tanova, C. & Amca, H. 2016. Role of social media community in strengthening trust and loyalty for a university. *Computers in Human Behaviour* 65:2016, 550–559.

O'Connor, K. W., Schmidt, G. B. & Drouin, M. 2016. Suspended because of social media? Students' knowledge and opinions of university social media policies and practices. *Computers in Human Behaviour* 65:2016, 619–626.

Omilion-Hodges, L. M. & McClain, K. L. 2015. University use of social media and the crisis lifecycle: Organizational messages, first information responders' reactions, reframed messages and dissemination patterns. *Computers in Human Behaviour* 54:2016, 630–638.

Osmo Kuusi: Delfoi-metodi. 2014. Metodix. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://metodix.net/2014/05/19/kuusi-delfoi-metodi/> [viitattu 30.5.2016].

Pantzar, T. 2013. Yhteisöllisyys opiskeluhyvinvoinnin tukena. Teoksessa Kauppinen, H. & Pöyry, L. (toim.). Näkökulmia korkeakoululiikuntaan. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Vapaamuotoisia julkaisuja 26.

Peltola, H. 2017. Mistä meille maksetaan? Ammattikorkeakoulujen rahoitusmittarit esittelyssä. LAMK Pro. Verkkolehti. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lamkpub.fi/2017/12/21/mista-meille-maksetaan-ammattikorkeakoulujen-rahoitusmittarit-esittelyssa/> [Viitattu 1.5.2018].

Piirainen, J. 2018. Nettiriippuvaisia hoidetaan Suomessa jo terapialla, nuorimat vasta alakoululaisia: "Päihderiippuvuutta pelottavampi ja vakavampi ongelma". WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10176321> [viitattu 1.5.2018].

Puolustusvoimat 2017. Varusmies 2018. Opas varusmiespalvelukseen valmistautuvalle. PDF-dokumentti. Saatavilla: <http://varusmies.fi/documents/1948673/2258487/Varusmiesopas+2018.pdf/522a30fe-5941-4d67-8eb1-be8a45dee004/Varusmiesopas+2018.pdf.pdf> [viitattu 26.5.2018].

Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo.

Pönkä, H. 2015. Diginatiiveista kirjoitetaan liikaa potaskaa. Mikrobitti-lehti 2.12.2015. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.mikrobitti.fi/2015/12/diginatiiveista-kirjoitetaan-liikaa-potaskaa/> [Viitattu 1.5.2018].

Rimpiläinen, A. 2017. Mikä Jodel on? – Käyttäjien kokemuksia: keskustelua alkoholista, seksistä ja kaikesta mahdollisesta. Kaleva 7.6.2017. Verkkolehti. WWW-dokumentti. Saatavilla: <http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/mika-jodel-on-kayttajien-kokemuksia-keskustelua-alkoholista-seksista-ja-kaikesta-mahdollisesta/762036/> [Viitattu 1.5.2018].

Rissanen, V. 2018. Facebook käynnistää johtajuuskoulutuksen ryhmiensä yläpitäjille – "Aiomme poistaa alustaltamme huonon sisällön ja sijoittaa kaikkien hyvään, jota siellä on". Helsingin Sanomat 9.2.2018. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.hs.fi/teknologia/art-2000005559425.html> [Viitattu 1.5.2018].

Suominen, J. 2013a. 2006 – Verkkovideoita joka tuubista. Teoksessa Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (toim.): Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus. 88--118.

Suominen, J. 2013b. 2007 – Facebookin nousu ja surmaajan lataukset. Teoksessa Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (toim.): Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus. 244–286.

Suominen, J. 2013c. 2012 – Mikä somelaisen tappaisi? Teoksessa Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (toim.): Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus. 244–286.

Suominen, J. 2013d. Lopuksi – Sosiaalisen median nousut ja tuhot. Teoksessa Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (toim.): Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus. 287–293.

Toppari, K. 2011. Uudet lähestymistavat nuorisoiäkäisten kriisiosastohoidossa – kehittämisprosessi Tampereen kaupungin lapsiperheiden sosiaalipalveluissa. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Järjestö- ja nuorisotyön koulutusohjelma (ylempi amk). Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/36274/Toppari_Kimmo.pdf?sequence=1 [viitattu 30.5.2016].

Tuomi, I. 2005. Yhteisöllisyyden paluu tietoyhteiskuntaan. Teoksessa Hautamäki, A., Lehtonen, T., Sihvola, J., Tuomi, I., Vaaranen, H. & Veijola, S. Yhteisöllisyyden paluu. Jyväskylä: Gaudeamus, 132–162.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2011. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 8. painos. Helsinki: Tammi

Vissel, E. & Ylönen, E. 2018. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun vertais-tuutoroinnin kehittäminen. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Yhteisöpedagogikoulutus. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201805117750> [viitattu 26.5.2018].

Vorderer, P., Krömer, N. & Schneider, F. M. 2016. Permanently online – Permanently connected: Explorations into university students' use of social media and mobile smart devices. *Computers in Human Behaviour* 63:2016, 694–703.

Xamk 2018. Xamkin avainluvut. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/xamk/xamkin-avainluvut/> [viitattu 1.5.2018].

KUVALUETTELO

Kuva 1. Sosiaalisen median palveluiden käytön jakauma paikkakunnittain (Kauppinen, Taina & Haapanen 2016.)

Kuva 2. Xamkin opiskelijaviestinnän järjestelmät ja sosiaalisen median kanavat.

Kuva 3. Asiantuntijamatriisi: Opiskelumuoto ja opiskelupaikka

Kuva 4. Vastaajien ikäryhmäjakauma

Kuva 5. Yhteinen some-kanava

Kuva 6. Some-kanavien paremmuusjärjestys.

Kuva 7. Julkaisijat, kyllä-vastaukset

Kuva 8. Julkaisijat, ehkä-vastaukset

Kuva 9. Julkaisijat, ei-vastaukset

Kuva 10. Kanavien määrä

Kuva 11. Toiston määrä

Kuva 12. Sanakartta muistuttamista koskevan väitteen vastauksista.

Kuva 13. Vapaa-aika

Kuva 14. Sanakartta kampuskysymyksen vastauksista

Kuva 15. Kampuskohtaista jaottelua koskevien teemojen määrällinen jakauma

Kuva 16. Sosiaalisen median ja Studentin välinen suhde

Kuva 17. Vaikutukset – käyttö vähenisi

Kuva 18. Vaikutukset – arvio todennäköisyydestä

Kuva 19. Yleisten vaikutusten perustelu-osion teemoittelu

Kuva 20. Some-kanavan käytön pakollisuus

Kuva 21. Opiskelijaviestinnän tulevaisuus teemoittain

Kuva 22. Sanakartta vuotta 2020 koskevista vastauksista.

Kuva 23. Sanakartta ”vapaa sana” -vastauksista.

Sähköpostikutsu opiskelijoille

Hei!

Sinut on kutsuttu osallistumaan tutkimuspaneeliin, jonka aiheena on Xamkin opiskelijaviestintä.

Paneelin tarkoituksena on saada selville mielipiteitä sosiaalisen median käytöstä Xamkin opiskelijaviestinnässä. Paneeli on tarkoitettu kaikille Xamkin opiskelijoille. On tärkeää, että vastauksia tulee mahdollisimman monelta opiskelijalta. Vastaaajien kesken arvotaan Xamk-tuotteita!

Kun haluat vastata paneeliin, klikkaa seuraavaa linkkiä:

<https://www.edelphi.org/joinpanel.page?panelId=1203&hash=e82b13e0-f4eb-4e6c-9623-1bca95ad6034&join=1>

Huomaathan, että linkki on henkilökohtainen! Älä siis jaa siitä muille.

Paneeli on avoinna tiistaihin 4.4. asti. Siihen saakka voit palata vastaamaan uudestaan niin monta kertaa kuin haluat – paneelin ideaan kuuluu, että voit kommentoida myös muiden vastaajien kirjoituksia ja jatkaa keskustelua. Palaaminen onnistuu yllä olevan vastauslinkin kautta, joten pidä tämä viesti tallessa.

Vastauksesi ovat täysin anonyymeja. Lopuksi voit halutessasi siirtyä arvontalomakkeelle ja jättää yhteystietosi Xamk-tuotteiden arvontaa varten.

Paneelin vastauksia käytetään opinnäytetyössäni (yhteisöpedagogi yamk -tutkinto), jossa kehitetään Xamkin opiskelijaviestintää. Annan mielelläni lisätietoja tutkimuksestani. Kiitos vastauksestasi jo etukäteen!

This survey is available only in Finnish.

terveisin Heli Kauppinen, viestintäsuunnittelija, Xamk
heli.kauppinen@xamk.fi, p. 0408423413

Uutinen Student-intranetissa 27.3.2017

TUTKIMUS SOSIAALISESTA MEDIASTA JA OPISKELIJAVIESTINNÄSTÄ - VASTAA VIIMEISTÄÄN TIISTAINA

Kaikki Xamkin opiskelijat ovat saaneet sähköpostiinsa kutsun tutkimuspaneeliin. Paneelin tarkoituksena on saada selville mielipiteitä sosiaalisen median käytöstä Xamkin opiskelijaviestinnässä.

On tärkeää, että vastauksia tulee mahdollisimman monelta opiskelijalta - olit sitten somen kannattaja tai vastustaja, nyt pääset kertomaan kantasi! Vastajien kesken arvotaan Xamk-tuotteita.

Paneeli on toteutettu eDelfoi-verkkotyökalulla ja siihen voi vastata myös mobiililaitteilla.

Paneelissa voit kommentoida muidenkin vastauksia

Paneeli on avoinna tiistaihin 4.4. asti. Siihen saakka voit palata vastaamaan uudestaan niin monta kertaa kuin haluat – paneelin ideaan kuuluu, että voit kommentoida myös muiden vastaajien kirjoituksia ja jatkaa keskustelua. Palaaminen onnistuu sähköpostiisi tulevan henkilökohtaisen vastauslinkin kautta, joten pidä se tallessa.

Vastauksesi ovat täysin anonyymeja. Taustatietoja kysytään vain jotta tiedetään, onko vastaaja kaikista kohderyhmistä. Lopuksi voit halutessasi siirtyä arvontalomakkeelle ja jättää yhteystietosi Xamk-tuotteiden arvontaa varten.

Aiheena some sisäisessä viestinnässä

HUOM: Paneeli käsittelee korkeakoulun sisäistä viestintää, joka on suunnattu nykyisille opiskelijoille. Esimerkkejä aiheista, joita tässä tarkoitetaan, ovat mm. opintojaksoille ilmoittautumisen ajankohdat, opiskelijoiden käyttämiin tietojärjestelmiin (esim. Moodle, Peppi) liittyvät tiedotteet ja opiskelijoille tarkoitettu harrastustoiminta.

Paneelissa ei siis tarkoiteta Xamkin nykyisiä, kaikille avoimia sosiaalisen median kanavia, jotka on suunnattu ns. suurelle yleisölle. Paneelissa ei myöskään tarkoiteta luokkien omia sosiaalisen median ryhmiä (esim. suljettuja Facebook- tai Whatsapp-ryhmiä).

Osa paneelin väitteistä on tarkoituksellisesti provosoivia eivätkä ne edusta ammattikorkeakoulun olemassa olevia suunnitelmia, vaan tarkoituksena on herättää keskustelua aiheista.

HUOM: Kun painat "seuraava kysymys" -nappia, vastauksesi tallentuvat! Jos valitset "ohita kysymys", vastauksesi eivät tallennu. Ole siis tarkkana!

Paneeli on osa yamk-opinnäytetyötä

Paneelin vastauksia käytetään opinnäytetyössäni (yhteisöpedagogi yamk -tutkiminto), jossa kehitetään Xamkin opiskelijaviestintää. Annan mielelläni lisätietoja tutkimuksestani. Kiitos vastauksestasi jo etukäteen!

terveisin Heli Kauppinen, viestintäsuunnittelija, Xamk
heli.kauppinen@xamk.fi, p. 0408423413

(Tutkimuslupa myönnetty 7.3.2017)

Uutinen Student-intranetissa 7.6.2017

OPISKELIJAVIESTINNÄN PANEELIIN OSALLISTUTTIIN AKTIIVISESTI – KIITOS VASTAAJILLE!

Xamkin opiskelijoilta kerättiin keväällä mielipiteitä sosiaalisen median käytöstä Xamkin opiskelijaviestinnässä. Opiskelijat innostuivat vastaamaan hyvin aktiivisesti: verkkopaneeliin osallistui yhteensä 589 opiskelijaa. Aineistoa kertyi runsaasti myös avoimiin kysymyksiin ja perusteluosioihin. **Lämmin kiitos kaikille vastanneille!**

352 vastaajista oli amk-tutkintojen päiväopiskelijoita ja 152 monimuoto-opiskelijoita. 53 vastaajaa oli yamk-tutkintojen opiskelijoita ja 32 avoimen amkin opiskelijoita/polkuopiskelijoita. Vastaajia oli kaikilta kampuksilta; suurin vastajajoukko oli Mikkelin kampukselta.

Yli 50 prosenttia vastaajista kuului 21-30-vuotiaiden ikäryhmään. Lähes 25 prosenttia kuului 31-40-vuotiaiden ryhmään. Vastaajia oli kaikista ikäryhmistä, myös alle 20-vuotiaista ja yli 51-vuotiaista.

Vastaajilla oli mahdollisuus osallistua myös arvontaan. Voittajiin on otettu yhteyttä sähköpostitse.

Paneeli käsitteli korkeakoulun sisäistä viestintää. Osa paneelin väitteistä oli tarkoituksellisesti provosoivia eivätkä ne edustaneet ammattikorkeakoulun olemassa olevia suunnitelmia, vaan tarkoituksena oli herättää keskustelua aiheista. Paneeli oli toteutettu eDelfoi-verkkotyökalulla ja siinä oli mahdollista kommentoida myös muiden vastaajien kirjoituksia.

Paneelin vastauksia käytetään opinnäytetyössäni (yhteisöpedagogi yamk -tutkinto), jossa kehitetään Xamkin opiskelijaviestintää. Tuloksista tiedotetaan Studentissa syyslukukauden aikana.

terveisin Heli Kauppinen, viestintäsuunnittelija, Xamk
heli.kauppinen@xamk.fi, p. 0408423413