

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Suvi Kettunen

SOSIAALINEN MEDIA KOULUTUSORGANISAATION KANSAIN-
VÄLISEN TOIMINNAN TUkena

Opinnäytetyö
Helmikuu 2013



OPINNÄYTETYÖ

Matkailun koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. 050 311 3610

Tekijä
Suvi Kettunen

Nimeke
Sosiaalinen media koulutusorganisaation kansainvälisen toiminnan tukena

Toimeksiantaja
Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian kansainvälisten asioiden toimisto

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää, mitä sosiaalisen median palveluja koulutusorganisaatiot voivat käyttää kansainvälisen toimintansa tukena. Työn tarkoituksena oli tutustua sosiaalisen median kenttään v. 2012–2013 ja etsiä palveluja, joista on hyötyä toimeksiantajalle, koulutuskuntayhtymä Omnian kansainvälisten asioiden toimistolle, ja sen toiminnalle.

Tietoperustassa esitellään sosiaaliseen mediaan liittyviä käsitteitä, pohditaan sosiaalisen median kentän nopeaa muutosalttiutta ja havainnollistetaan tilastoin eri-ikäisten suomalaisten sosiaalisen median käyttötottumuksia. Lisäksi käsitellään koulutusorganisaatioiden ja työelämän asennoitumista sosiaalisen median käyttöön.

Sosiaalinen media tarjoaa organisaatioille suoran viestintäväylän jo olemassa oleville ja potentiaalisille asiakkaille. Työyhteisön sisäisen toiminnan välineeksi palvelut tarjoavat esimerkiksi julkaisu- ja tallennuspalveluita, yhteisöjä, pikaviestimiä, sisällönjakokanavia sekä mahdollisuuden ilmaisvideoneuvotteluihin ja yhteisten dokumenttien luontiin.

Toiminnallisessa osuudessa on selvitetty sosiaalisen median palvelujen käyttötarkoituksia. Selvityksen aikana tutustuttiin yli 80 palveluun, joista valikoitui käyttökokemuksiin ja toimiviin esimerkkeihin perustuen 35 Omnian kansainvälisten asioiden toimiston kannalta hyödyllisintä. Tuotoksena syntyi Omnian käyttöön manuaali, PDF-tiedosto, jossa esitellään kyseisten palvelujen toimintaperiaatteet ja ideoidaan, kuinka palveluja voidaan hyödyntää kansainvälisten asioiden toimiston työssä. Ideoiden pohjalta käyttöön otettavat palvelut tullaan kirjaamaan Omnian kansainvälisten asioiden toimiston markkinointisuunnitelmaan, joka on tekeillä opinnäytetyönä Metropolia Ammattikorkeakoulussa. Työ antaa eväitä myös Omnian globaalien verkostojen viestintäsuunnitelman kehittämiseksi.

Kieli

suomi

Sivuja 46

Liitteet 1

Asiasanat

Sosiaalinen media, Web 2.0, koulutusorganisaatio, kansainvälisyys, avoimuus, vuorovaikutus, verkostoituminen



THESIS
February 2013
Degree Programme in Tourism
Länsikatu 15
FI 80110 JOENSUU
FINLAND
Tel. 050 311 3610

Author
Suvi Kettunen

Title
Social Media as a Supportive Tool in International Activities within an Educational Organisation
Commissioned by
International Office of Omnia, The Joint Authority of Education in Espoo Region

Abstract
The purpose of this thesis was to study which social media services educational organizations could use as a supportive tool in their international activities. The main goal of this study was to investigate the profile of social media services in 2012–2013, and which services would be most beneficial for the commissioner, the International Office of Omnia Joint Authority of Education, and for their activities.

The knowledge base of this study focuses on defining the concept of social media, discussing the rapid changes in social media landscape, and on the attitudes Finnish people, educational organizations and working life have towards the use of social media.

Social media offers organizations a tool with which they can connect and communicate with their existing and potential customers. For internal communication within the organization, social media offers platforms for publishing, convenient saving and storage solutions, and the ability to share information. Organizations also benefit from networking sites, free video calls and virtual meetings, together with instant messaging and making collaborative documents and projects.

The practice-base of this study dealt with over 80 social media services, of which 35 services, which were based on experiential research, were selected for further investigation and description. The study resulted in a written manual which includes a description of the principles of each selected social media service. The commissioner can benefit the ideas and guidelines how to make use of the services and how to develop their activities. This thesis provides ideas for the upcoming marketing strategy in the International Office of Omnia, and for the development of the communication strategy in the future.

Language

Pages 45

Finnish

Pages of Appendices 1

Keywords

social media, Web 2.0, educational organization, internationality, transparency, interaction, networking

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto.....	5
2	Toimeksiannosta toteutukseen	6
2.1	Espeen seudun koulutuskuntayhtymä Omnia.....	6
2.2	Toimeksiannon tausta.....	7
3	Käyttäjälähtöinen ja vuorovaikutuksellinen media.....	9
3.1	Sosiaalinen ja yhteisöllinen media	9
3.2	Web. 2.0	12
3.3	Palvelujen jaottelu.....	13
4	Sosiaalinen media koulutusorganisaation toiminnassa.....	15
4.1	Nuoret sosiaalisen median edelläkävijöinä	15
4.2	Työkaluja työelämään	19
4.3	Suosituksset ja ohjeistukset koulutusorganisaatioiden sisällä	22
4.4	Sosiaalisen median ylläpidon haasteita	24
5	Avainsanana käytettävyys	25
5.1	Opinnäytetyön viitekehys	25
5.2	Manuaalin rakenne	27
5.3	Menetelmälliset valinnat.....	28
5.4	Luotettavuus ja eettisyys.....	29
6	Manuaalin sisältö	30
6.1	Ideoita ja työvälineitä toiminnan tueksi	30
6.2	Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut.....	31
6.3	Blogipalvelut ja julkaisualustat	32
6.4	Esites- ja toimistotyökalut.....	34
6.5	Sisällönjakopalvelut	34
6.6	Tallennus- ja yhteisdokumentointialustat	35
6.7	Pikaviestimet sekä audio- ja neuvotteluvälineet.....	36
6.8	Mobiilisovellukset ja paikannuspalvelut.....	37
6.9	Yhteenveto ja päätelmät	38
7	Tuloksista tulevaan	39
7.1	Pohdinta.....	39
7.2	Web 3.0 ja tulevaisuus.....	41
	Lähteet.....	44

Liitteet

Liite 1 Sosiaalisen median palveluja koulutusorganisaation kansainvälisyystoiminnan tueksi (ei julkaista)

1 Johdanto

Sosiaalisen median ajatellaan yleensä tarkoittavan Facebookia ja muita rekisteröitymisen vaativia yhteisöpalvelimiä, joissa jaetaan ajatuksia ja seurataan toisten ihmisten elämää. Todellisuudessa sosiaalisen median kenttä on laaja, ja useista sen palveluista voidaan löytää hyödyllisiä työvälineitä organisaatioiden toiminnalle. Sosiaalisen median palvelut ovat toimivia viestinnän ja yhteistyön välineitä erityisesti kansainvälisissä yrityksissä. Tieto- ja viestintäteknikoita hyödynnetään työpaikoilla yhä enemmän, mutta erityisesti nuoret ovat harjaantuneet käyttämään virtuaalimaailmoja (Opetushallitus 2012a, 1). Tavoittaakseen nuoret koulutusorganisaatioiden on mentävä sinne, mistä nuoret parhaiten tavoitetaan.

Toiminnallisen opinnäytetyöni aiheena oli selvittää toimeksiantajan, Espoon koulutuskuntayhtymä Omnian kansainvälisten asioiden toimiston, työntekijöille, millaisia sosiaalisen median palveluja he voisivat käyttää toiminnassaan apuna. Toimeksiantajan edustajilla on halu toimia sosiaalisessa mediassa aktiivisesti, ja työltäni he toivoivat eväitä käytön aloittamiseen. Aloin tutustua aiheeseen syventävän ammattikorkeakouluharjoitteluni aikana keväällä 2012. Rakensin tuolloin Omnian ulkomaille lähteille työssäoppijoille tarkoitetut Wikispaces-sivustot, joista he löytävät tarvitsemansa informaation ja lomakkeet vaihtoprosessinsa tueksi. Syksyn 2012 ajan tein selvitystä, jonka aikana tutustuin järjestelmällisesti noin 80–90:een sosiaalisen median palveluun. Näistä palveluista 35:llä on potentiaalista hyötyä koulutusorganisaation kansainvälisen toiminnan kannalta.

Opinnäytetyön tietoperustassa selitän aluksi sosiaaliseen mediaan eli someen liittyviä käsitteitä ja tuon esille aiheen taustaa ja tilastoja. Tietoperustassa käsitelen myös koulutusorganisaatioiden ja työelämän asennoitumista sosiaalisen median käyttöön sekä sitä, millaisia haasteita sosiaalisen median käytöllä voi olla organisaation toiminnalle.

Toiminnallisen osuuden tuloksena syntyi Omnian käyttöön konkreettinen manuaali (liite 1), jossa esittelen valitsemieni palvelujen käyttötarkoituksia ja annan ideoita, miten palveluja voitaisiin hyödyntää toimeksiantajan työn tukena. Manuaalia ei tehty julkiseksi asiakirjaksi, vaan Omnian sisäiseen käyttöön. Työn lopuksi kuvaan opinnäytetyöprosessini etenemistä sekä esittelen manuaalin sisältöä ja selvitykseni tuloksia.

2 Toimeksiannosta toteutukseen

2.1 Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnia

Toimeksiantaja on Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian kansainvälisten asioiden toimisto, jossa opinnäytetyötä on ohjannut Omnian kansainvälisyyskoordinaattori Riia Lamminpää. Espoon seudun koulutuskuntayhtymä on ammatillisen koulutuksen järjestäjäorganisaatio, johon kuuluvat Espoon, Kirkkonummen ja Kauniaisen alueen ammattiopistot ja ammatillisen koulutuksen järjestäjät. Omniassa on 700 työntekijää ja 10 000 opiskelijaa. Henkilökunnasta 63 % toimii opetustehtävissä, ja 73 % koko henkilöstöstä on vakituisessa virkattai työsuhteessa. Henkilökunnan keski-ikäsi on arvioitu 45,5 vuotta. (Espoon koulutuskuntayhtymä Omnia 2012.) Omnian kansainvälisten asioiden toimistossa työskentelee vakituisesti seitsemän työntekijää: päällikkö, neljä koordinaattoria ja kaksi assistenttia. Näiden lisäksi kolme työntekijää tekee töitä kansainvälisten projektien parissa. (Heikkinen & Kemppainen 2012, 1.)

Koulutuskuntayhtymällä on viisi tulosyksikköä: ammattiopisto, aikuisopisto, oppisopimustoimisto, nuorten työpajat ja InnoOmnia. InnoOmnia on Omnian organisaatioon kuuluva ja sen tiloissa toimiva eri alojen asiantuntijuuden yhdistämiseen perustuva osaamiskeskus, johon kuuluu kädentaitajia, palveluyrityksiä, opiskelijoita ja valmentajia. InnoOmnia koostuu eri tiimikokonaisuuksista. Näitä ovat osaamisen kehittäminen, yrittäjyys ja kumppanuudet, globaalit verkostot, palveluverkostot, hankepalvelut ja asiakkuudet. Kaikille yhteinen toimintaympä-

ristö mahdollistaa yhteistyön ja uusien toimintamallien syntyminen eri toimijoiden välillä. InnoOmnian globaalit verkostot koordinoi Omnian kansainvälistä toimintaa. (Heikkinen & Kempainen 2012, 1.) Kansainvälisten asioiden toimisto, jossa tein syventävän harjoittelun, kuuluu siis osaksi InnoOmniaa. Kansainvälisten asioiden toimistosta käytetään myös yleisesti nimeä kv-toimisto.

2.2 Toimeksiannon tausta

Ajatus opinnäytetyöni aiheesta nousi syventävän harjoitteluni aikana Espoon koulutuskuntayhtymä Omnian kansainvälisten asioiden toimistossa keväällä 2012. Idea tuli toimeksiantajalta, joka piti sosiaalista mediaa ajankohtaisena aiheena ja uskoi siitä olevan hyötyä sekä minulle että kv-toimistolle. Toimeksiantaja halusi selvittää, mitä erilaisia sosiaalisen median kanavia on olemassa. Kv-toimiston henkilökunta olisi valmis ottamaan kanavia käyttöönsä, mikäli ilmenee, että jostain palvelusta on heille todellista hyötyä.

Omnian kansainvälisten asioiden toimisto toivoo, että sosiaalisen median palveluiden käyttöönotto tulee tehostamaan ja kehittämään toimiston toimintaa ja viestintää. Jotta voin ideoida palvelujen käyttömahdollisuuksia toimeksiantajan näkökulmasta, on ensin kartoitettava Omnian globaalien verkostojen viestinnän kohderyhmät.

Omnian kansainvälinen toiminta muodostuu liikkuvuuspuolelle kuuluvista opiskelija- ja opettajavaihtoista sekä kehittämistoiminnan projekti- ja verkostotoiminnasta. Vastavuorosiin opiskelijavaihtoihin osallistuu vuosittain noin 300–350 opiskelijaa ja opettajavaihtoihin noin 350–400 asiantuntijaa. Liikkuvuustoimintaan linkittyä olennaisesti Omnian sisäinen viestintä sekä muut liikkuvuustoimintoihin osallistuvat oppilaitokset. Lisäksi liikkuvuustoiminnan viestinnän kohderyhmiä ovat koti- ja ulkomaiset työssäoppijoita vastaanottavat yritykset sekä rahoittajat, kuten kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön asiantuntija- ja palveluorganisaatio Cimo, Opetushallitus, Opetusministeriö ja Euroopan komissio. (Heikkinen & Kempainen 2012, 2.)

Projekti- ja verkostotoiminta on Omniassa laajaa. Tällä hetkellä käynnissä on noin 45 verkostoissa toteutuvaa liikkuvuus- ja kehittämishanketta. Omnia on myös mukana alakohtaisissa kansainvälisissä verkostoissa kehittämässä eri koulutusalojen kansainvälistä toimintaa ulkomaisten ja kotimaisten kumppaneiden kanssa. Kehittämistoiminnan tuotosten loppukäyttäjät ovat opetushallinnon viranomaiset, eri kansallisten ja kansainvälisten ammatillisten oppilaitosten henkilökunta sekä projektiverkostoissa mukana olevat yritykset. (Heikkinen & Kempainen 2012, 2.)

Ammatillisessa oppilaitoksessa kansainvälisten asioiden hoitaminen vaatii aktiivista viestintää eri tahojen kanssa. Esimerkiksi Omnian kansainvälisten asioiden toimistossa yhteydenpito ulkomaille lähtevien suomalaisten ja Suomeen tulevien ulkomaalaisten kanssa käydään suureksi osaksi sähköisesti, lähinnä sähköpostitse. Sähköposti on Omnian kansainvälisten asioiden toimiston tärkein viestintäväline projektitoiminnoissa ja yksi tärkeimmistä liikkuvuustoimintojen puolella (Heikkinen & Kempainen 2012, 3-6). Sähköposti ei kuitenkaan ole toimivin väline ryhmäkommunikaatiokanavaksi. Pitkiä usean ihmisen välisiä viestiketjuja on hankala lukea, ja viestit katoavat helposti työntekijöiden suureen sähköpostivirtaan. Omnian kv-toimiston henkilökunta halusikin selvittää, millä sosiaalisen median apuvälineillä he voisivat kehittää toimintaansa ja viestintäänsä tulevaisuudessa.

Henkilökohtaiset tapaamiset nähdään Omnian globaalien verkostojen viestinnässä tärkeänä (Heikkinen & Kempainen 2012, 6), mutta kansainvälisessä toiminnassa suuret välimatkat eri toimijoiden välillä ovat väistämättömiä. Sosiaalisen median ja verkkoviestinnän käyttö voi vähentää matkustustarvetta. Yhteydenpidon on toimittava välimatkoista riippumatta ja samalla pyritään säästämään resursseja. Verkkoviestintä onkin toinen viestinnän pääpainopiste Omnian globaalien verkostojen viestintäsuunnitelmassa (Heikkinen & Kempainen 2012, 6).

3 Käyttäjälähtöinen ja vuorovaikutuksellinen media

3.1 Sosiaalinen ja yhteisöllinen media

Sosiaalinen media on prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla (Kalliala & Toikkanen 2009).

Ennen perehtymistä sosiaalisen median palveluihin ja niiden tuomiin mahdollisuuksiin on hyvä tietää, mitä sosiaalinen media oikeastaan on. Tätä termiä käytetään internetpalveluista, joissa käyttäjät toimivat keskeisinä sisällön tuottajina. Palvelun sisältö rakentuu siten, että sivuille jaetaan omatuottoista tekstiä sekä linkkejä ja syötteitä muista lähteistä. Tärkeänä sosiaalisen median palveluille voi pitää vuorovaikutuksellisuutta ja käyttäjälähtöisyyttä. Sosiaaliselle medialle on vaikea löytää yksiselitteistä määritelmää, sillä sen kenttä muuttuu ja kehittyy jatkuvasti. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 12; 24–25.)

Sanastokeskus (2010, 13–14) määrittelee sosiaalisen median tietoverkoksi ja tietotekniikkaa hyödyntäväksi viestinnän muodoksi, jossa luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. Idea on, että käsitelty sisältö tuotetaan vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti. Sosiaalista mediaa ovat vuorovaikutteisuuteen ja käyttäjälähtöisyyteen perustuvat viestintävälineet, viestintäkanavat sekä viestintäympäristö. Monikossa termillä viitataan vuorovaikutteisiin verkkosivuihin ja palveluihin, kuten verkkoyhteisö- ja sisällönjakopalveluihin sekä blogi- ja wiki-sivustoihin, joiden kautta viestintä tapahtuu.

Lietsala ja Sirkkunen (2008, 24) ovat listanneet sosiaalisen median ominaispiirteitä. Listauksen mukaan ensin on oltava tila tai alusta, jossa sosiaalisen median palvelun sisältöä jaetaan. Tilan käyttäjät luovat, jakavat ja arvioivat alustalle rakentuvaa sisältöä. Sosiaalisen median sivusto perustuu sosiaaliseen vuorovaikutukseen, ja kaikki jaettava sisältö ulkoisista lähteistä on liitetty sivuille in-

ternetosoitteeseen johtavan linkin kautta. Lisäksi käyttäjillä on profiili, jolla he ovat yhteydessä muihin käyttäjiin, sivuston sisältöön ja itse verkkoalustaan.

Sosiaalisen median käsitettä käytetään yleiskielessä tarkoittamaan internetissä yhteisöllisesti tuotettua ja jaettua mediasisältöä, jossa jokainen voi olla samaan aikaan sisällön tuottaja ja osa yhteisöä. Erilaiset verkkoyhteisöpalvelut, kuten Facebook ja Twitter, ovat sosiaalisen median konkreettisia ilmentymiä. Sana *sosiaalinen* on monitulkintainen, eikä se käsitteenä avaudu helposti. Sosiaalista mediaa yksiselitteisempänä ilmauksena pidetäänkin termiä yhteisöllinen media. (Partanen 2009.) Sosiaalinen media toimii Ojalan ja Pöystin (2008, 19) mukaan ennen kaikkea yhteisön luomisvälineenä. Eri palvelut ja niiden takana oleva tekniikka luovat virtuaalisen työtilan työvälineet ja mahdollistavat käyttäjien sosiaalisen kanssakäymisen. Yhteisessä virtuaalisessa työtilassa työskentelevät ihmiset muodostavat yhteisön. Sen jäseniä yhdistävä tekijä on kiinnostus samaan asiaan tai aihepiiriin.

Internetin yhteisöllisistä palveluista puhutaan monilla eri nimillä: sosiaaliset ohjelmistot, sosiaalinen teknologia, sosiaalinen media ja yhteisöllinen media. Jotkut liittävät sen myös termiin Web 2.0. (Ojala & Pöysti 2008, 18.) Sosiaalinen media ei kuitenkaan ole synonyymi sanalle Web 2.0. Se on laajempi käsite kuin sosiaalinen media ja viittaa teknologiaan sivustojen takana. Teknologian avulla ei vielä viestitä tai tuoteta sosiaalista toimintaa. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 18.)

Suuri osa sosiaalisen median käyttäjistä näkee itsensä ensisijaisesti osallistujina, vaikka he itse asiassa toimivat keskeisinä sisällön tuottajina. Sivut ja palvelut rakentuvat yhteisöihin kuuluvien käyttäjien sosiaalisten verkostojen määrämällä tavalla. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 20; 12.) Käyttäjät ja yhteisö luovat sisältöä verkkoon vuorovaikutuksellisesti ja palvelun tuottajan rooliksi jää ylläpitää toimivaa verkon infrastruktuuria ja järjestelmää sosiaalisen median palveluiden takana (Karjalainen 2010).

Mayfield (2008, 5) selittää sosiaalisen median käsitettä joukolla uuden tyyppisiä medioita, joissa kaikissa on havaittavissa seuraavia piirteitä:

- Osallistuminen: Sosiaalinen media kannustaa osallistumaan ja antamaan palautetta. Se hälventää rajaa median ja sen vastaanottajan välillä.
- Avoimuus: Sosiaalinen media kannustaa jakamaan tietoa ja sen kanavilla voi avoimesti tuoda esille mielipiteensä. Kanavien sisältö estetään toisilta käyttäjiltä vain harvoin. Sisällön toivotaan avautuvan ilman salasanasuojautta.
- Keskustelu ja vuorovaikutus: Sosiaalinen media nähdään kaksisuuntaisena keskustelukanavana. Perinteisessä mediassa yleisölle jaetaan ja lähetetään sisältöä yksipuolisesti.
- Yhteisö: Sosiaalisessa mediassa ihmiset muodostavat helposti yhteisöjä ja kommunikoivat niissä aktiivisesti. Yhteisön jäseniä yhdistää kiinnostus samaan asiaan.
- Verkostoituminen: Useat sosiaaliset mediat perustuvat eri sivustojen ja lähteiden hyödyntämiseen sekä ihmisten välisiin suhteisiin ja kytköksiin toisten ihmisten kanssa.

Mayfieldin esille tuomista ominaisuuksista koulutusorganisaation kv-toiminnan kannalta olennaisimpana voisi pitää yhteisöä, verkostoitumista sekä keskustelua ja vuorovaikutusta. Avoimuus ja toiminta palveluissa ilman salasanasuojautta voi olla hankalaa, sillä koulutusorganisaatiot haluavat suojella opiskelijoidensa yksityisyyttä ja välttää opiskelijoiden yksityisten tietojen julkaisua. Sosiaalisen median palveluita ja työvälineitä löytyy internetistä sekä avoimesti että rekisteröinnin takana suljetusti (Ojala & Pöysti 2008, 18). Koulutusorganisaation kansainvälisten asioiden toimisto voisi käyttää sosiaalisen median palveluja toimiston henkilökunnan sekä opiskelijoiden ja opettajien välisen keskustelu- ja vuorovaikutusyhteyden parantamiseen. Verkostoituminen yhteistyökumppaneiden, rahoittajien, muiden koulutusorganisaatioiden sekä työssäoppijoita vastaanottavien ulkomaisten ja kotimaisten yritysten kanssa on myös kiinteä osa kansainvälisten asioiden toimiston toimintaa. Sosiaalinen media voi helpottaa verkostojen ylläpitoa, aktivoida yhteydenpitoa ja parantaa toimijoiden välistä kommunikaatiota.

Sosiaaliselle medialle on käytössä eri nimityksiä, ja vaikka jotkut tekevätkin eron eri nimitysten välille, aion käyttää työssäni käsitteitä sosiaalinen ja yhteisöllinen media toistensa synonyymeinä. Jatkossa käytän sosiaalisen median käsitettä laajasti ja käsittelen opinnäytetyössäni erilaisia yhteisöllisen luonteen omaavia verkkopalveluja ja sovelluksia, vaikkeivät ne täyttäisikään kaikkia edellä mainittuja sosiaalisen median tunnuspiirteitä. Jatkuvan toiston välttämiseksi otan käyttöön myös sosiaalisen median lyhenteen some.

3.2 Web. 2.0

Käsitettä Web 2.0 käytti ensimmäisenä Tim O'Reilly vuonna 2004 kuvatakseen internetiin syntyneitä uusia ajattelu-, toiminta- ja tuotantotapoja. Internetissä julkaistiin tietoa ennen vain yksipuolisesti, ikään kuin ylhäältä alas, sivun ylläpitäjältä käyttäjien tietoon. Sittemmin tiedonluonti on muuttunut avoimemmaksi. Ilmiölle on annettu monia nimiä: Live Web, sosiaalinen internet, yhteisöllinen internet ja Next Net, mutta tänä päivänä ilmiön nimi on vakiintunut Web 2.0:ksi Tim O'Reillyn alkuperäistä määritelmää laajentaen. Web 2.0 -maailmassa internet on käyttäjien vuorovaikutuksen, verkostoitumisen ja yhteistyön mahdollistama alusta, jonka taustalla toimivat aktiiviset käyttäjät. Web 2.0:aan liittyvät oleellisesti myös sosiaaliset arvot, maine, luottamus sekä tekniset hallinnointivälineet verkkoympäristössä. O'Reilly on kuvannut Web 2.0:aa ikuiseksi beeta-versioksi, jonka ohjelmistot paranevat käyttäjämäärien kasvaessa. Hänen mukaansa Web 2.0 ei ole koskaan valmis eikä sen käyttötapoja ei ole ennalta määriteltä. Verkko toimii ohjelmistoalustana, jonka päälle ei rakenneta paketoituja ohjelmistoja vaan palveluja. (Salmenkivi & Nyman 2008. 36–38.)

O'Reilly ja Battelle (2009) painottavat Web 2.0:ssa olevan pohjimmiltaan kyse kollektiivisen älykkyyden hyödyntämisestä. Ohjelmisto luo pohjan palvelulle ja edesauttaa sen syntymistä, mutta käyttäjät ja heidän muodostamansa yhteisöt luovat sivuston sisällön. Mitä enemmän käyttäjiä on, sitä kehittyneempiä palveluja syntyy. Ohjelman suunnittelijat voivat seurata käyttäjien toimia, oppia heidän toiminnastaan ja olla vuorovaikutuksessa heidän kanssaan.

Web 2.0 -ilmiöön liitetään ajatus käyttäjien koneelle tallennettujen ohjelmistojen, palvelujen ja tiedon siirtämisestä tietokoneelta verkkoon (Salminen & Nyman 2008, 84). Tekninen kehitys on mahdollistanut verkon käyttökokemusten parantumisen ja esimerkiksi tekstinkäsittelyohjelmien viennin verkkoympäristöön. Verkkosovellukset mahdollistavat dokumenttien jakamisen ja usean käyttäjän tekemät samanaikaiset muokkaukset verkkoympäristössä. Tätä kutsutaan sosiaaliseksi tietojenkäsittelyksi (social computing). (Salmenkivi & Nyman 2008, 36–38.) Esimerkkejä sosiaalista tietojenkäsittelyä hyödyntävistä sovelluksista ovat esimerkiksi Google Doc:sta elokuussa 2012 Google Driveksi nimensä muuttanut palvelukokonaisuus. Myös Wikispaces-sivustoilla hyödynnetään sosiaalista tietojenkäsittelyä.

3.3 Palvelujen jaottelu

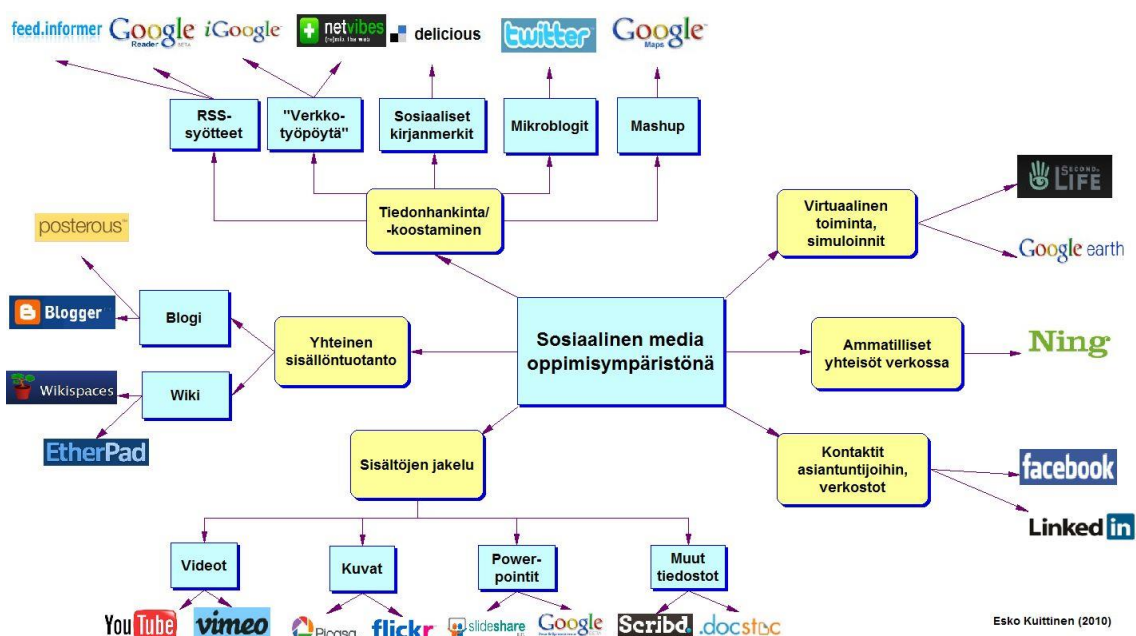
Internetin käyttäjän voi olla vaikea erottaa, mikä internetistä löytyvä sisältö luokitellaan sosiaalisen median palveluksi. Somen palveluita voidaan jakaa monella eri tavalla. Yksi tapa on jakaa ne verkkoyhteisöpalveluihin, sisällönjakopalveluihin ja keskustelupalstoihin (Sanastokeskus 2010, 24). Lieksala ja Sirkkunen (2008, 14; 26) ovat luoneet oman käsityksensä sosiaalisen median kentän jakaantumisesta ja muodostaneet alaryhmiä eri palvelujen ominaisuuksien mukaan:

- Sisällön luominen ja julkaiseminen (blogit, wikit, podcastit)
- Sisällön jakaminen (YouTube, Flickr, del.icio.us, Digg.com)
- Yhteisö ja verkostoitumispalvelut (Facebook, LinkedIn, Myspace, IRC-Galleria)
- Yhteistuotanto (Wikipedia, OhmyNews, StarWreck)
- Virtuaalimaailmat (Second Life, Habbo Hotel, Warcraft)
- Toisen palvelun sisällä hyödynnettävät palvelut (GoogleMaps, RockYou, Friends for sale!)

Internetmaailman jatkuvasta ja nopeasta muutoksesta kertoo hyvin se, että vuoden 2008 jälkeen Lieksalan ja Sirkkusen mainitsemien palvelujen rinnalle on noussut tunnetumpia palveluja, joita ei jaottelussa mainita. Tunnetut palvelut

tarjoavat toimivampia ratkaisuja moneen Lieksalan ja Sirkkusen mainitsemaan palveluun verrattuna. Harto Pönkä (2012, 5) ja Esko Kuittinen (2010) ovat sittemmin jakaneet somen kenttää ja eritelleet sosiaalisen median palveluja oppimisympäristötarkoituksiin ja koulutusorganisaation henkilöstön työn tueksi. Heidän näkemyksensä tulevat esille oheisessa listassa ja seuraavassa kaaviokuvassa (kuva 1).

- Oppimisalustat (Moodle, Optima)
 - Blogit (Blogger, Wordpress)
 - Wikit (Wikispaces, Purot.net)
 - Käsitekarttatyökalut (Mindmeister, Cmap Tools)
 - Esitystyökalut (Slideshare, Prezi)
 - Medianjakopalvelut (YouTube, Flickr)
 - Jaetut dokumentit (Google Driven dokumentit)
 - Jaetut muistiinpanot (Etherpad, Evernote, Diigo)
 - Mikroblogit (Twitter, Yammer, Qaiku)
 - Yhteisöpalvelut ja -sivustot (Facebook, Google+, Ning)
 - Viestintä- ja verkkokokousohjelmat (Adobe Connect, Skype, Messenger).
- (Pönkä 2012.)



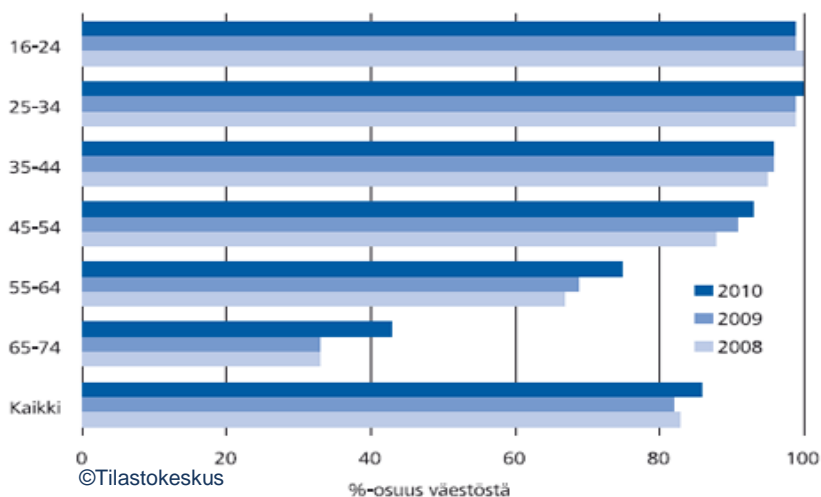
Kuva 1. Sosiaalinen media oppimisympäristönä. (Kuva: Esko Kuittinen 2010.)

Kuten aiemmin esitellyistä jaotteluista ja käsityksistä voidaan todeta, sosiaalisen median palvelut muuttuvat nopeasti ja niiden elinkaari voi olla lyhyt. Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa tutustuin kaikkiin edellä mainittuihin sosiaalisen median palveluihin ja totesin osan, varsinkin Lieksalan ja Sirkkusen vuonna 2008 (14, 26) kokoamassa kaaviossa mainittujen palvelujen olevan jo elinkaarensa lopussa. Uusia toimivampia palveluja on tullut vanhojen tilalle, ja esimerkiksi nopeasti yleistyneet älypuhelinsovellukset eivät kuulu edellä esiteltujen jaottelujen mukaan sosiaalisen median kenttään laisinkaan. Luotettavien ja ajankohtaisten kirjallisten löytäminen sosiaalisen median nykykentästä onkin haasteellista. Toiminnallisessa osuudessa selvitin sosiaalisen median palvelujen nykytilaa v. 2012–2013. Tein päätelmiä manuaaliin palvelujen toimivuudesta ensisijaisesti omiin käyttökokemuksiini perustuen, ja toin esille verkkopalvelujen lisäksi myös itse aktiivisesti käyttämiäni sosiaalisia mobiilisovelluksia. Tuoreimpana esityksenä sosiaalisen median kentän jakaantumisesta löysin Fred Cavazzan kaavion (2012) nimeltä Social media landscape 2012. Sain tukea ajatuksilleni ja manuaalin valinnoille tästä kaaviosta, jossa mobiili- ja tablettisovellukset luokitellaan osaksi nykyajan sosiaalista mediaa.

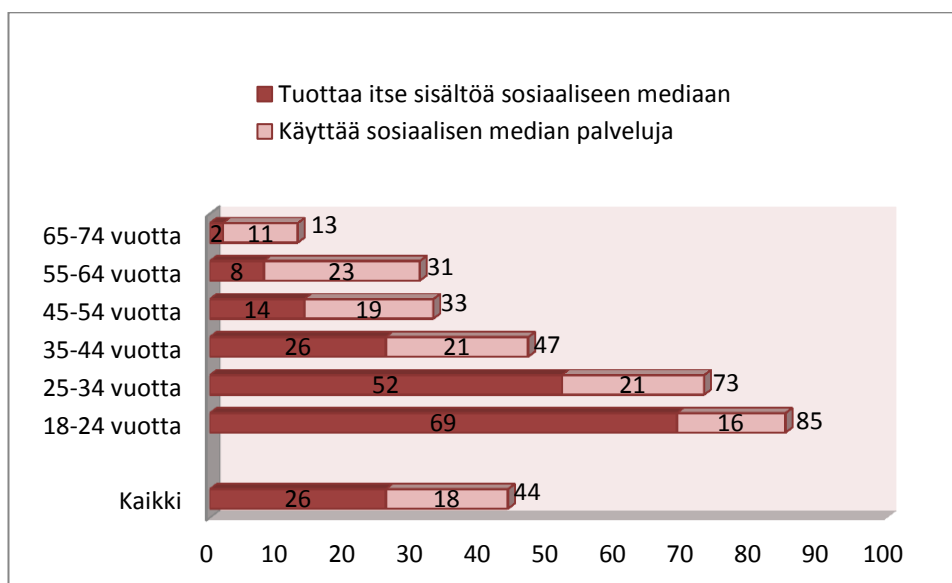
4 Sosiaalinen media koulutusorganisaation toiminnassa

4.1 Nuoret sosiaalisen median edelläkävijöinä

Omnian opiskelijoista valtaosa on nuoria ja nuoria aikuisia, joille sosiaalisen median ja internetin käyttö on arkipäivää. Tilastokeskuksen vuonna 2010 tehdystä tutkimuksesta (kuvio 1) selvisi, että 16–74-vuotiaista suomalaisista 86 prosenttia käytti internetiä. Markkina- ja mielipidetutkimuksia tekevän IRO-Research -yrityksen tutkimusten mukaan vain 44 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista käytti tuolloin, vuonna 2010, sosiaalisen median eri kanavia ja palveluja (kuvio 2). Samaan aikaan 16–24-vuotiaiden keskuudessa palvelujen käyttäjien osuus oli kuitenkin jopa 85 prosenttia ikäluokasta.

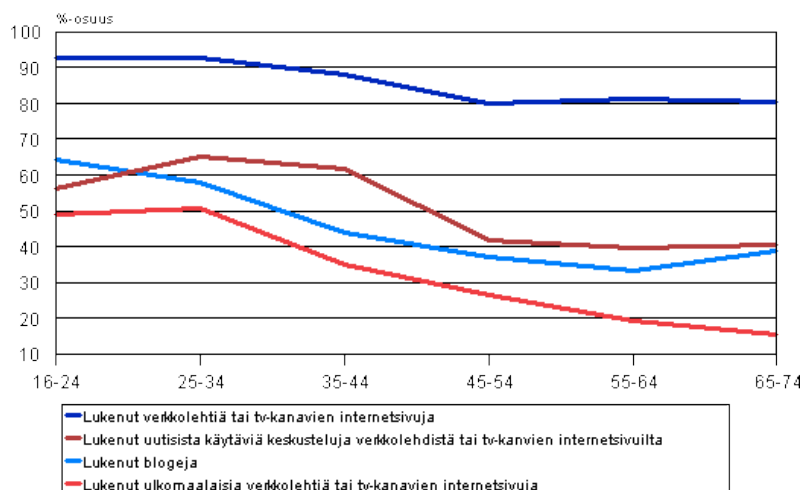


Kuvio 1. Internetin käyttäjien osuus ikäryhmittäin 2008–2010. (SVT 2010a.)



Kuvio 2. Internetin sosiaalisen median palvelujen käyttäjät Suomessa 2010. (Mukaiillen IROResearch 2010.)

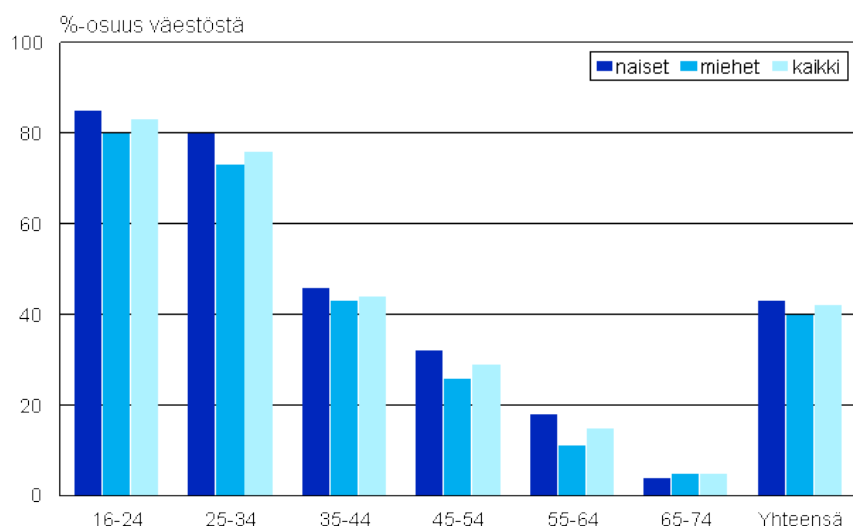
Kuten kuviosta 2 ja 5 käy ilmi, nuoret 16–24-vuotiaat ovat verkkoyhteisöjä aktiivisimmin käyttävä ja materiaalia tuottava ikäryhmä. Myös internetin käytössä nuoret ovat aktiivisimpia. Vain 25–35-vuotiaat käyttävät internetiä ja seuraavat sosiaalista mediaa 16–24-vuotiaita enemmän (kuviot 1 ja 3). Omnian opiskelijat kuuluvat pääasiassa tutkimusryhmään 16–24-vuotta.



©Tilastokeskus

Kuvio 3. Yleisimpien sosiaalisten medioiden seuraaminen iän mukaan 2010. Osuus 16–74-vuotiaista internetin käyttäjistä. (SVT 2010b.)

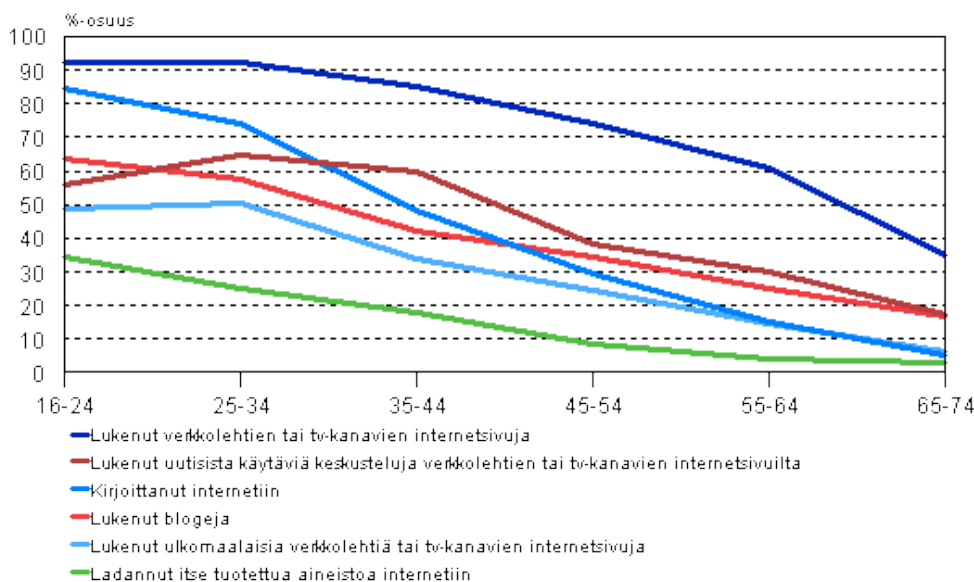
Palvelujen käyttö ei ole sama asia kuin pelkkä rekisteröityminen. Kaikki somen kanavat eivät vaadi rekisteröitymistä, eivätkä kaikki rekisteröityneet välttämättä käytä palvelua aktiivisesti. 83 prosenttia 16–24-vuotiaista oli rekisteröitynyt keväällä 2010 jonkin yhteisöpalvelun käyttäjäksi. Luku on huomattava, sillä tuolloin keskimäärin vain 42 prosenttia kaikista suomalaisista oli rekisteröitynyt johonkin sosiaalisen median yhteisöpalveluun. (Kuvio 4, SVT 2010a.)



©Tilastokeskus

Kuvio 4. Yhteisöpalveluihin rekisteröityminen 2010. (SVT 2010a.)

Tutkimusten mukaan alle 35-vuotiaat käyttävät yhteisöpalveluja olennaisena osana sosiaalista elämäänsä ja ovat suomalaisista aktiivisimpia internetin ja yhteisöllisen median käyttäjiä. Tilastot kertovat, että kiinnostus somea kohtaan on vähäisempää aina siirryttäessä vanhempaan vastaajaryhmään. Kuvioissa 2 ja 5 käy myös ilmi, että mitä vanhempi käyttäjäryhmä on, sitä vähemmän materiaalin tuottajia on suhteellisesti ikäryhmän sisällä. 65–74-vuotiaista sosiaalista mediaa seuraa vain 13 prosenttia, ja ikäryhmästä materiaalia verkkoon tuottaa vain kaksi prosenttia (kuvio 2). Suosituin sosiaalisen median palveluista on Facebook. 66 prosenttia somen käyttäjistä käyttää Facebook-palvelua. Esimerkiksi blogeja seurasi vain 20 prosenttia käyttäjistä. (IROREsearch 2010.)



©Tilastokeskus

Kuvio 5. Yleisimpien sosiaalisten medioiden seuraaminen, internetiin kirjoittaminen ja oman aineiston lataaminen iän mukaan 2010. Osuus 16–74-vuotiaista käyttäjistä. (SVT 2010b.)

Kuten tutkimuksista käy ilmi, koulutusorganisaatiossa somen hyötykäyttöä ei jarruta ainakaan nuorten tekniset valmiudet ja tottumukset. Sosiaalinen media on olennainen osa nuorten elämää. Someen mukaantulo ja siellä viestiminen ovat varmasti tehokas tapa tavoittaa 16–24-vuotiaat nuoret.

Nuoret haluavat vastaanottaa valitsemaansa mediasisältöä, muokata ja lähettää itse sisältöä sekä tuoda oman mielipiteensä kuuluviin. Eri medioiden yhteiskäytön ansiosta kiinnostus perinteisiä medioita kuten radiota, tv:tä ja lehtiä kohtaan

ei ole hävinnyt, mutta nuoriso kuitenkin näkee tärkeimmäksi mediaksi internetin, josta he luopuisivat viimeisenä. (Salmenkivi & Nyman 2008, 42.) Koulutuskuntayhtymä Omniassa 200–250 opiskelijaa osallistuu vastavuoroisiin ulkomaan työssäoppimisjaksoihin. Opiskelijat pitävät yhteyttä ystäviinsä ja perheisiinsä internetin ja sosiaalisen median välityksellä. Samoja välineitä voi käyttää myös opiskelijan ja koulutusorganisaation välisessä yhteydenpidossa.

4.2 Työkaluja työelämään

Espoon koulutuskuntayhtymä Omniassa opiskelijat eivät niinkään tee ulkomaanvaihtoja vaan suorittavat ensisijaisesti ulkomaan työssäoppimisjaksoja. Koulumaailman tulisi toimia hyvänä mallina työelämään, jossa kilpaillaan osavasta henkilökunnasta. Omnian imagolle eri sosiaalisen median palvelujen käytöllä olisi varmasti vain positiivista vaikutusta. Jos henkilökunta ja opiskelijat käyttäisivät sosiaalisen median palveluja, he voisivat tuoda niitä myös ulkomaisen kumppaniorganisaatioiden, yhteistyökumppaneiden ja työssäoppimispaikkojen tietoisuuteen ja tehostaa heidän välistä yhteistyötään.

Otala ja Pöysti (2008, 20) ovat koonneet Wikimaniaa yrityksiin – yritys 2.0 tuotamaan -nimisessä teoksessaan eri yritysten esittämiä syitä siihen, miksi yritykset käyttävät sosiaalisen median palveluja. Eri puolilla maailmaa sijaitsevat asiantuntijat ovat tarvinneet yhteistyövälineeksi tietopankin, johon tietoa ja kokemuksia voidaan päivittää reaaliajassa. Some mahdollistaa kaikille käyttäjille yhteisen tiedontuottamiskanavan ja tietoalustan verkossa. Sähköposti ei ole paras väline ryhmätyöskentelyyn, jossa useat ihmiset osallistuvat saman liitetiedoston muokkaamiseen. Tällöin on todennäköistä, että ryhmän jäsenet työstävät eri versiota ja yhtenäisen työn luominen on vaikeaa. (Otala & Pöysti 2008, 20–21.) Sosiaalisen median työkalujen avulla, kuten Google Drivella ja SkyDrivella useat ihmiset voivat muokata samaa tiedostoa samanaikaisesti. Muun muassa Skype, Google Plus Hangouts ja Adobe Connect -huoneet mahdollistavat ryhmäpalavereiden ja ilmaisvideopuheluiden luonnin.

Somen avulla pyritään vähentämään kopiointia ja paperin käyttöä. Somella on myös haluttu lisätä avoimuutta ja vuorovaikutusta organisaation sisällä. Yrityk-

sen toimitusjohtaja voi esimerkiksi tavoittaa koko henkilöstön kerralla ja henkilökunta voi kommentoida ja antaa palautetta avoimesti kaikkien nähtävillä. Yritykset ovat myös maininneet kilpailevansa sosiaalisen median käytöllä osaavasta ja nuoresta työvoimasta. (Ojala & Pöysti 2008, 21.)

Intranet jää helposti päivittämättä, koska päivitysoikeus on vain harvoilla. Vanhentunut tieto turhauttaa käyttäjiä ja saattaa muuttaa suhtautumisen palveluun kielteiseksi. Esimerkiksi Wikispaces-alustoilla voidaan asetuksista määrittää, ketkä voivat päivittää tietoja ja ketkä kommentoida tapahtumia. Päivitykset ovat kaikkien nähtävillä reaaliaikaisesti. (Ojala & Pöysti 2008, 20–21.) Myös organisaation nettisivujen päivitysvastuu rajoittuu vain tietyille henkilöille. Esimerkiksi Facebook-sivujen ylläpitäjiksi voidaan määrittää useampi henkilö, jotka kaikki voivat julkaista tapahtumia organisaation nimellä. Kommentteja ja julkaisuja voivat tehdä myös muut käyttäjät omilla profiileillaan.

Yritykset hakevat sosiaalisen median avulla myös uusia ideoita, erilaisia näkemyksiä ja näkyvyyttä. Avoimesta innovaatiosta voidaan puhua, kun ideoita tuottaa kuka tahansa ja niiden toteuttamisvaiheessakin eri tahot kommentoivat ideoiden luontiprosessia. (Ojala & Pöysti 2008, 21.)

Nurmen (2011, 12) mukaan työelämässä, varsinkin kansainvälisissä yrityksissä, aletaan ymmärtää uusien toimintatapojen ja välineiden potentiaali. Välineellisten mahdollisuuksien ja toimintatapojen käyttöönotto antaa haasteita monelle yritykselle. Virtuaaliset kohtaamiset voivat tuntua haasteellisilta, sillä ihmiset pitäytyvät mielellään mukavuusalueillaan ja haluavat toimia kasvotusten. Joustavimmin toimivat ja virtuaalikohtaamisiin totutelleet yritykset nousevat kilpailukykyisimmiksi. Yritykset säästävät ajankäytössä ja työmatkakuluissa sekä suuntaavat resurssinsa mielekkäästi. Opetuksen ja koulumaailman tulisi Nurmen mukaan toimia hyvänä mallina työelämään.

Ojala ja Pöysti muistuttavat (2008, 17) työelämään tulevan 1980-luvulla ja 1990-luvun alussa syntyneen niin kutsutun Y-sukupolven tottumuksien muuttavan yritysten työtapoja. Sukupolvelle, joka on kasvanut internetiä käyttäen, on luontevaa toimia verkkoyhteisöissä. Nuoret ovat tottuneet jakamaan näkemyk-

siä ja etsimään vertaistietoa ja -kokemuksia yhteisöjen sisältä. Työnantajien ei Otalan ja Pöystin mukaan kannata sivuuttaa nuorten tapoja toimia ja ajatella.

2010 tehdyssä haastattelussa (Raunio 2010) osaamisen kehittämiseen ja viestintään erikoistuneen yrityksen, Prewrite Group Oy:n, toimitusjohtaja Iiro Pohjanoksa arvioi, että sosiaalinen mediasta syntyvät mielikuvat olivat tuolloin vielä hyvin Facebook-keskeisiä. Hänen mukaansa suomalaiset nuoret olivat somen käytössä maailman huipulla, mutta yritysjohdossa aihe oli ainakin tuolloin vuonna 2010 vielä suhteellisen vieras. Pohjanoksan mukaan sosiaalista mediaa pidettiin yleisesti vapaa-aikaan kuuluvana huvina, eikä vielä niinkään liiketoimintaa tai organisaation sisäistä viestintää edistävänä välineenä. Hänen mukaansa suomalaisissa yrityksissä keskusteltiin 2010 vasta käytännöistä ja työntekijöiden oikeuksista käyttää sosiaalisen median palveluja työajalla. Suomalaiset yritykset olivat kuitenkin jo alkaneet saada hyviä kokemuksia somen käytöstä myös organisaation sisäisessä toiminnassa. Somessa olisi Pohjanoksan mukaan potentiaalia erityisesti yritysten ulkoisen viestinnän puolella.

Mainostajienliiton 2011 lokakuussa tekemän selvityksen (Hanski-Pitkähoski, 2011) mukaan sosiaalinen media oli vakiinnuttanut asemansa suomalaisissa yrityksissä. Muutos oli huomattava puolitoistavuotta aikaisemmin tehtyyn, kevään 2010 kyselyyn verrattuna. Sosiaalista mediaa hyödyntävien yritysten määrä oli kasvanut koskemaan lähes jokaista vastaajayritystä (97 % vastaajista), kun 2010 tutkimuksessa kanavia käytti vasta 75 prosenttia. Tutkimukset osoittavat, että Facebookia käytetään yrityksissä somen kanavista ylivoimaisesti eniten. Facebook-sivuja ja -ryhmiä oli 60 prosentilla vastaajista. Youtuben käyttö kasvoi vuoden 2010 tutkimuksen joka kolmannesta joka toiseen vastanneeseen. Twitter on otettu käyttöön kolmasosassa yrityksistä (aiemmin 17 %) ja blogia käytti edelleen noin 23 prosenttia vastanneista.

Useimmiten sosiaalisen median käytöllä tavoitellaan yrityksessä vuoropuhelua asiakkaiden kanssa (75 % vastanneista) ja brändin rakennusta (67 %). Näiden jälkeen somella tavoitellaan ulkoisen viestinnän kehittämistä. Mainostajien liiton toimitusjohtaja Hanski-Pitkähosken (2011) mukaan on yllättävää, että vain vähemmistö tavoittelee tuotekehityksen parantamista. Vain 30 prosenttia vastasi

päätaivoitteekseen somessa kuluttajan osallistumisen tuotekehitykseen ja innovointiin.

4.3 Suositukset ja ohjeistukset koulutusorganisaatioiden sisällä

Sosiaalisen median käyttö työelämässä ei ole itsestään selvää vaan siihen suhtautuminen vaihtelee eri työpaikkojen välillä. Monet työpaikat ja esimerkiksi koulutusorganisaatiot ovat linjanneet sosiaalista mediaa koskevat säännöt henkilöstölleen. Ammatilliset oppilaitokset niin ovat tehneet ainakin Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä (2012) ja Pohjois-Karjalan ammattiopisto (Tuominen & Martiskainen 2010). Espoon Omnialla ei ole sosiaalisen median virallista ohjeistusta. Se on julkaissut sosiaalisen median huoneentaulun, joka sisältää hyviä tapoja ja ajatuksia koulutusorganisaation somen käyttöön liittyen.

Voimassa olevat opetussuunnitelman perusteet edellyttävät ammatillisen peruskoulutuksen järjestäjät laatimaan tietostrategian. Opetussuunnitelman perusteet eivät kuitenkaan tarkasti määrittele strategian sisältöä, ja koska sosiaalinen media on yleistynyt vasta viimevuosina, se puuttuu useimmista koulutuksen järjestäjien tietostrategioista. (Opetushallitus 2012c.) Opetushallitus on julkaissut suositukset sosiaalisen median opetuskäytöstä ammatillisen perusopetuksen järjestäjille. Siinä pidetään tärkeänä, että kaikilla koulutuksen järjestäjillä löytyisi sosiaalisen median käytön ajankohtaiset ohjeet henkilöstönsä työn tueksi (Opetushallitus 2012d).

Ammatillisissa oppilaitoksissa on huomioitava, että suurin osa opiskelijoista on alaikäisiä. Esimerkiksi Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keudan sosiaalisen median käytön sääntöjen mukaan sosiaalisen median käytölle on aina saatava opiskelijan suostumus, ja alaikäisten kohdalla suostumus vaaditaan kirjallisena huoltajalta. Sosiaalisen median palvelujen käyttö ei saa olla opiskelijoille pakollista. Sama tieto on oltava saatavilla myös niille, jotka eivät halua käyttää sosiaalista mediaa. (Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä 2012.)

Opetushallitus linjaa sosiaalisen median hyötyjä ja kehottaa huomioimaan, että somen palveluilla myös opiskelijoiden vanhemmilla on mahdollisuus seurata

oppilaiden työskentelyä. Suositus myös vetoaa oppilaiden tasavertaiseen mahdollisuuteen oppia sosiaalisen median käyttöä yhtenä tietoyhteiskunnan kaikille kuuluvana kansalaistaitona. Luottamuksellisia tietoja ei saa viedä sosiaalisen median palveluihin. (Opetushallitus 2012a; Opetushallitus 2012 c.)

Useat somen palvelut toimivat EU:n ulkopuolella, jolloin EU:n sisäiset säädökset ja Suomen lainsäädäntö eivät yllä vaikuttamaan niihin. Tästä johtuvia mahdollisia ongelmia ratkotaan vuonna 2000 solmitun EU:n ja Yhdysvaltojen välisen Safe Harbor -sopimuksen avulla. (Opetushallitus 2012d.)

Opetushallituksen suosituksessa ei oteta kantaa yksittäisten palvelujen ja sovelusten käyttöön. Eri palvelujen käytöstä koulun on sovittava sisäisesti ja arvioitava niitä tilannekohtaisesti. Huomioon on otettava muun muassa turvallisuus, lait, säädökset, hyvien tapojen mukaisuus, oppilaiden ikä, taidot ja eri oppimistyyli sekä palveluntarjoajan käyttöehdot. (Opetushallitus 2012c.) Päätös sosiaalisen median palvelujen käytöstä onkin hyvä tehdä yhdessä käyttäjien kanssa (Opetusministeriö 2012d).

Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa on toiminut vuodesta 2007 lähtien verkkoympäristöjä ja somen välineitä opetuksessa painottava opettajakoulutusohjelma. Koulutuksessa toiminta tapahtuu pienryhmissä, jossa opiskelijat yhdessä jakavat ja rakentavat tiedon oppimisympäristöön opettajan toimiessa oppimisen ohjaajana. Koulutusohjelman oppimistehtävät pyritään rakentamaan yhteistoiminnallisiksi tai ainakin niin, että jossain vaiheessa muilla ryhmän jäsenillä on mahdollisuus osallistua ja kommentoida työn vaiheita. Vuonna 2009 opiskelijat hyödynsivät valitsemiaan sosiaalisen median välineitä, muun muassa Moodlea, blogeja, Connect Prota, TokBoxia, Skypeä, Facebookia, Gmail pikaviestejä, Second lifea, Flickriä ja Youtubea. Aarreniemi-Jokipellon mukaan Haaga-Heliassa opiskeluun käytetyt somen kanavat olivat opiskelijoiden itse valitsemia. Opiskelijoiden valitsemilla kanavilla hän uskoo päässeen monipuolisempiin ja oppimista tukeviin ratkaisuihin. Organisaatio olisi tarjonnut välineiksi vain Moodlen ja Connect Pron. (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 26–31;36.)

4.4 Sosiaalisen median ylläpidon haasteita

Vaikka itse sosiaalisen median kanavien käyttö olisi maksutonta, vaatii somen käyttöönotto organisaatiolta resursseja. Esimerkkinä voidaan mainita yhteisön käyttöönoton Facebookissa. Henkilöstön sisältä on hyvä löytyä oikeanlaisia henkilöitä, joilla on kokemusta yhteisöissä kommunikoinnista tai ainakin mielenkiintoa ja aikaa osallistua keskusteluun. Yhteisöjen rakentaminen ja ylläpito on aikaa vievää ja näin ollen myös merkittävä kulu organisaatiolle. Yhteisön rakentaja luo yhteisölle tai sivustolle puitteet ja infrastruktuurin. Yhteisön ylläpito vaatii kuitenkin resursseja myös rakentamisen jälkeen. (Salmenkivi & Nyman 2007, 137.)

Organisaation ylläpitämiä sosiaalisen median kanavia on lisäksi osattava markkinoida. Kirjoituksista, ideoista ja linkeistä ei ole kovinkaan paljon hyötyä, jos niitä seuraa vain kourallinen ihmisiä. Yhteisöjen arvo kasvaa osallistujamäärän ja aktiivisuuden kasvaessa. Suurin osa yhteisön suosioista perustuu aiheen kiinnostavuudelle.

Avoimissa sosiaalisen median kanavissa ihmisten tekemisiä on mahdotonta ennustaa. Ihmisten tuottama sisältö ei välttämättä ole juuri sitä, mitä organisaatio hakee. (Salmenkivi & Nyman 2007, 137–138.) Kukaan ei voi esimerkiksi säädellä, millaisia kommentteja käyttäjät kirjoittavat Facebook-sivuille tai mitä opiskelijat kirjoittavat omiin blogeihinsa ulkomailla ollessaan. Kyseisiä Omnian opiskelijoiden blogeja voi lukea kaikki internetin käyttäjät kansainvälisten asioiden toimiston Wikispaces-sivujen linkin kautta. Totuttelu hallitsemattomuuteen ja toimintatapojen muuttuminen osallistuvaksi voivat Salmenkiven ja Nymanin (2007, 137–138) mukaan olla haaste monelle yritykselle. Oman henkilöstön sitouttaminen ja motivointi päivittämään ja seuraamaan yhteisöllisiä palveluja voi olla yhtä vaikeaa kuin asiakkaiden hankkiminen kanaville.

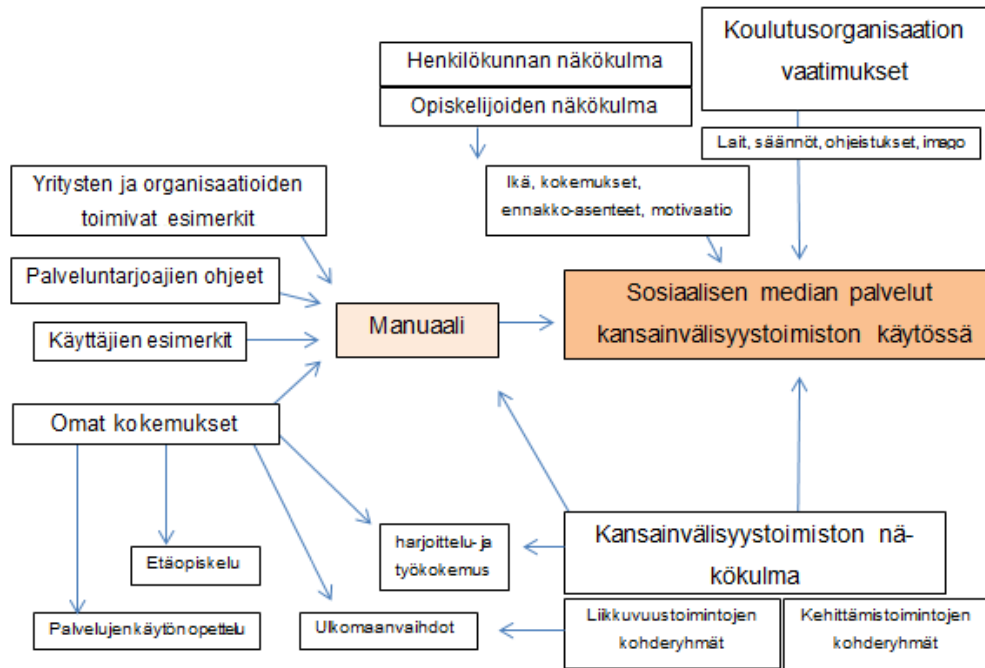
Sosiaalisen median käyttö koulutusorganisaation opetuksen tukena vaatii opettajalta avointa ajattelua ja motivaatiota pysyä selvillä jatkuvasti uudistuvien somen välineiden käytöstä. Opettajien tulisi irtautua omilta mukavuusalueiltaan ja kehittää sosiaalisen median käyttötaitojaan. (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 36–

38.) Nettielämä on normaalistumassa osaksi jokapäiväistä elämää. Käsitteet ihmisten virtuaaliyhteisöllisyydestä voivat muuttua vasta kokeilujen kautta. (Nurmi 2011, 20.) Verkko-opetuksen ja somen käyttö opetuksessa vaatii opettajalta epävarmuudensietokykyä. On ymmärrettävää, että välineiden harjoittelu vie aikaa eikä tutustumiseen saa välttämättä apua organisaation tietotekniseltä tuelta tai muilta kollegoilta. On myös totuteltava avoimempaan ja läpinäkyvämpään toimintakulttuuriin, jossa myös kohderyhmänä pidetyn joukon ulkopuoliset toimijat voivat päästä tarkastelemaan työskentelyä. (Aarreniemi-Jokipelto 2011, 36–38.)

5 Avainsanana käytettävyys

5.1 Opinnäytetyön viitekehys

Kuvassa 2 esitetään opinnäytetyön viitekehys. Kuvan vasemmassa laidassa ilmenee, millä perusteilla olen valikoinut manuaaliin somen palveluja ja mihin esille tuodut ideat perustuvat. Manuaalin sisältö pohjautui ennen kaikkea omiin kokemuksiini kansainvälisyystoiminnan kentällä. Näkemyksiä kv-toimintaan sain ollessani vaihto-opiskelijana Saksan Münsterissä. Työntekijän näkökulmia kv-toimintaan sain syventävän harjoittelun ja projektityön kautta Omnian kansainvälisten asioiden toimistossa. Ideat somen palvelujen käytöstä kv-toimiston toiminnassa perustuvat myös kokemuksiini opiskelusta Karelia-ammattikorkeakoulussa. Olen esitellyt useita etäopiskelussa ja ryhmätyöskentelyssä hyödyntämiäni somen palveluja manuaalissa. Tutustuin palveluihin opettelemalla käyttämään toimintoja käytännössä. Luin manuaalia tehdessäni palveluntarjoajien esittelysivuja ja ohjeita sekä tutkin, miten toiset käyttäjät ja organisaatiot käyttävät palveluja.



Kuva 2. Opinnäytetyön viitekehys

Kuvan 2 oikeassa laidassa on havainnollistettu, mitä asioita kansainvälisten asioiden toimiston on huomioitava valitessaan sosiaalisen median kanavia käyttöönsä. Kv-toimisto toimii koulutusorganisaation alaisuudessa, ja sen on toimitettava organisaation sääntöjen, ohjeiden ja lakien mukaisesti. Ennen palvelujen käyttöönottoa kv-toimiston on hyvä tarkistaa koulutusorganisaationsa kanta niihin. Kv-toimiston arjessa palvelujen toimivuuteen vaikuttavat henkilökunnan ja opiskelijoiden asenteet, motivaatio ja kokemukset sosiaalisen median käytöstä sekä osaltaan myös käyttäjien ikä. Alaikäisten kohdalla oppilaitos voi joutua olemaan yhteydessä myös opiskelijoiden vanhempiin, jotta saadaan suostumus palvelujen käyttämiseksi. Nuoret osaavat käyttää monia sosiaalisen median palveluja vanhempaa ikäluokkaa paremmin. Organisaation on koulutettava sitä osaa henkilökunnasta, joka tuntee palvelujen käytön olevan vaikeaa. Mikäli opiskelijat eivät osaa käyttää palveluja, on henkilökunnan osattava ohjeistaa heitä.

5.2 Manuaalin rakenne

Manuaalin alussa on alkusanat ja sisällysluettelo. Sisällysluettelossa jokaisen palvelun vierellä on tunnistettavissa palvelun neliön muotoinen logo. Otsikot johtavat dokumentin sisäisenä hyperlinkkinä palvelua käsittelevään osioon. Manuaalissa on sisäisten hyperlinkkien lisäksi linkkejä internet-lähteisiin ja jokaisen palvelun internet-sivulle.

Olen esitellyt manuaalissani sosiaalisen median palvelujen pääperiaatteita palvelu kerrallaan ja hahmottanut niiden toimintoja kuvin ja selostuksin. Jokaisesta palvelun kuvauksesta käy ilmi sivuston osoite ja palvelun käyttötarkoitus sekä se, millä laitteilla palvelu on tällä hetkellä saatavilla, onko palvelun käyttö maksullista ja vaatiiko käyttö rekisteröitymisen. Jokaisen palvelun kuvauksen yhteydestä on myös ”Kv-toimisto”-niminen alaotsikko, jonka alle olen ideoinut, miten palveluja voitaisiin hyödyntää Omnian kansainvälisten asioiden toimiston arjessa. Halutessaan henkilökunta voi siis tutkia manuaalista vain Kv-toimisto-osiot ja palata tutustumaan palveluihin tarpeen tullen tarkemmin.

Selvityksessä läpikäymistäni yli 80:stä somen palvelusta löysin kv-toimiston käyttöön yhteensä 35 toimivaa palvelua. Kokosin manuaalissani nämä palvelut seuraavien suurempien kappaleotsikoiden alle:

1. Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut
2. Blogipalvelut ja julkaisualustat
3. Esitys- ja toimistotyökalut
4. Sisällönjakopalvelut
5. Tallennus- ja yhteisdokumentointialustat
6. Pikaviestimet sekä audio- ja neuvottelukanavat
7. Mobiilisovellukset ja paikannuspalvelut

Lisäksi kappaleessa 8 selvennän aiheeseen liittyviä käsitteitä ja esittelen hyödyllisiä oheisohjelmia. Ohjeistan kuvin ja ohjein myös muun muassa sen, miten Wikispaces-alustaan lisätään lisäsovelluksia eli widgetejä. Viimeisessä manuaalin kappaleessa esitän päätelmäni työn tuloksista.

Kokosin manuaalin liitteeksi listan sosiaalisen median palveluista, joista en näe ensisijaista hyötyä kansainvälisten asioiden toimiston työn kannalta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että kyseiset palvelut eivät olisi hyödyllisiä. Nämä palvelut ovat tilastollisesti suosittuja, joten niiden logoja näkee todennäköisesti useilla internet-sivuilla. Liitteestä löytyvistä kanavista saa ideoita erityisesti työajan ulkopuoliseen käyttöön. Myös Omnian opiskelijat saattavat käyttää kyseisiä palveluja, joten palvelujen mainitseminen ja lyhyiden kuvausten sisällyttäminen työhöni oli mielestäni perusteltua.

5.3 Menetelmälliset valinnat

Tutkimus voi olla tehty joko kvantitatiivisella eli määrällisellä tai kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimusmenetelmällä (Heikkilä 2008, 16). Opinnäytetyölläni on laadullinen tutkimusote. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohdetta ja sen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 181;161). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään kokoamaan tutkimuskohteet harkinnanvaraisesti (Heikkilä 2008, 16) ja tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 181; 161). Selvitysvaiheessa tein niin sanottua kirjoituspöytä-tutkimusta ja laadullista analyysia teemoittamalla tutkimani sosiaalisen median palvelut manuaalissa suurempien kokonaisuuksien alle. Pyrin tekemään manuaalista käyttäjälähtöisen ja tuomaan toimeksiantajalleni konkreettisia ideoita siitä, miten palveluja voidaan käyttää kv-toimiston työn tukena.

Tarkastelin selvitystä tehdessä palvelun tarjoajien ohjetekstejä ja esittelyvideoita. Tutustuin toisten käyttäjien profiileihin ja tapoihin käyttää palveluja. Rekisteröidyin hyödyllisiltä vaikuttaviin palveluihin ja opettelini, miten palveluja käytetään. Osaan palveluista voi rekisteröityä vain yrityksen sisäisellä sähköpostiosoitteella ja osan käyttö on maksullista. Tällaisten palvelujen kuvaukset pohjautuivat sivustojen ohje- ja esittelymateriaaleihin. Katsoin käyttäjien Youtube-ohjevideoita opetellessani käyttämään palveluja. Otin profiilisivujeni osista kuvia, ja piirsin niiden sisään käyttöohjeita. Kirjoitin hyödyllisten toimintojen ohjeet auki myös tekstinä.

Suurin osa manuaalissa löytyvistä kuvista on otettu henkilökohtaisesta profiilistani tai palvelun tutustumissivuilta. Sovimme toimeksiantajan kanssa, että manuaalista ei tule julkinen asiakirja, vaan että se on tulevaisuudessa minun sekä Omnian sisäisessä käytössä. Kuvakaappauksella otettujen kuvien sisällyttäminen työhöni oli tästä syystä perusteltua. Sisällytän työhöni kuvia somen logoista sekä esimerkkikuvia palvelujen etusivuista, muokkaussivuista ja omasta profiilistani. Kuvalliset ohjeet ja kuvat palvelujen toiminnoista luovat lukijalle heti käsityksen, millaisesta palvelusta on kysymys. Tekstin sisäiset kuvat parantavat tekstin luettavuutta ja auttavat lukijaa ymmärtämään tekstiä paremmin (Karelia ammattikorkeakoulu 2013, 15). Kuvatonta manuaali olisi ollut mielestäni vaikeaselkoista ja puuduttavaa luettavaa, eikä toimeksiantaja olisi saanut työstäni sitä konkreettista hyötyä, mitä lähtökohtaisesti toivottiin. Olen piirtänyt kuviin nuolia ja kirjoittanut kuvien sisälle ohjetekstejä. Olen myös muuttanut oman yksityisyyden suojaamiseksi kaikkiin profiilistani otettuihin kuviin käyttäjänimeksi nimimerkin Maija Mallinen.

5.4 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyöni tietoperusta pohjautuu luotettaviin lähteisiin ja opinnäytetyön ohjeiden mukaisiin lähdemerkintöihin. Tietoperustasta löytyvät kuviot on luvallista julkaista työssäni. Toiminnallisen osuuden tuotos, toimeksiantajan yksityiskäyttöön tarkoitettu manuaali, on rakennettu sosiaalisen median ideologiaan pohjautuen. Kuten O'Reilly ja Battelle (2009) ilmaisivat, käyttäjät ja heidän muodostamansa yhteisöt luovat sivuston sisällön. Sosiaalisen median palvelut rakentuvat käyttäjien sosiaalisten verkostojen määräämällä tavalla ja käyttäjät toimivat palveluissa keskeisinä sisällön tuottajina. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 20; 12). Mayfield (2008, 5) painottaa, että sosiaalinen media kannustaa osallistumaan, jakamaan tietoa, antamaan palautetta ja tuomaan mielipiteensä avoimesti esille. Hain ideoita vuorovaikutteellisesti, osallistuen ja itse sisältöä luoden sosiaalisessa mediassa. Toiminnallisen osuuden ideoinnin tein toisten käyttäjien inspiroimana sekä omien kokemuksieni, näkemyksieni ja mielipiteideni pohjalta.

Ideoidessani kerron Omnian kansainvälisten asioiden toimiston toiminnasta ja käsittelen myös toimiston käytännön toimintaan liittyviä luottamuksellisia tietoja. Tietojen salassapitovelvollisuus toimi osaltaan työni eettisenä kysymyksenä. Toimiston yksityisten tietojen suojele oli osasy siihen, miksi manuaalia ei julkaista.

6 Manuaalin sisältö

6.1 Ideoita ja työvälineitä toiminnan tueksi

Omnia toivoi saavansa opinnäytetyön kautta konkreettisia ideoita ja välineitä toimintansa kehittämiseen. Tein harjoitteluni aikana Omnian kv-toimistolle Wikispaces-sivut ja kokosin sinne tarvittavan informaation, lomakkeet ja hyödyllisiä nettilinkkejä, joita Omniasta ulkomaille lähtevät opiskelijat voivat tarvita vaihtoprosessinsa aikana. Sivuilta löytyvät myös ulkomaan työssäoppimisjaksoilla olleiden opiskelijoiden vaihtoraportit ja blogit. Wikispaces-sivut on nyt otettu käyttöön Omniassa ja ne löytyvät internetistä osoitteesta omnialaisetmaailma.le.wikispaces.com. Käytin harjoitteluni aikana myös Facebookin ryhmätoimintoa viestintä- ja informoimiskanavana saksalaisten vaihto-opiskelijoiden kanssa.

Manuaali on laaja, yhteensä 73-sivuinen kuvaus erilaisten sosiaalisen median palvelujen käyttötarkoituksista. Ideoin manuaalissa tarkasti, miten palveluja voi käyttää Omnian kansainvälisten asioiden toimiston toiminnassa. Seuraavissa kappaleissa esittelen valitsemieni palvelujen hyötyjä tiivistetysti ja koulutusorganisaation kansainvälisen toiminnan näkökulmasta yleisemmällä tasolla kuin manuaalissa.

6.2 Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut

Salmenkiven ja Nymanin (2008, 106–108) mukaan seuraavien kolmen piirteen täytyessä palvelua kutsutaan verkostoitumispalveluksi:

- 1) mahdollisuus rakentaa oma profiili
- 2) muiden käyttäjien profiilien tarkastelu
- 3) käyttäjien keskinäinen viestintä

Verkkoyhteisöpalvelu, yhteisöverkkopalvelu, yhteisöpalvelu ja internetyhteisöpalvelu nimikkeitä voidaan käyttää toistensa synonyymeina. Sanaa verkostoitumispalvelu käytetään myös usein samassa yhteydessä, mutta verkostoitumispalvelussa luodaan ja ylläpidetään verkostoja erityisesti yksityiselämän ulkopuolella. (Sanastokeskus 2010,18.) Yhteisö- ja verkostoitumispalveluihin luodut ammattiprofiilit ylläpitävät työntekijöiden ammatillisia verkostoja. Yhteisöpalvelut tarjoavat välineitä projektiyhteistyön ylläpitämiseen ja organisaation sisäiseen viestintään.

Useat palvelut toimivat verkkopalvelun lisäksi myös mobiilisovelluksina ja tableteilla, joiden kautta käyttäjät tavoittavat toisensa paremmin. Tieto verkostojen sisäisistä päivityksistä tulee suoraan mobiililaitteen näytölle. Henkilökunnan ei tarvitse käyttää aikaa sisään- ja uloskirjautumiseen tai varata erillistä aikaa palvelussa toimimiseen ollessaan fyysisesti toimiston työkoneen ääressä. Yhteisö- ja verkostoitumispalveluista olen havainnut toimiviksi ratkaisuiksi koulutusorganisaation kansainvälisen toiminnan kannalta erityisesti Facebookin, Google Plussan, Yammerin, Chatterin, Basecampin ja LinkedIn-palvelun.

Yammer ja Chatter ovat työyhteisön sisäisen viestinnän ylläpitoon tarkoitettuja yhteisöpalveluja. Basecamp tarjoaa välineitä yksittäisten projektien hallintaan. LinkedIn:ssä pidetään yllä ammatillisia kontakteja. Google Plus- ja Facebook-palveluissa on yhteisöpalvelun ominaisuuksien lisäksi myös mahdollisuus videoneuvottelujen pitoon, tapahtumakutsujen lähettämiseen ja suljettujen ryhmien väliseen viestintään.

Google Plussassa omia julkaisuja ja kavereiden julkaisuvirtaa on helpompi hallinnoida kuin Facebookissa. Käyttäjä jakaa kaverinsa eri piireihin. Tämän jälkeen tietyn kaverin tekemät julkaisut näkee sen piirin seinältä, johon käyttäjä on kaverin sijoittanut. Työkaverit voi siis asettaa omaksi piiriksi, jonka sivulle voi kohdistaa halutessaan vain työhön liittyviä julkaisuja. Google Plussassa työ- ja vapaa ajan välistä rajaa voi olla helpompaa hallinnoida kuin Facebookissa, jossa työ ja vapaa-ajan erottamisen ratkaisuksi on nähty Omniassa erillisen työprofiilin luonti. Facebookilla on niin paljon käyttäjiä eri puolelta maailmaa, että palvelua voi pitää tärkeimpänä sosiaalisen median viestintävälineenä koulutusorganisaation kansainvälisessä toiminnassa. Facebookia voi käyttää markkinointitarkoituksiin, yhteydenpitoon suomalaisten vaihto-opiskelijoiden kanssa, sekä informaatio- ja viestintäkanavana Suomeen tulevien ulkomaalaisten vaihto-opiskelijoiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa.

6.3 Blogipalvelut ja julkaisualustat

Blogit ovat käyttäjän omien kirjoitusten jakoalustoja, jotka koostuvat päivityksistä ja aikajärjestyksessä esitellyistä artikkeleista. Lukijat voivat kommentoida blogien artikkeleita. Keskeinen blogin ominaisuus on uutissyötteen tarjoaminen (RSS-feed). Eri sivujen syötteen voi tilata lukuohjelmiin, jotka alkavat seurata kyseistä sivustoa. Syötteen keräävät eri sivujen julkaisut luettavaksi yhteen lähteeseen. Mikrobloggauspalveluissa käyttäjät julkaisevat lyhyitä, alle 160 merkkiä pitkiä viestejä joko mobiililaitteilla tai verkossa. Podcastit ovat audiomuodossa toimitettuja blogeja. (Kalliala & Toikkanen 2008, 20;41–42; 45, 72.) Blogipalveluista ja julkaisualustoista toimivimmiksi palveluiksi koulutusorganisaation kv-toiminnan kannalta näen Blogger-, Pinterest-, Posterous-, Tumblr-, Twitter- ja Wikispaces-palvelut sekä Google Sites -kotisivualustat.

Omnia opiskelijoilla on mahdollisuus kirjoittaa matkaraportin sijaan vaihdon aikana matkablogia. Blogger-, Pinterest- ja Tumblr-blogit sopivat opiskelijoiden matkablogien pohjiksi. Kv-toimiston kannattaa luoda profiili ainakin johonkin blogipalveluun ja kehottaa opiskelijoita luomaan blogi samaan palveluun. Näin toimisto voi aloittaa opiskelijoiden blogien seuraamisen palvelun sisällä. Ainakin Tumblr- ja Posterous-blogeissa sekä mikroblogipalvelu Twitterissä palvelun si-

säisenä toimintona seurataan muita käyttäjiä. Blogger-blogeja on mahdollista seurata esimerkiksi Google Reader -syötteenlukijalla. Henkilökunnan ei näin tarvitse käydä tarkastamassa jatkuvasti opiskelijoiden yksittäisiä blogeja uusien päivitysten varalta. Syötteenlukijalla he voivat saada kaikkien ulkomaanvaihdossa olevien opiskelijoiden blogipäivitykset yhdelle sivulle ja samalle uutisvirralle.

Pinterest voi toimia kansainvälisten asioiden toimiston käytössä markkinointitaroituksissa. Palvelussa käyttäjä kiinnittää omille ilmoitustaulua muistuttaville alustoille kuvia, samalla idealla kuin muistilappuja kiinnitetään ilmoitustaululle. Käyttäjä kokoaa tiettyyn teemaan liittyvät kuvat kokoelmiksi yhdelle seinälle. Käyttäjä hankkii kuvat joko toisten käyttäjien seiniltä, seuraamiensa käyttäjien julkaisuista, miltä tahansa internetsivuilta tai lataamalla omia kuviaan palveluun. Kuvat eli pinit toimivat kirjanmerkkien tavoin. Jokainen Pinterestiin internetistä ”pinnattu” kuva johdattaa takaisin kuvan alkuperäis sivulle. Eri seinille voi koota tiettyyn aiheeseen liittyviä kuvasarjoja, jotka johdattavat sivujen vierailijan lukemaan lisätietoa aiheesta. Omnian käytössä seiniä ja kuvasarjoja voitaisiin tehdä esimerkiksi otsikoilla: Omnian koulutusalat, suomalainen kulttuuri, saksalaiset kumppaniorganisaatiot, kv-toimiston toiminta ja niin edelleen. Näillä kuvilla ei herätettäisi kiinnostusta vain ulkomaisissa vaihto-opiskelijoissa ja koulutusorganisaatioissa, vaan myös Omnian tutkintoon hakemista harkitsevien suomalaisten keskuudessa.

Twitterissä voi markkinoida omaa organisaatiotaan. Twitteriä voi käyttää myös oman alansa asiantuntijoiden ja muiden toimijoiden seuraamiseen. Twitterillä pysyy selvillä tietyllä alalla käydyistä keskusteluista ja ajankohtaisista asioista. Google Sites on toimiva vaihtoehto hankkeiden ja projektien kotisivualustaksi. Wikispaces on wiki-pohjainen alusta, joka toimii Omnian käytössä tällä hetkellä vaihtoon lähteville opiskelijoille suunnatun informaation jakoalustana. Alustan voi halutessaan luoda myös vuorovaikutteelliseksi, jolloin sisällön luomiseen osallistuu ylläpitäjän lisäksi myös opiskelijat ja muut sivun vierailijat.

6.4 Esitys- ja toimistotyökalut

Esitys- ja toimistotyökalut antavat välineitä toimistotyöhön ja tietojen jäsentelyyn. Palveluista kv-toiminnan kannalta toimivia ratkaisuja tarjoaa Doodle, SlideShare, Prezi ja Mindmeister.

Doodle on työväline aikatauluttamiseen. Sen avulla voidaan varmistaa, että tapaamisen ajankohta sopii kaikille asianosaisille. Palvelulla lähetetään ihmisille ehdotuksia tapaamisajoista ja sovitaan tapaamisia. SlideShare-palvelulla voi ladata internetiin diaesityksiä ja julkaista ne SlideShare-palvelussa tai muiden verkkosivujen sisällä.

Prezillä luodaan animoituja diaesityksiä, joilla voi elävöittää luentoa tai esitelmää. Mindmeisterilla luodaan mielikuvakaavioita eli mind mappeja palvelun internetsivulle. Kaavioihin voi koota tekstin lisäksi linkkejä sivun ulkopuolisiin lähteisiin.

6.5 Sisällönjakopalvelut

Sisällönjakopalveluilla on mahdollista jakaa sisältöä tietoverkossa. Sisällönjakopalveluiksi määritellään erilaiset kuvanjakopalvelut sekä äänitallenteiden, videoiden, diaesityksien ja kirjanmerkkien jakopalvelut. (Sanastokeskus 2010, 8, 12). Manuaalissa erittelin kuitenkin diaesityksien jakopalvelut osaksi esitys- ja toimistotyökalut -kappaletta. Huomion arvoisia sisällönjakopalveluja kv-toiminnan kannalta ovat Flickr, YouTube, Vimeo, Viddler, Delicious ja Diigo.

Flickr on kuvienjakopalvelu, jota voidaan käyttää kv-toiminnassa tapahtumien tai muiden organisaation järjestämien tilaisuuksien jälkimarkkinointitarkoituksiin. Osallistujilla on mahdollisuus palata kv-toimiston Flickr-sivulle katselemaan tapahtumassa otettuja kuvia. Kuvien avulla osallistujat voivat esitellä tapahtumaa myös omalle työyhteisölleen.

YouTube, Vimeo ja Viddler ovat videonjakopalveluja, joista Viddler on suunniteltu erityisesti liiketoiminnallisiin tarkoituksiin. Esimerkiksi kotisivut saavat eloa

videoiden kautta. Videot herättävät kiinnostuksen nopeammin kuin teksti. Opiskelijoille voi opettaa video-ohjeiden avulla esimerkiksi ansioluettelon tekoa. Valmiita videoita on palveluissa runsaasti, mutta palveluihin voi myös luoda omia videoita. Kv-toimisto voi luoda itselleen markkinointivideon esimerkiksi audiovisuaalista alaa opiskelevien opiskelijoiden projektityönä. Videon voi liittää koulutusorganisaation kotisivulle tai muulle julkaisualustalle, sekä Facebook-sivulle.

Toimistotyössä on hyötyä kirjanmerkkienjakopalveluista, kuten Deliciuksesta ja Diigosta. Usein käyttämistään, hyödyllisistä internet-sivuista voi tehdä kirjanmerkkienjakopalveluihin jäseneltyjä listoja. Tarvittavat internet-sivut löytyvät listoilta kaikilta internet-yhteyden päässä olevilta laitteilta ja ne pysyvät turvassa oman käyttäjätunnuksen takana.

6.6 Tallennus- ja yhteisdokumentointialustat

Picasa ja Photobucket ovat kuvien tallennusalustoja ja jakopalveluja. Niissä voidaan jakaa suuria kuvatiedostoja esimerkiksi yhteisiltä työmatkoilta tai varmuuskopioida toimiston yhteiset kuvat. Google Drive, SkyDrive ja Etherpad tarjoavat käyttäjille mahdollisuuden yhteisen dokumentin työstämiseen samanaikaisesti. SkyDrive on Microsoftin omistama palvelu ja toimii erityisesti Office-dokumenttien muokkaus- ja tallennusalustana. Opiskelijat, joilla ei ole omilla tietokoneillaan Office-ohjelmia, voivat tehdä koulutöitään SkyDrivella. Etherpad sopii ryhmän sisäiseen avoimeen ideointiin ja gallupeihin, sillä palvelussa voi toimia anonyymisti, nimimerkin turvin.

Omien käyttökokemuksieni perusteella voin sanoa, että Google Drive toimii tällä hetkellä hyvin. Palvelu sopii projektiyhteistyöhön ja etätyökäyttöön. Ryhmätöiden ja toimiston työntekijöiden yhdessä rakennettavien tekstien, diaesitysten tai taulukoiden teko helpottuu, kun työtä voi työstää miltä internet-yhteydellä toimivalta laitteelta tahansa. Google Drive- ja SkyDrive-palveluiden kautta toimiston tietokoneille voi asentaa synkronointiohjelman, jonka kautta tietokoneen tiedostoja voidaan varmuuskopioida internetiin. Synkronointiohjelman kansioon voidaan tallentaa esimerkiksi työajanseurantalomakkeet. Toimiston tietokoneella

tehdyt muutokset lomakkeeseen tallentuvat myös verkkoon käyttäjän Google Drive- tai SkyDrive -tilille. Vastavuoroisesti työmatkalla internetin kautta tehdyt muokkaukset tallentuvat myös toimiston tietokoneen synkronointiohjelman kansioon.

Käytin Google Drive -palvelua ryhmätyöskentelyyn ammattikorkeakoulussa ja projektin menojen taulukointiin työskennellessäni kv-toimistossa. Opinnäytetyöhöni tehdyt muutokset tallentuivat talteen Google Drive -tililleni ja sen versiohistoriaan reaaliaikaisesti koko kirjoittamisprosessini ajan. Kaiken kaikkiaan tallennus- ja yhteisdokumentointialustoista kv-toiminnan kannalta hyödyllisiksi koin Picasa-, Photobucket-, Etherpad-, SkyDrive- ja Google Drive -palvelut.

6.7 Pikaviestimet sekä audio- ja neuvotteluvälineet

Pikaviestiminen on Kallialan ja Toikkasen (2008, 81) määritelmän mukaan pikaviestiverkon välityksellä tapahtuvaa synkronista juttelua. Oman käytännön kokemukseni mukaan pikaviestimiä käytetään nopeaan, reaaliajassa tapahtuvaan viestittelyyn toisen pikaviestintä käyttävän henkilön kanssa. Kansainvälisten asioiden toimisto käy viestintää ulkomaisten yhteistyökumppanien sekä ulkomaanvaihoissa olevien opiskelijoiden ja opettajien kanssa jatkuvasti. Verkko-yhteyden kautta toimivien pikaviestimiä, puheluita ja videoneuvotteluja käyttämällä organisaatio säästää rahaa ja aikaa sekä tehostaa toimintaansa. Pikaviestimistä kv-toimiston kannattaa huomioida ainakin WhatsApp-, Skype-, Adobe Connect- ja Google Talk Hangouts -palvelut.

WhatsApp on mobiilisovellus, jolla lähetetään ilmaisia viestejä, kuvia, audioäänitteitä ja videokuvaa toisille palvelun käyttäjille internetyhteyden välityksellä. Viestit tavoittavat käyttäjät nopeasti, sillä sovellus toimii älypuhelimissa tekstiviestin tavoin. Skype on väline ilmaispuhelujen ja -videopuhelujen pitoon. Palvellulla voi soittaa myös suomalaisia liittymiä edullisemmin lanka- ja matkapuhelinnumeroihin. Adobe Connect -huoneilla ja Google Talk -palvelulla on mahdollista pitää usean osallistujan välisiä videoneuvotteluita ja -kokouksia.

6.8 Mobiilisovellukset ja paikannuspalvelut

Mobiilisovellukset ovat mobiililaitteilla toimivia sovelluksia, joita voi hankkia älypuhelimeen. Älypuhelimien käyttöliittymä määrää, mistä verkkokaupasta sovellus on hankittava. Käsittelin manuaalissa olemassa olevista älypuhelinsovelluksista vain muutamia, ja nostin esille Qr-Koodit, Foursquaren, Yelpin ja Instagramin.

Qr-koodeja käytetään markkinointitarkoituksiin ja koodin kuva liitetään yleensä markkinointimateriaaleihin. Jokainen koodi on erilainen ja johtaa ennalta määrättylle internet-sivulle. Älypuhelimien haltijat voivat skannata qr-koodin mobiilisovelluksen skannaustoiminnon avulla ja lukea aiheesta lisää kohteen internet-sivulta.

Foursquare ja Yelp ovat GPS-paikannukseen perustuvia mobiilisovelluksia. Foursquare-palvelun avulla älypuhelimien käyttäjät jakavat sijaintitietojaan. Käyttäjät kirjautuvat sisään eri paikoista ja voivat tarkastella, missä muut palvelun käyttäjät ovat kirjautuneet palveluun. Palveluun voi kirjoittaa arvosteluja vierailemistaan yrityksistä. Foursquaren kautta on mahdollista löytää uusia ja mielenkiintoisia vierailukohteita sekä omassa kotikaupungissa että ulkomailla.

Yelp on yrityspaikkahaku, jolla voi etsiä tietyllä alueella sijaitsevia yrityksiä ja palveluja. Palvelu paikantaa käyttäjän sijainnin ja auttaa häntä löytämään lähialueelta tarvitsemiaan palveluja. Yelp-palvelusta voisi olla apua erityisesti vaihto-opiskelijoille, jotka elävät uudessa ja tuntemattomassa kaupungissa.

Instagram on älypuhelimella otetuille kuville tarkoitettu muokkaus- ja julkaisu-palvelu. Yritykset ovat alkaneet käyttää Instagramia markkinointitarkoituksiin ja julkaista palvelun kautta organisaatiostaan kuvia ja kuvakokoelmia.

6.9 Yhteenveto ja päätelmät

Manuaalissa esittelemiäni palveluja on paljon, yhteensä 35. Kaikkien palvelujen käyttöönotto on mahdotonta, eikä liian monen palvelun käyttö ja ylläpito ole tarkoituksenmukaista. Manuaalissani kuvaan palveluiden toimintoja, joita oli käytössä talvella 2012–2013. Kuten kappaleen 3.3 somen eri aikakausien nykytilaa kuvaavista näkemyksistä voidaan päätellä, palvelut muuttuvat ja kehittyvät nopeaan tahtiin. Onkin hyvin todennäköistä, että vuoden sisällä esittelemiini palveluihin tulee lisätoimintoja ja joitain toimintoja poistuu käytöstä. Sosiaalisessa mediassa palvelujen käyttäjämäärät voivat muuttua nopeasti. Toimivimmat ratkaisut syrjäyttävät vanhat, ja innovatiiviset ideat nousevat suosioon.

Facebook, Twitter ja Google (Plus, Drive, Picasa yms. työkalut) ovat tämän päivän Suomessa somen palvelujen suosituimmat ja ne toimivat koko sosiaalisen median kentän keskipisteenä. Yhteisöpalveluista Facebookin suosiota ja levineisyyttä maailmalla ei voida verrata muihin sosiaalisen median palveluihin. Venäläisten suosiossa olevalla Vkontakte-yhteisöpalvelulla ja Itä-Aasian maiden sisäisillä somen palveluilla on määrällisesti suuret käyttäjämäärät, mutta niitä ei käytetä Facebookin tavoin ympäri maailman. Tästä syystä koulutusorganisaation kansainvälisten asioiden toimiston onkin tärkeää toimia Facebookissa.

Monessa sosiaalisen median kanavassa toimiminen on kannattavaa, jos palvelut linkittää toisiinsa. Facebook-sivut toimivat organisaation markkinointitarkoituksissa. Koulutusorganisaation nettisivulle ja Facebook-sivulle ”tietoja”-osioon voisi lisätä linkkijonon kaikista verkkosivuista ja somen palveluista, joita kv-toimisto käyttää. Julkaisualustoille voi liittää somen logoa kuvaavia some-nappuloita (social media buttons). Nappuloiden kautta lukija pääsee tutustumaan organisaation profiileihin eri sosiaalisen median palveluissa.

Somen palvelun ylläpitäminen on hyvä olla suunniteltua ja säännölliseen päivittämiseen kannattaa asettaa tavoitteita (esim. päivitys ainakin kerran viikossa keskiviikkoamuna). Kv-toimisto voisi valita keskuudestaan vastuuhenkilön, joka sitoutuu tekemään suurimman osan päivityksistä. Sivujen seuraajat saavat kv-toimistosta aktiivisen kuvan, kun sivuja päivitetään säännöllisin väliajoin.

Somen käytössä on mielestäni myös muistettava, että vaikka palvelulla olisi hyvä perusidea, palvelu toimii vain, jos palvelulla on aktiivisia käyttäjiä. Palvelun käytöstä on sovittava yhteistyökumppaneiden kesken. Käyttö on opeteltava ja mahdollisesti opetettava toisille käyttäjille. Julkaisualustojen toimintaa on mainostettava ja käyttäjiä aktivoitava. Toiminnan on oltava kannattavaa palvelun ylläpitoon käytettävään työmäärään nähden. Tämä ei kuitenkaan saisi olla este uusiin palveluihin tutustumiselle.

7 Tuloksista tulevaan

7.1 Pohdinta

Opetushallituksen sosiaalisen median käytön suosituksessa ei oteta kantaa yksittäisten somen palvelujen käyttöön. Eri palvelujen käytöstä organisaation on sovittava sisäisesti ja arvioitava niiden käyttöä tilannekohtaisesti (Opetushallitus 2012c). Päätös sosiaalisen median palvelujen käytöstä on hyvä tehdä yhdessä käyttäjien kanssa (Opetusministeriö 2012d). Omnian olisi hyvä laatia organisaatiolleen, muiden ammatillisten opetuksen järjestäjien tavoin, sosiaalisen median käytön säännöt ja ohjeistus. Somen kanavien käyttöönotto olisi hyvä tehdä näiden ohjeistusten periaatteiden mukaisesti.

Eri somen palvelujen ja niiden mahdollisuuksien selvittämisen sekä lopulta mahdollisen palvelujen käyttöönoton toivottiin tehostavan ja auttavan Omnian kansainvälisten asioiden toimiston toimintaa. Ideani antavat eväitä kv-toiminnan kehittämiseksi, mutta vastuu ideoiden käytäntöön laitosta siirtyy kv-toimiston henkilökunnalle. Tällä hetkellä toimeksiantajalleni on valmistumassa Metropolia Ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä myös globaalien verkostojen markkinointisuunnitelma. Globaalien verkostojen viestintäsuunnitelma valmistui keväällä 2012. Tekemäni selvitys ja sen pohjalta rakennettu manuaali Somen palveluja kv-toiminnan tueksi ehtii siis vaikuttamaan tekeillä olevaan markkinointisuunni-

telmaan. Ehdottamani palvelut ja menetelmät otetaan oletettavasti huomioon viestintäsuunnitelman seuraavassa päivitysvaiheessa.

En luonut Wikispaces-sivuja lukuun ottamatta Omnialle palveluihin valmiita profiileja. Olen antanut toimeksiantajalle ideoita ja tuonut esille eri sovellusten ja palvelujen tarjoamia mahdollisuuksia, jotta Omnian kv-toimisto voi aloittaa somessa toimimisen. Kv-toimiston työ on vaihtelevaa, ja toimiston ulkopuolisena henkilönä pystyin antamaan ehdotuksia palvelujen käyttöönottoavoista viimekädessä vain yleisellä tasolla.

Selvitystä tehdessä toimintaani ohjasi ajatus, että voin antaa suosituksia palvelujen käytölle vain omiin kokemuksiini perustuen. Käytinkin taustatyön tekemiseen ja kuvaohjeiden laatimiseen runsaasti aikaa. Toimeksiantaja toivoi työstäni kompaktia pakettia. Työni on monisivuinen, mutta mielestäni käytettävyydeltään onnistunut. Kaikkien käsittelemieni palvelujen käyttöönotto ei ole tarkoituksenmukaista, mutta eri vaihtoehtojen tiedostamisesta ei voi olla haittaakaan. Tarkoitus ei ole, että henkilökunta lukee manuaalin ja opettelee sen avulla käyttämään kaikkia palveluja. Tarkoitus on, että lukija tutustuu eri palveluihin ”Kv-toimisto”-otsikoiden ja antamieni ehdotusten kautta. Mielestäni on tärkeää, että kiinnostuksen herätessä, tai myöhemmän tarpeen tullen, manuaalista löytyy myös tarkempaa tietoa palveluista.

Jälkeenpäin ajatellen olisin voinut aloittaa palveluiden rajaamis- ja karsimisvaiheen aiemmin. Tutustuin yhteensä noin 80–90 palveluun, joten selvitystyö vei paljon aikaa. Aloittaessani selvitystä en tarkasti tiennyt, miten aion manuaalini rakentaa, vaan keskityin miettimään, mitä palveluja on olemassa, miten ne toimivat ja miten niistä voisi olla hyötyä Omnialle. ”Mitä enemmän, sitä parempi” -ajattelumalli ei loppuen lopuksi ollut ehkä tarkoituksenmukaisin ratkaisu toimeksiannon kannalta. Tein selvitystä motivoituneena, koska mielestäni sosiaalisen median kanavien tunteminen, ja erityisesti se, että osaan käyttää palveluja tulee olemaan minulle arvokas valttikortti työelämässä. Nyt minulla on hyvä käsitys v. 2012 vallitsevan sosiaalisen median kentän tilasta. Jos olisin keskittynyt selvitysvaiheessa rajaamaan kv-toimiston kannalta hyödylliset somen palvelut heti ensituntumalta, olisin saanut työni aiemmin valmiiksi. Olen kuitenkin tyytyväinen

työni tuloksiin ja iloinen, että pysyin kaikesta huolimatta lähellä tavoiteaikatauluani. Olen kiitollinen Omnialle mielenkiintoisesta ja ajankohtaisesta aiheesta. Tein kattavan selvityksen ja löysin monta kv-toiminnan kannalta hyödyllistä palvelua ja toimintoa, joita Omnia aikoo ottaa käyttöönsä tulevaisuudessa. Manuaalin valmistuttua esittelin työni Omnian kv-toimistolle myös suullisesti. Toivon, että kansainvälisten asioiden toimisto saa manuaalin pohjalta myös omia ideoita toimintansa kehittämiseen.

7.2 Web 3.0 ja tulevaisuus

Web 2.0 -nimen käyttöönotosta lähtien on mietitty, onko seuraavaksi kehitymässä Web 3.0 ja mitä se tuo tullessaan. Conrad Wolframin arvion mukaan tulevaisuudessa, Web 3.0:ssa, tietokone ei tarvitse uuden tiedon luomiseen ihmistä, vaan internet alkaa luoda tietoa itsenäisesti. Jonathan Strickland siteeraa internet-asiantuntijoita, jotka uskovat Web 3.0:sta muodostuvan ikään kuin jokaisen käyttäjän henkilökohtainen assistentti, joka tuntee käyttäjänsä. Kaikilla internetin käyttäjillä olisi oma profiili, jonka internet oppisi tuntemaan ja kokoamaan käsityksen käyttäjästä tämän hakujen ja internetin käyttömieltyymysten perusteella. Web 3.0 -maailmassa tietokoneella voi olla pääsy internetin kaikkiin tietolähteisiin, jolloin sillä olisi kyky vastata kaikkiin käyttäjän esittämiin kysymyksiin. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että käyttäjä voisi kysyä tietokoneelta kysymyksiä kuten ”haluan nähdä hyvän elokuvan, onko ideoita?” ja tietokone etsisi internetistä käyttäjää todennäköisesti kiinnostavat elokuvat. Internet voisi myös etsiä käyttäjälle sopivan lomapaketin ja matkan sisällön käyttäjää kiinnostavine aktiviteetteineen esimerkiksi hakutermeillä ”trooppinen matkakohde alle 1000 eurolla”. (Strickland 2011, 1.)

Nykypäivän hakukoneet etsivät tietoa avainsanojen perusteella ymmärtämättä eri asioiden yhteyksiä. Web 3.0:n uskotaan ymmärtävän internetin sisältämää tietoa ja pystyvän käsittelemään sitä uudella tavalla. Web 2.0:ssa internetiä käytetään ihmisten välisten yhteyksien luomiseen, mutta Web 3.0:ssa internetiä voisi käyttää sen sisältämän informaation yhdistelyyn ja tiedon tulkintaan. (Strickland, 2011, 4.)

Strickland (2011,3) on koonnut yhteen teorioita siitä, miten internet voisi tulevaisuudessa kehittyä. Yhden teorian mukaan internet-verkko laajentuu käytettäväksi tietokoneiden ja kännyköiden ulkopuolelle. Käyttäjät kykenisivät olemaan jatkuvasti yhteydessä verkkoon esineiden, kuten vaatteiden välityksellä. Tällä hetkellä puhutaan seitsemästä massamediasta: printti, äänite, elokuva, radio, televisio, internet ja mobiililaitteet. Tuleva kahdeksas median muoto on niin kutsuttu lisätty tai rikastettu todellisuus *augmented reality*. (Ahonen 2012; Aalto 2012). Lisätty todellisuus on järjestelmä, jossa tietokoneella tuotettua tietoa (ääni, video, teksti, kuva, GPS-paikannustieto) on lisätty näkymään keinotekoisesti todellisessa ympäristössä. Rikastetussa todellisuudessa tietokonegrafiikalla luodaan ja lisätään elementtejä todelliseen näkymään läpikatseltavien näyttöjen kautta (Wikipedia 2012; Ahonen 2012). Tästä ensimmäisinä versioina Google lanseerasi vuonna 2012 Project Glass -nimiset silmälasit (Aalto 2012).

Eräs Stricklandin (2012, 3) esille tuomista teorioista kertoo medioiden (mm. radio ja televisio) sulautuvan osaksi internetiä ja muodostavan yhden, internetin välityksellä toimivan jakeluverkoston. Eräs teoria kuvaa Web 3.0 muodostavan kolmiulotteisen, digitaalisen maiseman, jossa esiinnyimme tietokoneella luotuina pelaajahahmoina tai itseämme kuvastavina digitaalisina niin sanottuina Avatar-versioina.

Teknologia-asiantuntija Nova Spivackin teorian (Strickland 2012, 6) mukaan verkko muuttuu 10 vuoden sykleissä sen mukaan, mille puolelle tiedonluonti- ja kehittämismäärä painottuu. Ensin internet toimi It-asiantuntijoiden luomien perusrakenteiden ja palvelun tarjoajien syöttämien tietojen pohjalta. Siitä internet kehittyi käyttäjälähtöiseksi (Web 2.0) ja seuraavaksi painopiste on siirtymässä taas internetin ja tietoteknisten perusrakenteiden kehittämiseen. Näin ollen mahdollinen Web 4.0 voisi kehittyä Web 3.0 mahdollistamien teknisten valmiuksien pohjalta ja johtaa taas uuden aikakauden käyttäjälähtöisen median syntymiseen.

Lopulta kukaan ei kuitenkaan tiedä, syrjäyttävätkö seuraavat Web:n versiot tällä hetkellä käytössä olevat käytännöt vai rakentuvatko niiden ominaisuudet rinnakkain. Stricklandin mukaan olemme jo Web 2.0 -aikakauden lopulla ja me-

nossa nopeasti kohti internetin seuraavia vaiheita. O'Reilly ja Battelle (2009) korostavat, ettei Web 3.0 tule vastaamaan täysin kenenkään oletuksia. Lopulta siitä rakentuu jotain näiden eri asiantuntijoiden esittämien arvioiden väliltä ja jotain aivan muuta.

Lähteet

- Aalto, T. 2012. Google-lasit tekee lopun kännykän vilkuilusta. Tuhat sanaa - blogi. http://tuhatsanaa.net/googlelasit_demottiin_kehittajille 8.10.2012.
- Aarreniemi-Jokipelto, P. 2011. Kohti yhteisöllisen ja henkilökohtaisen oppimisen tilaa sosiaalisen median välinein. Ammatillisten opettajakorkeakoulujen yhteisjulkaisussa Ihanainen, P., Kalli, P. & Kiviniemi, K. (toim). Sosiaalinen media ja verkostoituminen. Helsinki: OKKA.
- Ahonen, T. 2012. Mobiiliasiantuntija. TEDxMongKok -tapahtumassa nauhoitettu puhe. 24.5.2012 <http://www.youtube.com/watch?v=EvyfHuKZGXU> 8.10.2012.
- Cavazza, F. 2012. Social media landscape 2012. <http://www.fredcavazza.net/2012/02/22/social-media-landscape-2012/> 3.2.2013
- Espoon koulutuskuntayhtymä Omnia. 2011. Omnian yleisesite 2011–2012. Espoo. Omnia.
- Hanski-Pitkääkoski, R. 2011. Sosiaalinen media mainostajille ensisijaisesti vuoropuhelua asiakkaiden kanssa. Mainostajien liitto. http://www.mainostajat.fi/mlitto/sivut/Sosiaalinen_media_ja_mainostajat2011.htm. 17.9.2012.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Heikkinen, S. & Kempainen, A. 2012. Omnian globaalit verkostot viestintäsuunnitelma. Espoo. Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnia. PDF-julkaisu kirjoittajan hallussa.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- IROResearch. 2010. Vajaa puolet suomalaisista käyttää sosiaalista mediaa. <http://www.iro.fi/uutinen?id=17274634> 7.11.2012.
- Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Tampere: Oy Finn Lectura Ab.
- Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. 2012. Keudan sosiaalisen median käytön periaatteet. Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä. Järvenpää.
- Karelia-ammattikorkeakoulu. 2013. Opinnäytetyön ohje. Joensuu http://www.karelia.fi/lomakkeet/opinnayte/Karelia_Opinnaytetyon_ohje_2012_joulukuu.pdf 6.2.2012.
- Karjalainen, E.-M. 2010. Facebook – maailman kolmanneksi suurin valtio kasvaa kohisten. Tilastokeskus. http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art_2010-09-07_006.html?s=0 9.10.2012.
- Kuittinen, E. 2011. Oppimisympäristön rakentaminen verkkoon. Sosiaalinen media oppimisympäristönä. Helsingin yliopisto. <https://docs.google.com/present/view?id=0AezLbsnCA9iDZGdrM2g3dzRfMjU0MmhrdnB0c2Rx&pli=12> 9.10.2012.
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social media – Introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampere: Tampere University Press.
- Mayfield, A. 2008. What is social media?. iCrossing. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf 19.9.2012.

- Nurmi, H. 2011. Onko virtuaalimaailmassa helpompi muuttua kuin tavallisessa?. Ammatillisten opettajakorkeakoulujen yhteisjulkaisussa Ihanainen, P., Kalli, P. & Kiviniemi, K. (toim). Sosiaalinen media ja verkostoituminen. Helsinki: OKKA.
- O'Reilly, T & Battelle, J. Web Squared: Web 2.0 Five Years On. Web 2.0 Summit. <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194> 19.9.2012.
- Omnian kansainvälisten asioiden toimisto. 2012. omniaisetmaailmalle <http://omniaisetmaailmalle.wikispaces.com/> 20.11.2012.
- Opetushallitus. 2012 a. Sosiaalisen median opetuskäytön suositukset. Opetushallitus. http://www.oph.fi/download/140104_sosiaalisen_median_opetuskayton_suosituks.pdf 5.11.2011.
- Opetushallitus. toim. Koramo, M. 2012 b. Kansainvälistymisen kehittäminen ammatillisessa peruskoulutuksessa. Raportit ja selvitykset 2012:3.verkkojulkaisu. Edita Prima Oy. http://www.oph.fi/download/140184_Kansainvalistymisen_kehittaminen_ammattillisessa_peruskoulutuksessa.pdf 7.11.2012.
- Opetushallitus. 2012 c. Opetushallitukselta suositukset sosiaalisen median opetuskäytöstä. <http://www.oph.fi/lehdistotiedotteet/2012/01414.11.2012>.
- Opetushallitus. 2012 d. Sosiaalinen media. Opetustoimen turvallisuusopas. http://www.oph.fi/opetustoimen_turvallisuusopas/turvallisuuden_osa-alueita/tietoturva/sosiaalinen_media 5.11.2012.
- Otala, L & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin – Yritys 2.0 tuottamaan. Helsinki: WSOYpro.
- Partanen, H. 2009. Sosiaalinen eli yhteisöllinen media. Kielikello 3/2009. <http://www.kotus.fi/index.phtml?s=3345> 11.9.2012.
- Tuominen, V & Martiskainen, J. 2010. Pkky ja sosiaalinen media- Sosiaalisen median ohjeistus. Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä. Mainostoimisto Fabrik. <http://verkko-opisto.pkky.fi/drupal/sites/default/files/PKKYjaSosiaalinenmedia.pdf> 29.10.2012.
- Pönkä, H. 2012. Opetusympäristön peruspälikoita. Avaimia sosiaaliseen mediaan v.2. <http://www.slideshare.net/hponka/luoti-some-hartov2> 8.10.2012.
- Raunio, H. 2010 Sosiaalinen media on yritysjohtajille vieras. www.tekniikkatalous.fi/tyo/article366380.ece. 11.9.2012.
- Salmenkivi, S & Nyman, N. 2008. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum.
- Sanastokeskus Tsk ry. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Sanastokeskus Tsk ry. Helsinki: http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf 8.10.2012.
- SVT 2010a Suomen virallinen tilasto: Sosiaalinen media vahvasti läsnä nuorten arjessa [verkkojulkaisu]. Helsinki: Suomen virallisen tilaston neuvottelukunta http://www.stat.fi/artikkelit/2010/art_2010-12-22_002.html 20.11.2012.
- SVT 2010b Suomen virallinen tilasto: Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799–3504. 2010, 3. Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö. Helsinki: Tilastokeskus.

http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html viitattu: 20.11.2012.

Strickland, J. 2011. How Web 3.0 Will Work. howstuffworks.

<http://computer.howstuffworks.com/web-302.htm> 27.9.2012.

Wikipedia. 2012. Lisätty todellisuus wikipedia.

http://fi.wikipedia.org/wiki/Lis%C3%A4tty_todellisuus 8.10.2012.