

# Saatavilla siellä missä ihmisetkin ovat

Katsaus Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanaviin

Daniel Kalejaiye

09/2019

## Tiivistelmä

Tekijä	Tutkinto
Daniel Kalejaiye	Poliisi (AMK)
Julkaisun nimi	Julkisuusaste
Siellä missä ihmisetkin ovat. Katsaus Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanaviin.	Julkinen
Ohjaaja	Opinnäytetyön muoto
Jari Ylinen & Julie Silk	Tapaustutkimus/Case-tutkimus
Tiivistelmä	
<p>Tämä opinnäytetyön aihe on Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavat ja niiden vaikutusala. Kaikista Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavista hieman tarkemmassa käsittelyssä on Instagram ja Snapchat, joihin haastatellut sisällöntuottajat tuottavat sisältöä ja joiden parissa opinnäytetyön kirjoittaja on toiminut sisällöntuottajana.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä on monimenetelmällinen tapaustutkimus. Tapaustutkimuksen avulla Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toiminnasta saadaan luotua lukijalle holistinen kuva, jossa on selkeänä kanavien suuruus ja merkitys sekä sisällöntuottajien ja Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tiimin välinen roolijako toiminnassa. Opinnäytetyön tietolähteinä ovat kirjalliset lähteet, poliisiorganisaation ulkopuoliset tutkimukset ja asiantuntijahaastattelut sekä opinnäytetyön kirjoittajan omat kokemukset.</p> <p>Opinnäytetyö on suunnattu lähtökohtaisesti poliisiorganisaation sisäiseen käyttöön ja Poliisiammattikorkeakoulun opiskelijoille, opettajille ja muulle henkilöstölle. Myös poliisiorganisaation ulkopuolinen lukija voi lukea opinnäytetyön kokonaisuudessaan, sillä se on täysin julkinen. Jotta Poliisiorganisaation ulkopuolinen lukija saa mahdollisimman paljon irti opinnäytetyöstä, aikaisempi perehtyneisyys sosiaaliseen mediaan ja Poliisin tileihin siellä on eduksi.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuotoksena on työ, jonka avulla lukija kuin lukija saa kattavan käsityksen Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median suuruudesta, vaikutusalasta ja toiminnan roolijaosta. Tämän lisäksi opinnäytetyöstä selviää sosiaalisen median tilien kehitys ja kasvu parin viimevuoden ajalta.</p>	
Sivumäärä	Tarkastuskuukausi ja -vuosi
30 + 2	09/2019
Avainsanat	
Sosiaalinen media, Instagram, Snapchat, Facebook, Sisällöntuottaja, kanava, poliisiorganisaatio, Poliisiammattikorkeakoulu	

## Sisällys

1 JOHDANTO .....	2
2 TUTKIMUSMENETELMÄ .....	4
2.1 HAASTATTELUMALLIT .....	4
2.2 TUTKIMUSKYSYMYKSET .....	5
3 POLIISIAMMATTIKORKEAKOULUN SOSIAALINEN MEDIA .....	6
3.1 INSTAGRAM.....	6
3.2 SNAPCHAT .....	7
3.3 SEURAAJA- JA JULKAISUMÄÄRÄT.....	7
4 OMAT KOKEMUKSET .....	9
5 TOIMINTAKERTOMUKSET .....	12
5.1 VUODEN 2017 TOIMINTAKERTOMUS.....	12
5.2 VUODEN 2018 TOIMINTAKERTOMUS.....	13
6 IMAGOTUTKIMUKSET .....	14
7 HAASTATTELUT .....	15
7.1 VIESTINNÄN TIIMIN HAASTATTELU .....	15
7.2 SISÄLLÖNTUOTTAJIEN HAASTATTELUT.....	22
8 LOPPUYHTEENVETO .....	27
LÄHTEET.....	29
LIITTEET .....	31
VIESTINNÄN TIIMIN HAASTATTELUN RUNKO .....	31
SISÄLLÖNTUOTTAJIEN HAASTATTELUN RUNKO .....	31

## 1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on jatkuvasti kasvava toimintakenttä, jonka merkitys ja käyttäminen on lisääntynyt vuosi vuodelta myös osana Poliisiammattikorkeakoulun viestintästrategiaa. Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tilien seuraaja- ja kävijämäärät ovat kasvaneet viimeisen kolmen vuoden aikana tuhansilla. Samalla sosiaalisesta mediasta on tullut yksi merkittävimmistä uusien opiskelijoiden rekrytointityökaluista. Suuresta kasvusta ja merkittävydestä huolimatta Poliisiammattikorkeakoulun sosiaaliseen mediaan liittyviä tutkimuksia ei ole aikaisemmin tehty.

Vuoden 2018 helmi-maaliskuussa poliisikoulutukseen hakeneille teetettiin hakijakysely. Hakijakysely lähetettiin 970 hakijalle, joista kyselyyn vastasi 313 hakijaa, eli kyselyn vastausprosentti oli 32,2 %. Kyselyn tuloksista selviää, että Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavien merkitys kiinnostuksen herättäjänä koulutusta kohtaan ja tiedonvälittäjänä poliisikoulutuksesta on suuri. Noissa kummassakin kategoriassa Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut, Instagram, Facebook ja Snapchat ovat kuuden parhaan lähteen joukossa, lukuun ottamatta kiinnostuksen herättäjä -kategoriaa, jossa Facebook on Snapchatin alapuolella seitsemäntenä. (Hakijakysely 2018, 18.)

Opinnäytetyön kirjoittajan Poliisiammattikorkeakoulun henkilöstön ja opiskelijoiden kanssa käymien keskustelujen perusteella vaikuttaa siltä, että suurimmalla osalla Poliisiammattikorkeakoulun opiskelijoista ja opettajista on vääristynyt käsitys siitä, kuinka iso ja merkittävä työväline sosiaalinen media on. Tämä voi johtua pelkkiin kuulopuheisiin perustuvista, matkan varrella muuttuneista hajanaisista tiedonrippeistä. Hajanaiset tiedonrippeet ja niiden varaan rakentuneet vääristyneet mielikuvat vaikuttavat negatiivisesti sisällöntuottajien saaman palautteen laatuun ja heidän työhönsä suhtautumiseen.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää ja koota yhteen Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavien taustatiedot sekä sitä pyörittävien osapuolten, Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tiimin ja sisällöntuottajien, ajatuksia, kokemuksia ja roolitusta sisällöntuotannossa. Lukijalle on tarkoitus antaa myös selkeä kuva siitä, millainen imago Poliisiammattikorkeakoululla on Suomessa.

Tässä opinnäytetyössä sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan internetissä olevia alustoja sekä älypuhelimiiin ladattavia sovelluksia, joiden kautta Poliisiammattikorkeakoulu ja kansalaiset voivat olla vuorovaikutuksessa. Opinnäytteessä käytettävällä kanava-sanalla viitataan sovelluksiin ja internetalustoihin, joissa Poliisiammattikorkeakoulu on kirjautuneena. Tili-sanalla viitataan sovelluksiin ja alustoille luotuihin profiileihin, joita kansalaiset voivat seurata. Sisällöntuottajalla tarkoitetaan Poliisiammattikorkeakoulun opiskelijaa, joka ottaa kuvia ja videoita hänelle valikoituneelle alustalle sekä vastailee siellä tulleisiin kysymyksiin. Tässä opinnäytetyössä termillä vaikutusala tarkoitetaan toimintakertomuksessa Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toiminnalle asetettuja tavoitteita, julkaisu- ja seuraajamääriä sekä Poliisiammattikorkeakoulun imagoa, joiden kaikkien voidaan nähdä vaikuttavan toisiinsa.

Opinnäytetyössä tarkastellaan vain Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavia. Tarkemmassa tarkastelussa ovat Instagram ja Snapchat, sillä opinnäytetyön kirjoittaja toimi itse Snapchatin sisällöntuottajana ja Instagram on toiminnoiltaan hyvin samankaltainen kuin Snapchat.

Työ koostuu kolmesta osasta. Ensimmäisessä osassa tarkastellaan laajasti Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavien taustatietoja. Ensimmäisen osan tarkoituksena on antaa lukijalle kattava kuva mm. tilien seuraajamääristä, julkaisujen määrästä, Poliisiammattikorkeakoulun imagosta sekä eri kanavien roolista osana Poliisiammattikorkeakoulun viestintää.

Toinen osa koostuu opinnäytetyön kirjoittajan omasta ajasta Snapchatin sisällöntuottajana. Tarkoituksena on kertoa lukijalle kirjoittajan henkilökohtaisesta tehtävästä ja tavoitteista sisällöntuottajana.

Kolmas osa koostuu haastatteluista. Haastateltavina opinnäytetyössä on tämän hetkisiä sisällöntuottajia sekä Poliisiammattikorkeakoulun viestintäpäällikkö ja yksi viestintäasiantuntijoista. Kolmannessa osiossa lukijalle selviää sisällöntuottajien ja viestinnän tiimin roolitukset sisällön tuotannossa, heidän henkilökohtaisia mielipiteitään sekä ajatuksia koskien Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalista mediaa.

## 2 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tässä opinnäytetyössä on käytetty tapaustutkimusmenetelmää. Tapaustutkimusmenetelmä tunnetaan myös nimellä case-tutkimus. Tapaustutkimus on monimenetelmällistä tutkimusta, joka keskittyy tutkimushetkellä tapahtuvaan tai olemassa olevaan ilmiöön, ei jo tapahtuneeseen tai tulevaan ilmiöön. Monimenetelmällisessä tutkimuksessa yhdistetään monia eri tutkimusmenetelmiä kuten kvantitatiivisia kyselyitä ja kvalitatiivisia haastatteluita. Koska tapaustutkimuksessa keskitytään ajankohtaisiin tapahtumiin ja ilmiöihin, myös tietolähteiden tulee olla ajankohtaisia. Mikäli ilmiöstä on jo aiemmin tehty tutkimuksia tai dokumentteja, niitä voi käyttää osana tietolähteitä. Tapaustutkimus voi keskittyä johonkin ongelmaan, kuten nuorten liialliseen Instagramin seuraamiseen. Lopputuloksena ei kuitenkaan pyritä saamaan ratkaisua ongelmaan, vaan pikemminkin luomaan holistinen eli kokonaisvaltainen kuva tutkimuskohteesta ymmärtämällä sitä paremmin ja syvemmin. (Kananen 2015, 54-57.)

Tapaustutkimus on valikoitunut tämän opinnäytetyön aiheeksi sosiaalisen median luonteen vuoksi. Sosiaalinen media muuttuu ja sovellusten, jotka yhdessä muodostavat sosiaalisen median, ajankohtaisuus vaihtelee jatkuvasti. Tällä hetkellä sosiaalinen media kokonaisuutena sekä sen rakentavat sovellukset ovat iso osa niin nuorten kuin vanhempienkin ihmisten arkipäivää, mutta kahden vuoden päästä tilanne voi olla täysin erilainen. Jatkuva muovautuminen muuttaa koko ajan sovellusten ja koko sosiaalisen median relevanttiutta, minkä vuoksi sosiaalista mediaa voidaan käsitellä ilmiönä.

### 2.1 HAASTATTELUMALLIT

On olemassa neljä eri haastattelumallia, joista jokaisella on omat piirteensä ja optimaaliset käyttötarkoituksensa. Strukturoidussa haastattelussa kaikilla haastateltavilla on samat kysymykset sekä vastausvaihtoehdot, mikä edesauttaa vastauksien haluttua muotoa ja helpottaa niiden läpikäymistä. Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikilla haastateltavilla on samat kysymykset, mutta vastaustila on avoin. Tämä tarkoittaa sitä, että jokainen haastateltava saa vastata kysymyksiin omin sanoin, mikä edesauttaa vastauksien monipuolisuutta ja vastaajien omien mielipiteiden ja näkemysten esiintulemistä. (Eskola & Suoranta 1998, 64.)

Strukturoidun ja puolistrukturoidun haastattelun lisäksi on teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Teema- ja avoinhaastattelu ovat kumpikin huomattavasti puolistrukturoitua

ja strukturoitua haastattelumallia avoimempia ja vapaamuotoisempia malleja. Teema-haastattelussa haastattelijalla on tietyt aihepiirit ennalta määrättyinä, joista jokainen käydään haastattelun aikana läpi, mutta niiden järjestys voi vaihdella eri haastattelujen sisällä. Avoin haastattelu muistuttaa luonteeltaan keskustelua, sillä siitä puuttuu etukäteen suunniteltu kaava eikä jokaisen aihealueen läpikäyminen ole välttämättömyys. (Eskola & Suoranta 1998, 64.)

Tämän opinnäytetyön haastattelujen malli on puolistrukturoitu asiantuntijahaastattelu.

Asiantuntijahaastattelun tavoitteena on saada sellaista tietoa, joka liittyy kyseisen haastateltavan erityistietämykseen. Voidaankin ajatella, että haastateltavana ei ole henkilö, vaan hänen erityistietämyksensä käsiteltävänä olevasta asiasta. (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvuori 2017, 181-185.)

## 2.2 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Kiinnostuin opinnäytetyöni aihepiiristä jo ennen kuin hain opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun. Seurasin Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tilejä aktiivisesti ja kriittisin silmin. Päästyäni opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun ryhdyin sisällöntuottajaksi, minkä kautta minulle aukeni mahdollisuus tutustua Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median taustoihin. Tehdessäni sisällöntuottajan töitä minulle valkeni myös se, kuinka tärkeä ja oleellisessa osassa sosiaaliseen mediaan tuotettava sisältö on vuorovaikutuksessa hakijoiden ja poliisialasta kiinnostuneiden kanssa.

Keskustellessani Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisista medioista kanssaopiskelijoideni sekä opettajieni kanssa kävi ilmi, että sosiaalisen median tärkeyden ja vaikutuksen väheksyminen on tavallista. Haluan opinnäytetyöni korjaavan omalta osaltaan tätä epäkohtaa. Päättökysymykseni muodostuu tämä: Mikä Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median vaikutusala on, ja minkälainen roolitus sisällön tuotannossa on?

Pääkysymyksen lisäksi opinnäytetyöni vastaa kysymyksiin: Miten viestinnän tiimi ohjaa, koordinoi ja hallinnoi Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavia? Millaisena sisällöntuottajat kokevat Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median ja tehtävänsä sen pyörittämisessä? Miten päädyin itse sisällöntuottajaksi ja mitkä olivat henkilökohtaiset tavoitteeni toiminnan kehittämisessä?

### 3 POLIISIAMMATTIKORKEAKOULUN SOSIAALINEN MEDIA

Poliisiammattikorkeakoululla on käytössä seitsemän eri sosiaalisen median kanavaa. Näitä kanavia ovat Instagram, Twitter, Snapchat, blogit ja vlogit, LinkedIn sekä Facebook. Kaikilla Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tileillä on yhteinen tehtävä välittää Poliisiammattikorkeakoulun ajankohtaistietoa sekä tukea poliisin kokonaisviestintää. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

Poliisiammattikorkeakoulu keskittyy toteuttamaan rooliaan poliisikoulutuksen, tutkimuksen ja kehittämisen osajana, ja näistä osaamisen aloista kiinnostuneet ryhmät lukeutuvatkin tilien keskeisimpiin kohderyhmiin. Kohderyhmä määrittää sen, mitä kanavista painotetaan milloinkin eniten. Esimerkiksi kouluun haun aikaan tilit, joista hakijat voivat saada tarvittavaa informaatiota, korostuvat muita enemmän. Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavat toimivat myös varajärjestelminä poliisin muille Poliisin viestintäjärjestelmille, mikäli niissä esiintyy vikoja, jotka estävät niiden käyttämisen. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

Facebook, Twitter sekä LinkedIn ovat alustoja, jotka on suunnattu yhteistyötahoille ja heidän kanssaan viestimiseen. Poliisiammattikorkeakoulu pyrkii tavoittamaan näillä alustoilla kumppaneitaan, sidosryhmiään, asiantuntijoita ja vaikuttajia. Facebookissa Poliisiammattikorkeakoulu toivoo tavoittavansa opinto-ohjaajia sekä varuskuntien ja ammatillisten oppilaitosten opintovastaavia. Twitter sekä LinkedIn ovat alustoja, joiden seuraajakunta koostuu yhteiskunnallisista toimijoista, kuten medioista, julkishallinnon organisaatioista ja korkeakouluista. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

Poliisiammattikorkeakoulun julkaisemat blogit ja videoblogit, vlogit, ovat osa uusien opiskelijoiden rekrytoimista. Noin kerran kuukaudessa julkaistaan opiskelijan jommallakummalla tai kummallakin kotimaisella kielellä kirjoittama blogi Poliisiammattikorkeakoulun kotisivuilla. Poliisiammattikorkeakoulu on myös mukana poliisin YouTube-kanavalla tuottamalla kanavalle videoblogeja. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

#### 3.1 INSTAGRAM

Opiskelijamarkkinoinnissa ja siihen liittyvässä vuorovaikutuksessa yksi tärkeimmistä ja suurimmista sosiaalisen median kanavista on Poliisiammattikorkeakoulun Instagram-tili. Tähän on kaksi syytä, joita ovat tilin suuri seuraajamäärä sekä nuori käyttäjäkunta. Koska



Poliisiammattikorkeakoulun Instagram-tilin seuraajakunta koostuu pitkälti potentiaalisista kouluun hakijoista, sen sisältö koostuu poliisityötä, -koulutusta ja opiskelija-arkea kuvaavista videoista ja kuvista. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

Elokuussa 2016 Instagram julkaisi toiminnon nimeltään Instagram Stories. Sen idea on, että käyttäjä voi ladata palveluun kuvia tai videoita, jotka katoavat 24 tunnin kuluttua julkaisemisesta. (Instagram Stories 2019.)

### 3.2 SNAPCHAT

Snapchat ja Instagram ovat seuraajakunnaltaan hyvin samanlaisia. Seuraajakunta koostuu nuorista ihmisistä, jotka ovat potentiaalisia Poliisiammattikorkeakouluun hakijoita tai jo kouluun päässeitä. Tämän vuoksi Snapchatin ja Instagramin sisältö on hyvin pitkälti samanlaisia, poliisityötä, -koulutusta ja opiskelija-arkea koskevia kuvia ja videoita. Poliisiammattikorkeakoulun Snapchat-tilin päivittämisestä vastaavat sisällöntuottajana toimivat poliisiopiskelijat ja satunnaisesti viestinnän tiimi. (Salmi-Hiltunen, sähköposti 09.08.2019.)

### 3.3 SEURAAJA- JA JULKAISUMÄÄRÄT

Poliisiammattikorkeakoulussa viestinnän tiimi pitää aktiivisesti kirjaa sen sosiaalisten medioiden julkaisujen sekä seuraajien määrästä. Nämä taulukot lisätään vuosittain mm. toimintakertomusten liitteiksi. Kaikilta alustoilta, esimerkiksi Snapchatista, ei kuitenkaan saada tarkkoja seuraajamääriä, sillä sovellus ei niitä tarjoa. (Viestinnän toimintakertomus 2018.)

Siitä huolimatta, että Snapchat ei näytä tarkkaa seuraajamäärää, Snapchat tarjoaa kuitenkin muuta статистиikkaa kuten seuraajien keskimääräisen iän, sukupuolen ja Mystoryjen katselumäärät. 29.5.2019 päivitetyn tietotaulukon mukaan edellisen 12 kk aikana Poliisiammattikorkeakoulun Mystorylla oli katselukertoja 988 021. Seuraajien suurin ikäryhmä oli 18-20-vuotiaat, joita oli noin 37 % seuraajista. Viikon 22 Mystory-julkaisut tavoittivat parhaimmillaan 5800 seuraajaa, joka on 85-90 % kaikista seuraajista. Tähän perustuen Poliisiammattikorkeakoulun Snapchatilla on arviolta noin 6380-7250 seuraajaa. (Byckling, Snapchatin seuraaja- ja julkaisutiedot 2019.)

Poliisiammattikorkeakoulun täsmällisiä seuraajatietoja antavia sivustoja ovat Twitter, Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut, Facebook, Instagram ja LinkedIn. Vuosina 2016-2018 tasaisesti noista alustoista ovat kasvaneet Twitter ja LinkedIn. Twitter-tilin seuraajamäärä on kasvanut noin 500 seuraajalla ja LinkedIn-tilin seuraajamäärä on kasvanut noin 100 seuraajalla vuodessa. Twitterissä julkaisuja on ollut eniten vuonna 2016, jolloin julkaisuja oli 483 kpl. Vuonna 2017 Twitterin julkaisujen määrä laski 132:een, mutta vuonna 2018 julkaisujen määrä nousi 284 julkaisuun. (Viestinnän toimintakertomus 2018.)

Alustoista rajuin kasvoivat Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut sekä Instagram. Kotisivujen kävijämäärä nousi vuosien 2016 ja 2017 välillä noin 20 000:lla, 342 204 kävijästä 368 547 kävijään. Vuonna 2018 kävijämäärä nousi noin 100 000:lla kävijällä 461 334 kävijään. Instagramin seuraajamäärä nousi vuosien 2016 ja 2017 välillä 5 755 seuraajasta 8 010 seuraajaan. Vuoden 2018 loppuun mennessä Poliisiammattikorkeakoulun Instagramin seuraajamäärä nousi 12 015 seuraajaan. Instagram-julkaisujen lukumäärä oli korkeimmillaan vuonna 2016, jolloin julkaisuja oli 140. Vuonna 2017 julkaisujen määrä laski 68:aan, mutta vuonna 2018 määrä nousi hieman eli 75:een. (Viestinnän toimintakertomus 2018.)

### Suorite-toteuma -taulukko

Suorite	Toteuma 2016	Toteuma 2017	Toteuma 2018
Tiedotteet (suomi / ruotsi / englanti)	58/42/14	26/25/7	39/29/15
Internet-sivujen käynnit			
→ • www.polamk.fi	342 304	368 547	461 334
• www.poliisimuseo.fi	29 913	35 295	29 884
Sosiaalisen median kanavien seuraajat*			
→ • Twitter (@Polamk)	1 580	2 048	2 649
• Twitter (johto ja asiantuntijat)	1 600	2 621	3 618
• Twitter (@Poliisimuseo)	897	1 002	1 065
→ • Facebook (Polamk)	-	-	4 008
• Facebook (Poliisimuseo)	7 129	8 604	9 471
→ • Instagram (@poliisiammattikorkeakoulu)	5 755	8 010	12 015
• Instagram (@poliisimuseo)	2 022	2 286	2 512
→ • LinkedIn (Poliisiammattikorkeakoulu)	202	300	432
• Opiskelijablogit, käynnit (polamk.fi)	11 514	7 465	11 335
Sosiaalisen median kanavien sisällöt*			
→ • Twiitit (@Polamk)	483	132	284
→ • Instagram-kuvat, @poliisiammattikorkeakoulu	140	68	75
• Instagram-kuvat, @poliisimuseo	68	73	65
Mediaosumat	1 305	905	910

Yläpuolella olevassa taulukossa punaisella nuolella on merkitty tässä opinnäytetyössä käsiteltävät internetalustat ja tilit. Mediaosuma osoittaa kertoja, jolloin Poliisiammattikorkeakoulu mainittiin mediassa, kuten uutisissa tai lehdissä.

#### **4 OMAT KOKEMUKSET**

Hain opiskelemaan Poliisiammattikorkeakouluun vuoden 2015 jälkimmäisellä puoliskolla. Melko pian hakemisen jälkeen aloin seurata Poliisiammattikorkeakoulun Snapchat-tiliä, joka oli tuolloin vielä melko uusi osa Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalista mediaa. Snapchatista teki mielenkiintoisen seurattavan siellä olevat kertomukset ja tarinat opiskeluarjesta sekä mahdollisuus kysyä helposti kysymyksiä, joihin sai nopean vastauksen. Vastaavaa näkökulmaa opiskelujen ”sisään” ja kysymismahdollisuutta ei tuolloin saanut muualta, ellei tuntenut jo sisään päässyttä opiskelijaa. Koulun verkkosivuilta toki näki sen, mitä opintosuunnitelma pitää sisällään, mutta kertomukset ja tarinat opiskeluarjesta puuttuivat.

Vuoden 2015 olin töissä Yleisradio Oy:llä nuortenohjelma Summerin televisiojuontajana sekä Summerin sosiaalisen median kanavien sisällöntuottajana. Tuona aikana sain kattavan näkemyksen, kokemuksen ja koulutuksen sellaisen sisällön tuottamiseen, joka vetoaa seuraajiin ja saa heidän mielenkiintonsa heräämään. Yksi tärkeimmistä asioista, mikä Yleisradiolla opetettiin, oli sisällöntuottajan sekä seuraajan välinen yhteys. Jotta seuraaja kokisi sisällön mielenkiintoiseksi, hänen täytyy tuntea myös sisällöntuottaja mielenkiintoiseksi. Tämän vuoksi on iso etu, mikäli sisällöntuottaja onnistuu tuomaan oman persoonansa esiin sisällössään. Myös liikkuvaa kuvaa korostettiin paljon. Liikkuva kuva usein kestää pidempään kuin perinteiset kuvat, jonka vuoksi seuraaja viettää enemmän aikaa seuraamansa kanavan ja sisällöntuottajan kanssa katsellessaan noita videoita. Mielenkiintoinen persoona ja huomion kiinnittävä sisältö ovat merkittäviä tekijöitä siinä, että henkilö tilaa kanavan ja kertoo siitä eteenpäin.

Poliisiammattikorkeakoulun Snapchat-tilin sisältö alkoi puuduttamaan minua jo muutaman kuukauden seuraamisen jälkeen, sen yksitoikkoisuuden vuoksi. Mystoryyn päivitettiin aktiivisesti sisältöä, mutta suurin osa sisällöstä oli kuvia. Kuvia taustoittamassa oli yleensä jokin pieni yhden rivin mittainen teksti, mikä omalta osaltaan vaikutti siihen, ettei yhdessä kuvassa ollut hirveästi informaatiota aiheesta. Mikäli kuvien avulla olisi saatu kerrottua paljon informaatiota, kuvia olisi pitänyt lisätä Mystoryyn

samasta aiheesta useita, mutta ymmärrettävästi Mystorya ei haluttu täyttää lisäämällä monia kuvia yhdestä aiheesta.

Videoiden avulla olisi saatu huomattavasti enemmän ja helpommin paljon informaatiota seuraajille, mutta videoita kanavalla näki vain harvoin. Joskus Snapchatia päivittävä tai päivittävät sisällöntuottajat esittelivät itsensä videolla, mutta vain harvoin. Usein he esittelivät itsensä kuvassa nimeltä ja kertoivat, milloin olivat aloittaneet koulun.

Kouluun hakevan ihmisen kannalta Snapchatin sisältö oli kuitenkin tärkeää ja motivoivaa. Jo hakuaikana mietin, miten Snapchatin sisältöä voisi parantaa. Puolessa välissä harjoittelua edeltäviä opintoja tarjoutui mahdollisuus toteuttaa suunnitelmiani, kun Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toimintaan rekrytoitiin uusia sisällöntuottajia. Ilmoitauduin heti mukaan, ja pian ensimmäisen tapaamisen sisällöntuottantoperehdytyksen jälkeen alkoi ensimmäinen vastuuviikkoni.

Aloitin ensimmäisen viikkoni esittelemällä itseni, mutta aikaisempien sisällöntuottajien tavasta poiketen toteutin esittelyni videona. Tein muutaman esittelyvideon, ja välittömästi niiden jälkeen Snapchatissa alkoi tulvia lisäkysymyksiä minuun ja opiskeluun liittyen. Sinä iltana päätin toteuttaa kysymys-vastaus -osion, jossa seuraajat saivat esittää kysymyksiä ja minä vastasin niihin kootusti videon muodossa. Kysymyksiä tuli yhteensä yli 150 kpl. Myös toiset sisällöntuottajat rupesivat tuottamaan sisältöä enemmän videoiden muodossa. Kaikille meille alkoi tulvia positiivista palautetta uudesta ja virkistävästä tavastamme luoda sisältöä.

Erilainen sisällöntuottotapamme näkyi konkreettisesti Poliisiammattikorkeakoulun Snapchat-tilin seuraajamäärissä. Päivittäin tilille tuli kymmeniä uusia seuraajia ja viikoittain satoja. Päivitin sisältöä profiiliin noin vuoden ajan, ja tuon vuoden aikana Mystoryjen katselijamäärät kasvoivat noin 3000 katsojasta parhaimmillaan jopa yli 9000 katsojaan. Meille tuli aktiivisesti positiivista palautetta niin opettajilta, opiskelijoilta kuin myös seuraajilta. Tuo palaute ei minun osaltani jäänyt pelkästään sovelluksen ja koulun sisäiseksi. Useaan otteeseen minut pysäytettiin kaupungilla ja minut pysäyttänyt henkilö kertoi tunnistaneensa minut Snapchatista ja haluaisi esittää kysymyksiä kouluun ja hakemiseen liittyen. Joskus minua pyydettiin jopa yhteiskuvaan.

Sisällöntuottajaurani ei kuitenkaan ollut ongelmatonta. Alussa ongelmanani olivat kirjoitusvirheet, joita tuli välillä huomattavan paljon. Ajan kuluessa opin rauhoittumaan julkaisujen kanssa ja poistamaan kirjoitusvirheet ennen julkaisemista. Pari kertaa

Mystoryyn päätyi kiellettyä sisältöä, ja poistin nuo videot välittömästi virheen huomattuani.

Yllättävin ongelma, mikä ilmeni sisältöä tuottaessani, oli kanssaopiskelijoiden negatiiviset kommentit siitä, että kuvaan liikaa itseäni puhumassa kameralle. Yllättävää tämä oli sen vuoksi, että aloittaessani sisällöntuottajaurani, sain kaikkein eniten positiivista palautetta samasta asiasta. Isosta ongelmasta ei kuitenkaan ollut kyse, sillä ongelma ratkesi ja negatiivinen palaute loppui, kun aloin lisäämään kuvia videoiden sekaan.

Ajan kanssa ongelmakseni muodostui uuden ja mielenkiintoisen sisällön keksiminen. Poliisiammattikorkeakoulussa jokainen opiskelija seuraa samaa opintopolkua, mikä tarkoittaa sitä, että mikäli sisältö koostuu pelkästään opintojen kuvaamisesta, Snapchatissa pyörivät aina samat aiheet. Tämän vuoksi pyrin keksimään aktiivisesti opintojen ulkopuolista, mutta niihin kytkeytyvää sisältöä. Ajan kanssa tämä toimintapa osoittautui työlääksi ja aikaa vieväksi. Sisällöntuottajia ohjaava viestinnän tiimi astui tässä vaiheessa suureen rooliin. Viestinnän tiimillä oli viestintäkalenteri, johon he olivat suunnitelleet teemoja ja julkaisuja sosiaalista mediaa varten ottaen huomioon Poliisin valtakunnalliset teemat, kuten pimeän tullen heijastimien ja pyöränvalojen valvonta.

Toimiessani sisällöntuottajana kehityin sekä ihmisenä että poliisina. Koska esiinnyin Snapchatissa omilla kasvoillani, oli tärkeää olla asiallinen niin ulkoiselta olemukseltani kuin puheiltanikin. Snapchatia seurasi jatkuvasti yli 6000 ihmistä, minkä vuoksi oli tärkeää miettiä jokaisen julkaisun kohdalla, kuinka poliisi ilmaisisi kyseisen asian. Ilmaisutavan miettiminen oli aluksi rasittavaa ja kuormittavaa, mutta jälkepäin mietittynä merkittävin kehitystapa. Pyrin säilyttämään jokaisen julkaisuni itseni näköisenä: iloisena, rentona, asiallisena ja hauskana, mutta myös poliisin imagoon sopivana.

## 5 TOIMINTAKERTOMUKSET

Toimintakertomus on Poliisiammattikorkeakoulussa joka vuosi kerättävä koonti, johon kerätään kuluneen vuoden tavoitteet ja tulokset osa-alueittain. Tässä opinnäytteessä on huomioitu viestinnän osa-alue vuosilta 2017 ja 2018 soveltuvien osien.

### 5.1 VUODEN 2017 TOIMINTAKERTOMUS

Vuonna 2017 Poliisiammattikorkeakoulun aktiivinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa sekä opiskelijamarkkinointitoiminto pyrittiin vakiinnuttamaan. Poliisiammattikorkeakoulun viestinnässä oli henkilöstövaje koko toimintavuoden ajan. Tämän vuoksi Poliisiammattikorkeakoulun viestintäsisällön tuotanto väheni puoleen, mutta näkyvyys sosiaalisen median alustoilla sekä alustojen kävijämäärä kasvoivat. (Viestinnän toimintakertomus 2017, 21.)

Poliisiammattikorkeakoulun verkkosivuille tuotettiin sisältöä Poliisiammattikorkeakoulun toiminnasta, strategiatyöstä sekä laadunhallinnasta. Edellisvuosien tapaan verkkosivuilla vierailleita henkilöitä kiinnostivat eniten AMK-koulutusta sekä koulutukseen hakemista ja valintoja koskevat sisällöt. Siitä huolimatta, että Poliisiammattikorkeakoulun verkkosivujen kokonaiskävijämäärä kasvoi, AMK-koulutusta sekä koulutukseen hakemista ja valintoja koskevilla sivuilla kävijämäärä väheni edellisvuodesta. (Viestinnän toimintakertomus 2017, 21.)

Henkilöstövaje vaikutti myös poliisiopiskelijoiden some-toimintaan. Henkilöstövajeen vuoksi some-toiminnan koordinoiminen ja kehittämisen tavoitteita ei kaikilta osin saavutettu. Poikkeuksena tähän on kuitenkin Poliisiammattikorkeakoulun vuonna 2016 lanseeraama Snapchat-tili, johon tuotettiin aktiivisesti sisältöä ja päivitysten keskimääräinen katselijamäärä kasvoi koko ajan. Snapchatista muodostui tärkein viesti- ja palvelusovellus Poliisiammattikorkeakoulun ja koulutuksesta kiinnostuneiden nuorten välillä. (Viestinnän toimintakertomus 2017, 21-22.)

Vuonna 2017 Tampereen korkeakoulujen verkosto toteutti edellisvuosien tapaan Korkeakouluopiskelijaksi Tampereelle -tapahtuman. Tapahtuman kävijätavoite oli ylittynyt edellisinä vuosina, niin myös tuonakin vuonna. Kävijöitä tapahtumassa oli 4 500. Poliisiopiskelijat olivat aktiivisesti mukana Korkeakouluopiskelijaksi Tampereelle -tapahtuman lisäksi myös muissa tapahtumissa sekä sidosryhmävierailuilla kouluissa. Opiskelijoiden tehtävänä oli luoda tapahtumiin ja vierailuille opiskelija-projekteina toiminnallisia kokonaisuuksia. Opiskelijälähettilästoiminta on tarkoitus

kytkeä yhä kiinteämmäksi osaksi opintoja ja työharjoittelua. (Viestinnän toimintakertomus 2017, 22.)

## 5.2 VUODEN 2018 TOIMINTAKERTOMUS

Vuonna 2018 Poliisiammattikorkeakoulun ulkoisen viestinnän tavoitteita olivat kattava verkkoviestintä, aktiivinen läsnäolo sosiaalisessa mediassa sekä viestinnän ja opiskelijarekrytoinnin yhteensovittaminen. (Viestinnän toimintakertomus 2018, 23.)

Kuten edellisvuosina, myös vuonna 2018 verkkosivujen kävijämäärä kasvoi. Edellisvuoteen verrattuna kävijämäärä kasvoi huomattavat 100 000 kävijää. Vuonna 2017 Poliisiammattikorkeakoulun verkkosivuilla oli 368 547 kävijää, kun taas vuonna 2018 kävijöitä oli 461 334. Edellisvuosien tapaan kävijöitä kiinnostivat eniten AMK-koulutusta ja hakua koskevat sisällöt, joiden katselumäärät kasvoivat eniten. Poliisiammattikorkeakoulu ei kuitenkaan ollut edellisvuotta enempää esillä mediassa, eikä sisältöä tuotettu aiempaa vuotta enempää. (Viestinnän toimintakertomus 2018, 23.)

Poliisiammattikorkeakoulu kasvatti näkyvyyttään kaikilla seurantatietoja tarjoavilla sosiaalisen median alustoilla, joista Poliisiammattikorkeakoulun Instagram-tilin seuraajamäärä kasvoi kaikkein eniten. Poliisiammattikorkeakoululle perustettiin myös oma Facebook-tili, jonka julkaisut keskittyvät koulutukseen ja opiskelija-arkeen. Youtubessa avatulle Poliisitube-kanavalle avattiin loppuvuodesta Poliisiksi-osio, jolle julkaistiin kaksi opiskelijarekrytointia tukevaa videota. Poliisiammattikorkeakoulun omista sivuista eniten sisältöä tuotettiin opiskelijarekrytoinnin sekä tutkimuksen ja projektitoiminnan sivuille. (Viestinnän toimintakertomus 2018, 23-24.)

Viestinnän tuki painotettiin poliisiopiskelijoiden sosiaalisen median toiminnan kehittämiseen ja koordinointiin ja muilla alustoilla tavoitteet saavutettiin lukuun ottamatta Snapchat-sovellusta. Koska Snapchat on toinen merkittävistä opiskelijarekrytoinnin vaikuttajakanavista, sisällöntuotannon resursointi piti arvioida uudelleen. (Viestinnän toimintakertomus 2018, 24.)

## 6 IMAGOTUTKIMUKSET

Taloustutkimus Oy on vuodesta 2002 tuottanut kyselyitä, jossa he selvittävät Suomen ammattikorkeakoulujen imagoa alle 30-vuotiaiden keskuudessa. Tutkimusta on toteutettu yhtäjaksoisesti joka vuosi. Vuonna 2012 kysely toteutettiin ensimmäistä kertaa sähköisessä muodossa. Kutsuja lähetettiin Taloustutkimuksen alle 30-vuotiaille nettipanelisteille sekä lukioiden ja ammattikoulujen opinto-ohjaajille, jotka jakoivat kutsun valmistumassa oleville opiskelijoilleen. (Taloustutkimus Oy 2018, 1.)

Imagotutkimuksessa esitetään vastaajille kysymyksiä, joihin he valitsevat mielestään sopivimman vastauksen annetuista vaihtoehdoista. Vuonna 2018 nämä neljä väittämää kuvasivat vastaajien mielestä Poliisiammattikoulua parhaiten: hyvä maine opiskelupaikkana, työmarkkinoilla arvostettava tutkinto, tasokas opetus sekä kiinnostava koulutuksen ala. Yli puolet vastaajista ovat sitä mieltä, että Poliisiammattikorkeakoulun sijaintipaikkakunta on houkutteleva. (Taloustutkimus Oy 2018, 42.)

Poliisiala kiinnostaa lähtökohtaisesti niin ammattiin opiskelevia kuin myös lukiolaisia. Ammattioppilaitoksissa opiskelevien keskuudessa poliisiala oli tutkimuksen mukaan kiinnostavin, mutta lukiolaisten keskuudessa poliisiala oli kaikista koulutusaloista vasta kuudenneksi kiinnostavin (Imagotutkimus 2018 -tiedote). Poliisiala oli lukiolaisten keskuudessa ainoa AMK-tasoinen koulutus 20 kiinnostavimman koulutusalan joukossa (Imagotutkimus 2018 -tiedote). Eri koulutusaloista kiinnostuneiden keskuudessa poliisiala kiinnosti eniten eläinlääketieteestä, liikunta-alasta, maatalous- ja metsätieteistä, sotilasalasta sekä sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialasta kiinnostuneiden keskuudessa. (Taloustutkimus Oy 2018, 40.)

Vuosina 2016, 2017 ja 2018 Poliisiammattikorkeakoulu on ollut kärkikastissa kyselyn ammattikorkeakoulujen saamista kokonaisarvosanoissa. Vuosina 2016 ja 2018 Poliisiammattikorkeakoulu ylsi ensimmäiselle sijalle ja vuonna 2017 Poliisiammattikorkeakoulu oli toinen. Vuonna 2019 Poliisiammattikorkeakoulu oli vasta neljäntenä keskimääräisissä yleisarvosanoissa (Imagotutkimus 2019 -tiedote). (Taloustutkimus Oy 2018, 41.)

Imagotutkimuksen tuloksien mukaan vastanneista 46 %:lla mielikuvat Poliisiammattikorkeakoulusta perustuvat muiden kertomuksiin. 33 % perustaa mielikuvansa mediassa olleisiin juttuihin. Vuodesta 2015 vuoteen 2018 mennessä Poliisiammattikorkeakoulun myönteinen näkyvyys mediassa on ollut laskussa. Korkeimmillaan tähän mennessä positiivinen näkyvyys mediassa on ollut vuonna 2015. (Taloustutkimus Oy 2018, 47.)



Positiivisen näkyvyyden piikki voi selittyä vuoden 2014 koulutusuudistuksella, jonka seurauksena poliisikoulutus muuttui ammattikorkeakoulu-tasoiseksi ja medianäkyvyys oli tuolloin suurta. (Koulutusuudistus 2014.)

## 7 HAASTATTELUT

### 7.1 VIESTINNÄN TIIMIN HAASTATTELU

Asiantuntijoina tässä haastattelussa on Poliisiammattikorkeakoulun viestintäpäällikkö Tuire Salmi-Hiltunen sekä viestintäasiantuntija Anna Byckling. Tämän haastattelun aiheena on Poliisiammattikorkeakoulun viestintätiimin osuus Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisten medioiden ylläpidossa.

#### **Kuinka olette päätyneet nykyisiin tehtäviinne ja oletteko saaneet koulutusta poliisin sosiaalisen median käyttöön?**

Salmi-Hiltunen on tiedotusopin maisteri Tampereen yliopistosta. Salmi-Hiltusen työkokemus on karttunut pitkään niin yksityiseltä kuin julkiseltakin puolelta toimittaja- ja viestintätehtävistä. Poliisikoulussa Salmi-Hiltunen aloitti vuonna 2000 tiedottajan tehtävässä ja vajaan kymmenen vuoden ajan Salmi-Hiltunen on toiminut viestintäpäällikön tehtävissä. Kuten aikaisempien tehtävien, myös Poliisikoulu- ja Poliisiammattikorkeakoulu-uran aikana sosiaalinen media on kasvattanut rooliaan viestinnässä ja tiedottamisesta. Tästä syystä sosiaalinen media on ajan myötä sulautunut osaksi tiedottamisen ja viestinnän työnkuvaan. (Salmi-Hiltunen 2019.)

Byckling on valmistunut yliopistosta maisteriksi viestintä- ja media-aineista. Byckling on saanut työkokemustaan julkiselta ja valtionhallinnon puolelta viestintätehtävistä ja ennen noita journalistitehtävistä. Byckling tuli töihin poliisiorganisaatioon Poliisikoulun viestintätiimiin vuonna 2007. (Byckling 2019.)

### **Mikä on sosiaaliseen mediaan liittyvä työnjako Poliisiammattikorkeakoulun viestinnässä?**

Normaalisti viestinnässä on töissä viestintäpäällikkö sekä kaksi viestintäasiantuntijaa. Tuire Salmi-Hiltunen toimii Poliisiammattikorkeakoulun viestintäpäällikkönä ja ryhmäesimiehenä, ja hänen vastuullaan on toiminnan ja talouden suunnittelu, koordinointi ja kehittäminen. Sosiaalisen median alueella tehtävissä painottuu toiminnan resursointi, yhteistyö palveluntarjoajien kanssa ja toiminnan yhteensovittaminen osaksi Poliisiammattikorkeakoulun markkinointiviestintää. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Bycklingin toimenkuvan pääpaino on sosiaalisessa mediassa, jonka lisäksi siihen kuuluu viestinnällinen koordinointi, suunnittelu ja arviointi. Sosiaaliseen mediaan liittyviä työtehtäviä on viestintätiimin lisäksi suunnittelija Emma Virtasella, jonka päävastuut liittyvät opiskelijarekrytoinnin tapahtumien järjestelyyn. Virtanen toimii vierailujen, rekrytointien ja tapahtumien käytännön organisaattorina. Virtanen ja Byckling hoitavat sosiaalisen median sisällöntuotantoa tekevien opiskelijoiden valinnan, perehdyttämisen ja yhteistyön. Sosiaalisen median sisältöä tuottavat opiskelijat tekevät työstään vapaavalintaisten opintojen projektityön. Sisällöntuottamisen sisällyttämistä opintoihin koordinoi Komisario Juha-Matti Huhta. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Millä tavalla hoidettiin ennen sosiaalista mediaa tehtävät, jotka nykyään hoidetaan sosiaalisen median avulla?**

Poliisiammattikorkeakoulun markkinointiviestinnässä on aina panostettu paljon tapahtumiin kuten messuihin ja vierailuihin. Eri tahojen tekemien tutkimuksienkin mukaan ihmisten kohtaamisella kasvokkain on aina ollut suuri merkitys rekrytoimisessa. Sosiaalinen media on tuonut poliisin ihmisten lähelle ja sen kautta tuonut yhden uuden opiskelijarekrytointikanavan. Sosiaalisen median avulla kaksisuuntainen vuorovaikutus ihmisten ja poliisiammattikorkeakoulun välillä on lisääntynyt. (Salmi-Hiltunen 2019.)

Poliisiammattikorkeakoulun verkkosivut ovat pitkään olleet se paikka, johon on kasattu kaikki tuo tieto, ja minne ihmiset ohjataan usein sosiaalisen median kanavista. Sähköposti, puhelinsoitot ja palauteviestit olivat aikaisemmin hyvinkin aktiivisessa käytössä, mutta nykyään poliisikoulutuksesta kiinnostuneiden kysymykset ohjautuvat enemmän sosiaalisen median kanaviin. Sosiaalinen media ei ole kokonaan syrjäyttänyt mitään ennen sitä käytössä ollutta alustaa, vaan pikemminkin tullut muiden alustojen rinnalle. (Byckling 2019.)

### **Koetteko, että teillä on suuri vaikutus tuotettavaan sisältöön?**

Viestinnän tiimillä on suuri vaikutus sosiaaliseen mediaan tuotettavaan sisältöön. Viestintätiimi mahdollistaa, koordinoi ja tuottaa sisältöä itse viikoittain. Viestinnän tiimi tuottaa Snapchatiinkin sisältöä, mutta muita alustoja harvemmin. Sen lisäksi että tiimi tuottaa itse sisältöä, pidemmällä aikaskaalalla se myös suunnittelee sisältöjä ja arvioi niiden vaikutusta, sekä ohjeistaa sisällöntuottajia tarvittavan sisällön julkaisemisessa. (Byckling 2019.)

Poliisiammattikorkeakoulun viestintäkaleri on kalenteri, johon viestintätiimi suunnittelee sisältöä suhteessa poliisin yleiseen viestintäkaleriin, jonka avulla tulevat valtakunnalliset tapahtumat ja teemat ja niihin liittyvät viestintäsisällöt kellotetaan. Viestintätiimi auttaa sisällöntuottajia tarvittaessa sisältöjen ideoinnissa ja tuottamisessa, mutta ei tällä hetkellä esimerkiksi velvoita sisällöntuottajia etukäteen tarkistuttamaan julkaisujaan viestinnässä. Viestintätiimi on kuitenkin vähintään viikoittain kontaktissa sisällöntuottajien kanssa suunnittelemassa sen viikon sisältöä. (Byckling 2019.)

Viestintätiimi suunnittelee myös, mikä sosiaalisen median kanava olisi paras jonkin tietyn teeman toteuttamiseen. Poliisiammattikorkeakoulun tilit toimivat osana poliisin muuta viestintää. Tämän vuoksi on tärkeää suunnitella sisällön julkaisemista niin, ettei samana päivänä tule kahta toisiltaan huomiota ja painotusta syövää julkaisua. (Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Kuinka näette Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tulevaisuuden ja mitä nykytilanteessa pitäisi muuttaa siihen pääsemiseksi?**

Sosiaalinen media on nopealiikkeinen kanava, jossa trendit ja alustat menevät ja tulevat välillä hyvinkin nopeasti. Tähän sopeutuminen vaatii erityistä työtä sisällöntuottajilta sekä toimintaa organisoivalta viestinnän tiimiltä. Byckling myös koki, että sosiaalisessa mediassa yhä trendikkäämmäksi muodostuu hyvä visuaalinen kerronta, jonka myötä tekstin merkitys vähenee ja kuvien ja videoiden merkitys kasvaa. Poliisiammattikorkeakoulun seuratuimmat kuviin ja videoihin perustuvat sosiaalisen median tilit, Instagram ja Snapchat, ovat spontaanin sisällön alustoja, joiden sisältö ei kuitenkaan aina ole visuaalisesti täydellistä. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Viestintätiimin ja sisällöntuottajien välinen yhteistyö on oleellinen osa alati muuttuvan alan muutoksiin sopeutumista sekä sisällön visuaalisen ilmeen parantamista. Yhteistyön tärkeys korostuu monien eri kanavien elävänä pitämisessä ja sen varmistamisessa, että sisältö sekä toimii eri kohderyhmille että sopii poliisin viestintään. Tämän vuoksi jo tiiviin yhteistyön on tiivistyttävä entisestään, jotta kumpikin osapuoli, viestintätiimi sekä sisällöntuottajat, saavat tekemästään työstä mahdollisimman paljon irti. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

**Koetteko että yhteistyönä muiden tahojen kanssa tuotettu sisältö voisi olla osa Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median suunnitelmaa?**

Poliisilla on Suomessa vahva rooli yhteistyötahona muiden viranomaisten ja kolmannen sektorin toimijoiden kanssa. Usein Poliisilta pyydetään yhteistyötä kaupallisissa tarkoituksissa Poliisin vahvan brändin vuoksi. Yhteistyöt, joissa on kaupallinen tarkoitusperä, eivät kuitenkaan sovi poliisin pirtaan, kuten Byckling asian ilmaisi. (Byckling 2019.)

Poliisiammattikorkeakoulu on tehnyt yhteistyösisältöä aikaisemmin esimerkiksi Youtubeen videoblogeja tekevien suomalaisten tubettajien kanssa. Aina kuitenkin ennen kuin yhteistyösisällön tekemiseen suostutaan, on tärkeää miettiä sisällön yhteiskunnallista merkitystä ja hyötyä. (Salmi-Hiltunen 2019.)

**Mitkä ovat teidän mielestänne Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median merkittävimmät vahvuudet ja heikkoudet?**

Vahva brändi ja kansanläheisyys, jotka ovat tiiviisti kytköksissä toisiinsa, ovat suurimpia Poliisin ja Poliisiammattikorkeakoulun vahvuuksia. Poliisilla on Suomessa vahva olemus ja lähtökohtaisesti poliisin työ kiinnostaa kansalaisia ja se koetaan tärkeänä. Tämän vuoksi sosiaaliseen mediaan on helppo tuottaa sisältöä, koska itse työ ja ala, joihin päivitykset liittyvät, kiinnostavat kansalaisia. Poliisin vahva brändi ei ole kuitenkaan automaatio, vaan se on saatu isolla vaivalla, panostuksella ja laadukkaalla esiintymisellä. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Poliisilla on myös laaja valtakunnallinen organisaatio, josta löytyy kaikenlaisia asiantuntijuuksia. Näitä asiantuntijuuksia voidaan hyödyntää myös Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisessa mediassa. Jos sosiaaliseen mediaan tarvitaan sisältöä esimerkiksi venepoliisitoiminnasta, voidaan soittaa venepoliisille ja kysyä, olisiko kyseistä materiaalia helposti saatavilla. Vahvuuksiin lukeutuvat myös tiivis ja hyvin toimiva

yhteisö, mikä heijastuu sosiaaliseen mediaan tuotettavaan sisältöön, sekä aktiiviset ja monipuolisilla valmiuksilla varustetut opiskelijat. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Poliisiammattikorkeakoulun ja poliisin sosiaalisten medioiden heikkouksia ovat pienet resurssit. Poliisilla, toisin kuin monella muulla toimijalla, ei ole suuria raha- tai henkilöstömääriä käyttää sisällön tuotantoon, mikä lisää yksittäisten henkilöiden kuormitusta huomattavasti. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Poliisilla on myös haasteena poliisiorganisaation koko, joka omalta osaltaan tekee sosiaalisessa mediassa työskentelystä haasteellista. Myös päätöksen teko, kuten uusien sovellusten käyttöönotto, Poliisin kokoisessa organisaatiossa voi joskus viedä huomattavasti pidemmän aikaa kuin muussa yritysmaailmassa. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Mikä on Poliisiammattikorkeakoulujen sosiaalisten medioiden tärkeysjärjestys?**

Poliisiammattikorkeakoulun somealustoilla ei ole varsinaista tärkeysjärjestystä. Toinen alusta on parempi johonkin tehtävään ja jollekin kohderyhmälle kuin joku toinen. Esimerkiksi Snapchat sopii nuoren käyttäjäprofiilinsa, paremman tavoitavuuden ja välittömän luonteensa vuoksi opiskelijamarkkinointiin paremmin kuin LinkedIn. Vastaavasti Snapchat on huonompi sidosryhmätyöskentelyssä kuin siihen tarkoitettu LinkedIn. Tämän vuoksi alustoja ei voi asettaa tärkeysjärjestykseen, vaan jokainen on tärkeä omalla tavallaan ja omassa tehtävässään. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Minkälaisia ihmisiä tarvitaan sisällöntuottajiksi ja mitä ominaisuuksia olette katsoneet nykyisissä sisällöntuottajissa?**

Sisällöntuottajaksi halutaan monenlaisia poliisiopiskelijoita, jotka ovat sosiaalisesti taitavia, heillä on pelisilmää ihmisten kanssa sekä heittäytymiskykyä ja yhteistyötaitoja kaikilla tavoilla. Luonnollisesti pitää myös osata teknisesti käyttää eri sosiaalisen median alustoja, mikä ei ole aina itsestäänselvyys. Avoimuus on myös ominaisuus, mitä katsotaan erityisesti sisällöntuottajissa. Jos jollakin on vahva näkemys siitä, mikä toimii sosiaalisessa mediassa, mutta ei ole valmis muuttamaan tuota näkemystään tullessaan poliisiorganisaation edustajan asemaan, hän ei ole välttämättä oikea ihminen tehtävään. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

## **Viestinnän tiimi valvoo ja ohjaa sisällöntuottajia. Kuka tai mikä ohjaa viestinnän tiimiä?**

Poliisiammattikorkeakoulun viestintä sijoittuu poliisiorganisaatiossa yhteisten palvelujen osaamisalueeseen, jonka esimiehenä toimii hallinnonjohtaja. Poliisihallinnossa Poliisiammattikorkeakoulu vastaa oman toimialansa viestinnästä, ja viestinnän kokonaisvastuu on oppilaitoksen rehtorilla. Viestintätiimi koordinoi ja hoitaa Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän käytännön toimia. Poliisihallinnon kaikkien yksiköiden viestintäammattilaiset muodostavat kiinteässä yhteistyössä toimivan viestintäverkoston. Poliisin viestintä pohjautuu valtionhallinnon viestinnän yleisiin periaatteisiin ja yhteiskunnan turvallisuusstrategiaan. Lisäksi poliisin viestintää ohjaavat Poliisihallituksen antamat ohjeet, joista tärkeimmät ovat poliisin viestintästrategia, poliisin visuaalinen ilme, poliisin viestinnän valmius sekä poliisin sisäisen ja ulkoisen viestinnän käsikirja. Kullakin poliisiyksiköllä, myös Poliisiammattikorkeakoululla, on edellisiin pohjautuvia omia viestintäohjeita ja -suunnitelmia. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

## **Mikä sosiaalisen median alustan hyödyntäminen antaa eniten haasteita?**

Youtube on sosiaalisen median alustoista Poliisiammattikorkeakoululle kaikkein haasteellisin. Youtube kasvattaa koko ajan suosiotaan ja sillä on erittäin paljon käyttäjiä. Haasteeksi Youtube muodostuu siksi, ettei pienillä resursseilla videoita palveluun pystytä tekemään kovinkaan säännöllisesti. Youtube ei myöskään tue selvästi Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tavoitteita, jonka vuoksi siihen panostaminen ei ole ykkösprioriteetti. Tästä syystä Youtube-kanavalla on vain pari videoblogia Poliisiammattikorkeakoululta. Suomen poliisin yhteisellä kanavalla, PoliisiTubessa, on kuitenkin paljon erilaista sisältöä kuten pääsykoevideoita, turvallisuustietoon liittyviä videoita sekä ajankohtaisia aiheita käsitteleviä videoita. 8.8.2019 PoliisiTube-kanavalla on 229 videota. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Millaisia haasteita viestinnällä on ollut sosiaalisen median suhteen?**

Viestinnällä on ollut eniten haasteita pienien resurssien kanssa. Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tiimissä on 3 henkilöä. Jos noista kolmesta henkilöstä on kaksi poissa, se väistämättä näkyy sosiaalisen median kanavien sisällössä ja sisällöntuottajien tukemisessa. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Uusien ideoiden ”myyminen”, kuten Snapchatin lanseeraaminen, on joskus ollut haastavaa. Poliisiorganisaatio on paikoin jäykkä ja vanhoillinen, jonka vuoksi uusien viestintäkanavien tarpeellisuuden perusteleminen voi joskus olla haasteellista nopeasti muuttuvassa mediakentässä. Sosiaalisen median tärkeyttä ei perinteisesti poliisiorganisaatiossa ole välttämättä tiedostettu, minkä vuoksi sen ilosanoman tuominen esille on erityisen tärkeää ja siinä on onnistuttukin. Tiedostamisen eteenpäin viemistä helpottaa nykyään myös sisällöntuotannon saaminen osaksi opintoja, mikä näkyy sisällön määrässä, mutta ennen kaikkea laadussa. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

### **Miten Poliisiammattikorkeakoulu tukee sisällöntuottajia?**

Sosiaalisen median sisällöntuotanto on saatu osaksi opintoja. Se tarkoittaa, että ne opiskelijat, jotka tuottavat sisältöä sosiaaliseen mediaan, saavat tehdystä työstään opintopisteitä vapaavalintaisiin opintoihinsa. Lisäksi opiskelijoilla on mahdollisuus saada koululta puhelin, jolla he voivat tuottaa sisältöä alustoihin, mutta moni opiskelija haluaa tuottaa sisältöä omalla puhelimellaan. Poikkeuksena muihin alustoihin, blogikirjoituksia kirjoittavat opiskelijat saavat blogikirjoituksistaan palkkion. Erikoisjärjestely blogien kanssa johtuu niiden luonteen erilaisuudesta verrattuna muihin alustoihin. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

Tulevaisuudessa ei ole suunnitteilla vähentää sisältöä tuottavien opiskelijoiden tukemista, päinvastoin. Tarkoituksena on vahvistaa ja yhdenmukaistaa jo olemassa olevia käytänteitä. Näitä käytänteitä ovat: uusien sisällöntuottajien rekrytointi, heidän perehdyttämisensä, yhteistoiminta sekä toiminnan raportointi. Jatkossa tavoitteena on entistä enemmän kytkeä Poliisiammattikorkeakoulun opiskelijoiden sisällön tuotanto osaksi poliisiopintoja ja laajentaa sisältöjen aihepiirejä entisestään: sosiaalisen median sisällöt ja merkitys Poliisiammattikorkeakoulussa on paljon muutakin kuin opiskelijarekrytointia. (Byckling & Salmi-Hiltunen 2019.)

## 7.2 SISÄLLÖNTUOTTAJIEN HAASTATTELUT

Poliisiammattikorkeakoululla on tämän opinnäytetyön kirjoitushetkellä 9 sisällöntuottajaopiskelijaa, joista asiantuntijoina tässä haastattelussa on kolme. Haastatellut sisällöntuottajat tuottavat sisältöä Instagramiin tai Snapchatiin. Tämän haastattelun aiheena on sisällöntuottajien kokemukset sisällön tuotannosta ja sen taustatyöstä. Sisällöntuottajat esiintyvät anonyymeinä, jottei heidän vastauksiaan pysty yksilöimään. Haastattelu toteutettiin lomakehaastatteluna.

### **Mikä sai sinut lähtemään Poliisiammattikorkeakouluun ja mukaan koulun sosiaalisen median toimintaan?**

Kaikilla haastateltavilla poliisin ammatti oli ollut jo pidempään suunnitelmissa ennen hakemista. Poliisin ammatti kiinnosti heitä sen merkityksellisyyden ja ihmisten auttamismahdollisuuksien vuoksi. Osa haastateltavista oli miettinyt ja osa jo kerennyt opiskella muita aloja, mutta loppujen lopuksi päätyneet ratkaisuun, että he haluavat poliisiksi. Poliisin tarjoamat lukuisat eri suuntautumismahdollisuudet sekä työn tapahtumarikkaus olivat suuria tekijöitä kouluun hakupäätöksessä. (Sisällöntuottajat 2019.)

Haastateltavat lähtivät mukaan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toimintaan sen vuoksi, että he saisivat tilaisuuden jakaa informaatiota ja antaa motivaatiota hakuprosessissa oleville ihmisille, sillä he itsekin saivat niitä oman hakuprosessinsa aikana. Sisällöntuottajan tehtävä vaikutti mielenkiintoiselta, monipuoliselta sekä mielekkäältä lisältä opintoihin ja siinä saa tilaisuuden edistää poliisiorganisaation tekemistä helpommin lähestyttävämmäksi. (Sisällöntuottajat 2019.)

Eräs sisällöntuottaja kokee sosiaalisen median tilin eräänlaisena muistovarastona, minne opiskeluaikasta jää konkreettisia muistoja tilanteista ja hetkistä kuvina ja videoina. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Onko sinulla aikaisempaa kokemusta sisällön tuottamisesta jollekin toiselle toimijalle?**

Suurimalla osalla sisällöntuottajista ei ole aikaisempaa kokemusta sisällön tuotannosta jollekin toiselle toimijalle. Yksi sisällöntuottaja on kuitenkin tuottanut satunnaisesti sisältöä harrastustiiminsä Instagram-tilille. (Sisällöntuottajat 2019.)



**Oletko saanut erillistä koulutusta tai ohjausta sosiaalisen median sisällöntuotantoon ja jos olet, millaista?**

Sisällöntuottajille ei ole järjestetty erikseen koulutusta sisällön tuotantoon. Poliisiammattikorkeakoulussa on käyty läpi yleisellä tasolla pelisääntöjä sosiaalisessa mediassa esiintymiseen ja sinne laitettaviin kuviin ja videoihin liittyen. Viestinnän tiimi piti sisällöntuottajille aloitustilaisuuden, jossa heidän kanssaan käytiin läpi Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisten medioiden kanavien ja tilien sääntöjä ja ohjeita. Joissain kokouksissa paikalla on ollut myös edeltäviä sisällöntuottajia viestinnän tiimin lisäksi. (Sisällöntuottajat 2019.)

**Oletko joutunut luomaan siviiliminästäsi eroavan somepersoonan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalista mediaa varten? Eroavatko nuo persoonat toisistaan?**

Sisällöntuottajien ei ole tarvinnut luoda Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisten medioiden tileillä esiintymistä varten heidän omasta persoonastaan erottuvia persoonia. Suurin osa haastatelluista sisällöntuottajista ei ole itse aktiivisesti sosiaalisessa mediassa, jonka vuoksi heille ei ole syntynyt erillistä persoonaa sosiaaliseen mediaan. (Sisällöntuottajat 2019.)

Sosiaalisessa mediassa täytyy miettiä mitä sanoo ja miten sen sanoo, etenkin kun on kyse poliisiorganisaation ja Poliisin edustamistehtävästä. Vaikka sisällöntuottajat eivät koe, että sisällöntuottajana toimiminen olisi muuttanut heidän persooniansa, tehtävä tuo luonnollisesti heistä jokaisesta ammatillisemman minän esille. Instagramiin päivitettävä sisältö on pitkälti kuvia, jonka vuoksi sen päivittämisestä vastaava haastateltu ei koe, että päivittäjän oma persoona voi tulla siitä paljoakaan esille. (Sisällöntuottajat 2019.)

**Koetko, että Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisessa mediassa on epäkohtia? Mitä niiden muuttamiseksi olisi tehtävä?**

Materiaali on tyyliltään hyvin vaihtelevaa, ja välillä viihde on mennyt tarvittavan virkamiesmäisyyden edelle. Vaihteleva materiaali on hyvä asia, mutta se herättää aika-ajoin kriittistä keskustelua niin koulun sisällä opiskelijoiden keskuudessa kuin koulun ulkopuolella seuraajien keskuudessa. Erityisesti uusilla opiskelijoilla, ja heistä valikoituvilla sisällöntuottajilla, tarpeellisen virkamiesmäisyyden sisällyttäminen kuviin ja videoihin voi toisinaan olla haasteellista muistaa. (Sisällöntuottajat 2019.)

Sisällöntuottajat toteavat, että sisällön virkamiesmäisyyden ja viihteellisuuden vaihtelevuuden tasoittamiseksi ylemmältä taholta, kuten viestinnästä, voisi tulla linjaus, jossa määriteltäisiin se, kuinka paljon taiteellista vapautta sisällössä saa käyttää. Tämän lisäksi uusien ideoiden hyväksyttäminen viestinnän tiimillä voisi tehdä sisällöstä yhtenäisempää ja estää sen, että sisällöstä tulisi yhtäkkiä liian viihteellistä. Uusia sisällöntuottajia rekrytoitaessa ja kouluttaessa on tärkeää painottaa sitä, mitä organisaatiota he ovat tulossa edustamaan ja minkä tyylistä sisältöä heidän tulisi päivittää. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Mitkä ovat Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisten medioiden vahvuudet?**

Poliisiammattikorkeakoulun suurin vahvuus on sen helppo lähestyttävyyys. Sosiaalisen median tultua osaksi Poliisiammattikorkeakoulun viestintää kynnys esittää kysymyksiä on madaltunut huomattavasti verrattuna sähköposti- tai puhelintiedusteluihin. Etenkin Snapchatin etuihin lukeutuu kysymisen helppous ja usein välittömän, melkein keskustelutahtisen, vastauksen saaminen. Sovelluksissa kysymysten esittäminen suoraan sisällöntuottajille tekee niiden esittämisestä paljon henkilökohtaisempaa, ja kysymyksen esittäjällä on turvatumpi olo, sillä hän tietää vain yhden henkilön vastaavan kysymykseen, eikä kysymys kierrä monen henkilön kautta. (Sisällöntuottajat 2019.)

Yhdeksi vahvuudeksi voi lukea myös kanavien monipuolisuuden. Esimerkiksi Snapchatissa, Instagramissa ja Facebookissa on kaikissa eri-ikäinen seuraajakunta, jonka vuoksi eri-ikäisten tavoittamiseen ei tarvitse nähdä erityisen paljoa vaivaa. Useiden eri käytössä olevien kanavien avulla tavoitettavissa oleva seuraajamäärä kasvaa huomattavasti. Sosiaalisen median avulla Poliisiammattikorkeakoulu on saatavilla siellä missä ihmisetkin ovat, etenkin nuoret. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Millaista tukea olet saanut tai toivot saavasi Poliisiammattikorkeakoululta sisällöntuotantoon liittyen?**

Poliisiammattikorkeakoulu on tukenut sisällöntuottajia virallisissa asioissa, kuten sosiaalisen median toimintaohjeiden ja -sääntöjen läpikäynnissä, mutta pitkälti varsinainen sosiaalisen median toiminta on itseohjautuvaa. Edelliset sisällöntuottajat ovat tukeneet paljon heidän jälkeensä tulleita sisällöntuottajia. Poliisiammattikorkeakoulu on antanut sisällöntuottajille puhelimet, joita he voivat halutessaan käyttää sisällöntuotantoon. Viestinnän tiimi on tarjoutunut auttamaan myös varsinaisessa sisällöntuotannossa. Mikäli sisällöntuottajalla on raskaampi viikko, viestintä on

tarjoutunut tuuraamaan sisällöntuottajaa raskaamman viikon ajan vastailemalla sovelluksissa tullessiin kysymyksiin ja päivittämällä sen sisältöä. (Sisällöntuottajat 2019.)

Sisällön tuotantoa voisi tukea tarjoamalla enemmän mahdollisuuksia poliisikoulutuksen esittelemiseen. Esimerkiksi opettajat voisivat olla suuremmassa roolissa tarjoamassa mahdollisuuksia ja ehdottomassa kuvattavia kohteita oppitunneiltaan. Aina ei ole, eikä ole ollut, paljoa sisällöntuottajia, mutta mikäli sisällöntuottajien määrä on suuri, tiimillä tulisi olla ohjaaja, joka koordinoi toimintaa ja ohjaa tiimiä. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Koetko, että sisällöntuottajana toimiminen kasvattaa sinua poliisin ammattiin?**

Kyllä. Sisällöntuottajana toimiminen antaa perspektiiviä omaan toimintaan ja siihen, miltä toiminta näyttää ulospäin muille ihmisille. Kaikki poliisin roolissa tapahtuva kommunikointi valmistaa tulevaa ammattia ja siinä toimimista varten. Sosiaalinen media tekee sisällöntuottajista myös rohkeampia ja avoimempia sekä avaa uusia ovia kasvotusten tapahtuviin esiintymistilanteisiin, kuten tapahtumiin. (Sisällöntuottajat 2019.)

Sisällöntuottajana toimiminen valmistaa myös tulevassa työelämässä mahdollisesti ilmeneviin kansalaisten reaktioihin. Sosiaalisessa mediassa kysymysten muodossa tai vihamielisesti lähestyvät henkilöt auttavat näkemään monenlaisia asenteita ja opettavat reagoimaan erilaisiin oikeassa työelämässä mahdollisesti vastaan tuleviin tilanteisiin. Sisällöntuottajana joutuu myös miettimään aktiivisesti opintojen salassa pidettäviä osioita, joita ei saa julkaista sosiaalisessa mediassa. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Mitkä asiat ovat olleet haastavia ja mitkä helppoja sisällön tuottamisessa?**

Haastavinta sisällön tuotannossa on varsinaisen sisällön keksiminen. Haastavaa siitä tekee se, ettei sisältö toistaisi itseään verrattuna toisten sisällöntuottajien aikaisempaan materiaaliin. Etenkin jos opinnoissa on ”tylsempi” vaihe menossa, säännöllisen ja mielenkiintoisen sisällön keksiminen aiheuttaa välillä päänvaivaa. Ajankäyttö on myös yksi haasteista, sillä esimerkiksi välillä tehtävät vastaus-kysymys -osiot vievät todella paljon aikaa. Omalla naamalla puhuminen niin suurelle seuraajamäärälle kuin Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tileillä on seuraajia, oli alkuun hankalaa, mutta ajan kanssa siihenkin tottui nopeasti. (Sisällöntuottajat 2019.)

Helpointa on kommunikointi niin toisten sisällöntuottajien kuin seuraajienkin kanssa. Snapchatissa on helppoa olla läsnä ja vastata siellä tuleviin kysymyksiin tehokkaasti, varsinkin jos on pari, jonka kanssa hoitaa sisällöntuottajan tehtävää. (Sisällöntuottajat 2019.)

### **Kuinka koulun henkilökunta ja muut opiskelijat ovat suhtautuneet tekemääsi työhön?**

Koulun henkilökunta sekä muut opiskelijat suhtautuvat sosiaalisen median toimintaan pitkälti positiivisesti. Aika-ajoin kuvien ja videoiden ottamista kuitenkin ihmetellään sekä toiminnasta annetaan kyseenalaista palautetta. Tunnilla kuvien ja videoiden ottaminen ei ole häirinnyt opettajia, kunhan asian on vain ottanut puheeksi tunnin alussa ja pyytänyt lupaa kuvaamiseen. Luvan yleensä sai, mikäli tunneilla ei käsitelty salassa pidettävää aihetta. (Sisällöntuottajat 2019.)

Toiset opiskelijat ovat suhtautuneet sosiaalisen median toimintaan lähtökohtaisesti positiivisesti. Heiltä saatu palaute on positiivista, ja usein heiltä saakin apua esimerkiksi kuvien ottamisessa sekä niissä mallinnukkena toimimisessa. Joskus toiset opiskelijat antavat kuitenkin kriittistä palautetta sisällöstä. (Sisällöntuottajat 2019.)

## 8 LOPPUYHTEENVETO

Opinnäytteen ensimmäisen osion, teoriaosuuden, tarkoitus oli antaa lukijalle vankka teorianäytteen pohjalta Poliisiammattikorkeakoulun tämän hetkisestä sosiaalisen median toiminnasta ja vaikutusalasta sekä siinä tapahtuneesta kehityksestä muutaman viime vuoden aikana. Teoriaosuuden luettuaan lukijalla on selkeä käsitys Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kanavien laajuudesta, ajatus sosiaalisen median vaikutuksesta Poliisiammattikorkeakoulusta syntyneisiin mielikuviin ja kuva kanavien roolista osana rekrytointiprosessia. Teoriaosuuden luotettavuus syntyy alkuperäislähteistä saadulla tiedolla ja tarkalla lähdeluettelolla, jonka avulla lukija voi halutessaan tutustua lähteisiin laajemmin ja syvemmin. Poikkeuksen muodostavat vielä toistaiseksi julkaisematon Poliisiammattikorkeakoulu sosiaalisessa mediassa -koonti ja poliisihallinnon intranetti Sinetissä oleva hakijakyselyraportti, joihin poliisihallinnon ulkopuolinen lukija ei pääse käsiksi.

Poliisiammattikoulussa teetetty hakijakysely osoittaa todeksi sen väitteen, että sosiaalisen median kanavilla on suuri vaikutus koulun rekrytointiprosessissa. Tämä kävi selvästi ilmi jo tätä opinnäytetyötä varten tehdyssä suppeassa analyysissä.

Opinnäytteen toisessa osiossa kerroin omista kokemuksistani sekä historiastani nuortenohjelma Summerin sisällöntuottajana. Toisen osion jälkeen lukijalla on käsitys siitä, miksi lähdin mukaan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median sisällöntuottajaksi, mikä sisällössä oli mielestäni ongelmana, miten lähdin muuttamaan sisällöntuotantoperiaatteita sekä miten Snapchat-seuraajat reagoivat muutokseen. Toisen osion luotettavuuden luon tuomalla esiin ammattitaitoni sekä sen, mistä ja miten olen ammattitaitoni kerryttänyt.

Opinnäytetyön kolmas osio koostui Poliisiammattikorkeakoulun viestintäpäällikön, viestintäasiantuntijan ja kolmen sisällöntuottajan haastatteluista. Kolmannen osion jälkeen lukijalla on ymmärrys roolituksesta sosiaalisen median kanavien työnjaossa, selkeä kuva Poliisiammattikorkeakoulun viestinnän tiimin tehtävistä sosiaalisen median kokonaisuudessa ja sisällöntuottajien ajatuksista Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisesta mediasta ja tehtävästään sen pyörittäjänä. Haastattelukysymykset olivat muodossa, jossa kokonaisuudessaan lausein vastaaminen oli edellytys. Kokonaisuudessaan lausein vastaaminen toi luotettavasti ja aidosti esiin haastateltavien omia mielipiteitä ja asiantuntijuutta aiheesta.

Haastattelut on litteroitu kokonaisuudessaan opinnäytetyöhön ja hyväksytetty haastateltavilla ennen lopullista muotoaan. Tällä varmistetaan se, että haastateltavien mielestä heidän sanomansa asiat ja mielipiteet tulevat opinnäytetyössä ilmi niin kuin he ovat tarkoittaneetkin. Haastateltavina oli yhteensä viisi Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toiminnassa mukana olevaa henkilöä. Kaiken kaikkiaan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median toiminnassa on mukana 12 henkilöä, mihin perustuen haastatteluiden kattavuusprosentti on 42 %. Suuren kattavuusprosentin ja haastatteluiden litteroinnin haastateltavilla tarkistuttamisen ansiosta haastattelujen luotettavuus nousee korkealle.

Kolmatta osiota olisi voinut kehittää teettämällä kyselyn sosiaalisen median kanavien seuraajille. Seuraajakysely olisi laajentanut opinnäytetyön luomaa holistista kuvaa Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisesta mediasta, ja holistisen kuvan laajentamisen lisäksi seuraajakysely olisi todennäköisesti tukenut hakijakyselyn tuloksia. Seuraajakyselyn tuottamisen ja hyvän onnistumisprosentin saamisen haasteellisuuden vuoksi seuraajakysely jäi tämän opinnäytetyön ulkopuolelle. Onnistumisprosenttia olisi voinut korottaa vastaajien kesken arvottavalla palkinnolla, mutta tämä opinnäytetyö oli tarkoitus toteuttaa rahatta.

Tapaustutkimusmenetelmän valinta tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi oli onnistunut. Tapaustutkimuksen tavoite on luoda lukijalle kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Teoriaosuuden, haastatteluiden ja henkilökohtaisen osion luoma kokonaisuus on tarkoituksenmukainen, ja lukija, jolla ei ole mitään ennakkotietoa aiheesta, saa opinnäytteen avulla selkeän kuvan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median kokonaisuudesta. Tapaustutkimus on myös monimenetelmällinen tutkimus, mikä tarjoaa tutkijalle suuremman työkaluarsenaalin opinnäytetyön teoriapohjan kasaamiseen. Monimenetelmällisyyttä olisi voinut hyödyntää laajemmin esimerkiksi teettämällä kvantitatiivinen seuraajakysely esimerkiksi Instagramissa. Seuraajakysely ei kuitenkaan olisi tarjonnut opinnäytetyön tavoitteiden kannalta merkittävää parannusta tutkimustietoon.

Teoriatiedon keruutapojen, lähteiden sekä haastatteluiden kokonaistoteuttamisen ansiosta opinnäytetyön luotettavuus nousee kokonaisarvostelussa korkealle ja opinnäytetyötä voidaan pitää kokonaisuutena luotettavana.

## LÄHTEET

Byckling, Anna 2019: Poliisiammattikorkeakoulun viestintäasiantuntija. Snapchatin seuraaja- ja julkaisutiedot. Sähköposti 19.07.2019.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Osuuskunta Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/fi/book/978-951-768-035-6>

Hyvärinen, Matti; Nikander, Pirjo & Ruusuvuori, Johanna 2017: Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Osuuskunta Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/fi/book/9789517686112>

Instagramin lehdistösivut. Introducing Instagram Stories. Luettavissa: <https://instagram-press.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/> Luettu 17.08.2019

Kananen, Jorma 2013: Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja.

Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut. Imagotutkimus 2018 -tiedote. Luettavissa [https://www.polamk.fi/polamk\\_tiedottaa/1/0/imagotutkimus\\_nuoret\\_arvostavat\\_polamk\\_in\\_korkeakoulujen\\_karkikastiin\\_69915](https://www.polamk.fi/polamk_tiedottaa/1/0/imagotutkimus_nuoret_arvostavat_polamk_in_korkeakoulujen_karkikastiin_69915) Luettu 06.08.2019

Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut. Imagotutkimus 2019 -tiedote. Luettavissa: [https://www.polamk.fi/polamk\\_tiedottaa/1/0/imagotutkimus\\_nuoret\\_arvostavat\\_poliisikoulutuksen\\_korkeakouluvertailun\\_karkeen\\_79856](https://www.polamk.fi/polamk_tiedottaa/1/0/imagotutkimus_nuoret_arvostavat_poliisikoulutuksen_korkeakouluvertailun_karkeen_79856) Luettu 06.08.2019

Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut. Koulutus uudistus 2014. Luettavissa: [https://www.polamk.fi/koulutus uudistus\\_2014](https://www.polamk.fi/koulutus uudistus_2014) Luettu: 09.07.2019.

Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut. Toimintakertomus 2017, viestintäosio. Luettavissa [https://www.polamk.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/intermin/embeds/polamkwwwstructure/68407\\_Toimintakertomus\\_2017\\_allekirjoitettu.pdf?aa97aa440da3d688](https://www.polamk.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/intermin/embeds/polamkwwwstructure/68407_Toimintakertomus_2017_allekirjoitettu.pdf?aa97aa440da3d688) Luettu 24.07.2019.

Poliisiammattikorkeakoulun kotisivut. Toimintakertomus 2018, viestintäosio. Luettavissa [https://www.polamk.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/intermin/embeds/polamkwwwstructure/78354\\_Toimintakertomus\\_2018.pdf?5035a8440da3d688](https://www.polamk.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/intermin/embeds/polamkwwwstructure/78354_Toimintakertomus_2018.pdf?5035a8440da3d688) Luettu 24.07.2019.

Salmi-Hiltunen, Tuire & Byckling, Anna 2019: Poliisiammattikorkeakoulun viestintäpäällikkö & viestintäasiantuntija. Haastattelu 17.07.2019.

Salmi-Hiltunen, Tuire 2019: Poliisiammattikorkeakoulu sosiaalisessa mediassa -koonti.  
19.08.2019 julkaisematon lähde. Sähköposti 09.08.2019

Silfversten, Noora 2018: Poliisiammattikorkeakoulun hakijakysely 2018 -raportti.  
Poliisihallinnon intranet Sinetti. Sisäinen lähde. Luettavissa:  
<https://sinetti.poliisi.fi/o/polamk/strategia/> (Linkki lyhennetty) Luettu 19.08.2019.

Sisällöntuottajat 2019: Poliisiammattikorkeakoulun sisällöntuottajaopiskelijat.  
Haastattelu 13.08.2019.

Taloustutkimus Oy, 2018: Korkeakoulujen imago -tutkimus. Taloustutkimus Oy 2018.



## LIITTEET

### VIESTINNÄN TIIMIN HAASTATTELUN RUNKO

- Kuinka olette päätyneet nykyisiin tehtäviinne ja oletteko saaneet koulutusta poliisin sosiaalisen median käyttöön?
- Mikä on sosiaaliseen mediaan liittyvä työnjako Poliisiammattikorkeakoulun viestinnässä?
- Millä tavalla hoidettiin ennen sosiaalista mediaa tehtävät, jotka nykyään hoidetaan sosiaalisen median avulla?
- Koetteko, että teillä on suuri vaikutus tuotettavaan sisältöön?
- Kuinka näette Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median tulevaisuuden ja mitä nykytilanteessa pitäisi muuttaa siihen pääsemiseksi?
- Koetteko että yhteistyönä muiden tahojen kanssa tuotettu sisältö voisi olla osa Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median suunnitelmaa?
- Mitkä ovat teidän mielestänne Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisen median merkittävimmät vahvuudet ja heikkoudet?
- Mikä on Poliisiammattikorkeakoulujen sosiaalisten medioiden tärkeysjärjestys?
- Minkälaisia ihmisiä tarvitaan sisällöntuottajiksi ja mitä ominaisuuksia olette katsoneet nykyisissä sisällöntuottajissa?
- Viestinnän tiimi valvoo ja ohjaa sisällöntuottajia. Kuka tai mikä ohjaa viestinnän tiimiä?
- Mikä sosiaalisen median alustan hyödyntäminen antaa eniten haasteita?
- Millaisia haasteita viestinnällä on ollut sosiaalisen median suhteen?
- Miten Poliisiammattikorkeakoulu tukee sisällöntuottajia?

### SISÄLLÖNTUOTTAJIEN HAASTATTELUN RUNKO

- Mikä sai sinut lähtemään Poliisiammattikorkeakouluun ja mukaan koulun sosiaalisen median toimintaan?
- Onko sinulla aikaisempaa kokemusta sisällön tuottamisesta jollekin toiselle toimijalle?
- Oletko saanut erillistä koulutusta tai ohjausta sosiaalisen median sisällöntuotantoon ja jos olet, millaista?

- Oletko joutunut luomaan siviiliminästäsi eroavan somepersoonan Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalista mediaa varten? Eroavatko nuo persoonat toisistaan?
- Koetko, että Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisessa mediassa on epäkohtia? Mitä niiden muuttamiseksi olisi tehtävä?
- Mitkä ovat Poliisiammattikorkeakoulun sosiaalisten medioiden vahvuudet?
- Millaista tukea olet saanut tai toivot saavasi Poliisiammattikorkeakoululta sisällöntuotantoon liittyen?
- Koetko, että sisällöntuottajana toimiminen kasvattaa sinua poliisin ammattiin?
- Mitkä asiat ovat olleet haastavia ja mitkä helppoja sisällön tuottamisessa?
- Kuinka koulun henkilökunta ja muut opiskelijat ovat suhtautuneet tekemääsi työhön?