

Sosiaalinen media opiskelun tukena HAAGA-HELIIAssa

Suvi Kallio

Opinnäytetyö

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

2014



Tekijä tai tekijät Suvi Kallio	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010
Raportin nimi Sosiaalinen media opiskelun tukena HAAGA-HELIAssa	Sivu- ja liitesivumäärä 61 + 14
Opettajat tai ohjaajat Mirja Jaakkola	
<p>Sosiaalisen median suosio on kasvanut viime vuosina huimasti ja on nykyään osa monen ihmisen arkea. Opinnäytetyössä tutkitaan sosiaalisen median hyödyntämistä opiskelussa.</p> <p>Opinnäytetyössä perehdytään sosiaalisen median teoriaan, jonka jälkeen on opinnäytetyön tutkimusosuus. Teoriaosuudessa käydään kattavasti läpi eri sosiaalisen median palveluita, sosiaalisen median pelisääntöjä, riskejä ja hyötyjä sekä sosiaalisen median käytön mahdollisuuksia ja haasteita opiskelussa. Tutkimusosuudessa pyritään selvittämään, mitä sosiaalisia medioita HAAGA-HELIAN opiskelijat käyttävät ja minkälaisissa tilanteissa. Selvitetään myös opiskelijoiden mielipiteitä sosiaalisen median hyödyntämisestä opiskelussa.</p> <p>Tutkimuksen vastaukset saatiin kyselytutkimuksen avulla, joka lähetettiin sähköpostin välityksellä opiskelijoille. Tutkimusosuutta havainnollistaa haastattelu, jossa haastateltiin ammattiopiston opettajaa sosiaalisen median käytöstä opetuksessa ja opiskelussa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustuloksissa esitetään kyselyn tuloksia, kaavioita apuna käyttäen. Tuloksissa selviää, että suuri osa kyselyyn vastanneista suhtautuu myönteisesti sosiaalisen median käyttöön opiskelussa, mutta löytyy myös vastaajia, jotka eivät tätä kannata. Monet opiskelijat osaavat jo itse hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia palveluita opiskeluissaan ja suurin osa vastaajista kokee sosiaalisen median käytön opiskelussa olevan tärkeää.</p>	
Asiasanat sosiaalinen media, opiskelu, kyselytutkimus, mielipide	

Degree Programme in Information Technology

<p>Authors Suvi Kallio</p>	<p>Group or year of entry 2010</p>
<p>The title of thesis Social media supporting learning at HAAGA-HELIA University of Applied Sciences</p>	<p>Number of report pages and attachment pages 61 + 14</p>
<p>Advisor(s) Mirja Jaakkola</p>	
<p>The popularity of social media has grown tremendously in recent years and is now part of many people's everyday lives. The purpose of this thesis was to examine how social media can be used to support learning at HAAGA-HELIA University of Applied Sciences.</p> <p>The theoretical part of the thesis covered comprehensively the background information about various social media services, social media rules, risks and benefits, as well as about the use of social media opportunities and challenges in learning. The empirical part of the thesis aimed to find out what social media HAAGA-HELIA students use and in what kind of situations. It also aimed to clarify the students' opinions on utilizing social media for learning purposes.</p> <p>The results were obtained through a questionnaire survey, which was sent via e-mail to the students. In addition, the thesis included is an interview with a teacher from a vocational college to gain further perspective on using social media in teaching and learning.</p> <p>The results of this thesis revealed that a large portion of the respondents reacted positively to the use of social media in learning, but there were also students who had a more negative attitude towards the concept.</p> <p>The thesis concludes that many students already know how to actually take advantage of the services of social media in learning and majority of them feel that the use of social media in learning is important.</p>	
<p>Key words social media, studying, survey, opinion</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Sosiaalinen media	2
3	Sosiaalisen median palvelut.....	5
3.1	Blogipalvelut	5
3.2	Mikroblogipalvelut	6
3.3	Sisältöjen jakopalvelut.....	7
3.4	Tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut.....	8
3.5	Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut.....	8
3.6	Yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut	10
3.7	Verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalvelut	11
3.8	Verkkosisältöjen seuraamispalvelut	12
3.9	Verkkokalenterit	13
4	Sosiaalisen median pelisäännöt, riskit ja hyödyt.....	15
4.1	Sosiaalisen median pelisäännöt.....	15
4.2	Sosiaalisen median riskit	17
4.3	Sosiaalisen median hyödyt.....	23
5	Sosiaalinen media opiskelussa	25
5.1	Palveluiden käyttö opiskelussa.....	25
5.2	Sosiaalisen median käytön mahdollisuudet opiskelussa	26
6	Tutkimus	28
6.1	Kyselytutkimuksen toteuttaminen	28
6.2	Haastattelu.....	29
7	Tutkimustulokset ja analysointi	30
7.1	Perustiedot	30
7.2	Sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla.....	35
7.3	Sosiaalisen median käyttö opiskelussa	39
7.4	Haastattelu.....	53
8	Johtopäätökset.....	56
9	Yhteenveto	61
	Lähteet.....	62

Liitteet.....	69
Liite 1. VAHTI 4/2010 listaamat 10 yleisohjetta sosiaalisen median käyttäjälle	69
Liite 2. Tunnettujen sosiaalisten medioiden käyttöehdot	71
Liite 3. Kyselylomakkeen kysymykset	75
Liite 4. Opettaja Esko Hentilälle esitetyt haastattelukysymykset	69
Liite 5. Kuvio sosiaalisen median palvelujen käytöstä vapaa-ajalla koulutusaloittain	80
Liite 6. Kuvio sosiaalisen median palvelujen käytöstä opiskelussa koulutusaloittain	81
Liite 7. Kuvio sosiaalisen median tärkeydestä opiskelussa koulutusaloittain	82

1 Johdanto

Sosiaalinen media on kasvattanut suosiotaan huomasti viime vuosina. Se yhdistää ihmisiä ympäri maailman ja näin luo täysin uudenlaista yhteisöllisyyttä ja verkostoitumista, mikä myös tekee sosiaalisesta mediasta kiinnostavan ja tutkittavan. Sosiaalinen media on levinnyt korkeakouluihin opiskelijoiden apu- ja työvälineiksi kursseilla. Onkin ajankohtaista tutkia, miten opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa apuna opiskelussa ja kokevatko he sen hyödylliseksi apuvälineeksi.

Tutkimuksen tehtävänä on saada selville mitä hyötyä HAAGA-HELIAn opiskelijoiden mielestä sosiaalisen median käytöstä on opiskelussa sekä millä tavoin sosiaalista mediaa voidaan heidän mielestään hyödyntää. Tutkitaan myös mitä sosiaalisia medioita opiskelijat käyttävät ja minkälaisissa tilanteissa.

Tutkimuksella tavoitellaan tietoa siitä, miten opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa HAAGA-HELIAssa. Tutkimuksen avulla voidaan löytää uusia ideoita siitä, millä tavalla sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää opiskelussa. Saadaan myös tietoa opiskelijoiden valmiuksista sosiaalisen median käytössä sekä onko heillä halukkuutta käyttää sosiaalista mediaa opiskelun tukena.

Tutkimuksessa suoritetaan kyselytutkimus, jonka avulla kerätään tietoa HAAGA-HELIAn opiskelijoiden käyttötottumuksista sosiaalisessa mediassa sekä heidän mielipiteitä ja kokemuksia sosiaalisen median käytössä opiskelussa. Tutkimus rajataan HAAGA-HELIAn kaikkien toimipisteiden suomenkielisiin opiskelijoihin, jotka ovat aloittaneet opiskelun vuosina 2013 ja 2012. Tutkimusosuutta täydentää haastattelu, jossa haastateltiin ammattiopiston opettajaa sosiaalisen median käytöstä opetuksessa ja opiskelussa.

2 Sosiaalinen media

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan verkossa tapahtuvaa julkista keskustelua sekä tiedonrakentelua ja jakamista. Sosiaalinen media voidaan määrittellä prosessiksi, joka on sidonnainen teknologiaan. Prosessissa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla. (Kalliala & Toikkanen 2012, 18; Erkkola 2008, 83.)

Käsiteltäessä termiä sosiaalinen media, sosiaalisella tarkoitetaan yleensä vuorovaikutusta ihmisten välillä, kun taas mediallyä tarkoitetaan sekä informaatiota että erilaisia kanavia ja palveluita joiden avulla informaatiota välitetään ja jaetaan. Hintikan mukaan sosiaalisen median tunnetuimmat pääpiirteet ovat sen helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus, maksuttomuus ja yhteisöllisyys. (Hintikka.)

Sosiaalisen median palveluissa ja sovelluksissa yhdistyvät käyttäjien välinen kommunikointi sekä sisällön tuottaminen. Sosiaalisen median ansiosta ilmenee enemmän sosiaalisuutta, verkottumista sekä yhteisöllisyyttä. Sosiaalinen media viehättää käyttäjiään erityisesti siksi, koska se on käyttäjälähtöistä. Sisällön tuottavat siis itse käyttäjät. Viestijän ja vastaanottajan välinen ero hälvenee huomattavasti, sillä useimmat sosiaalisen median sovellukset perustuvat kokonaan käyttäjien itse tuottamaan sisältöön. (Bäck, Kangas & Toivonen 2007, 14; Hintikka.)

Ydinkäsitteet

Sosiaalisen median ydinkäsitteiksi luokitellaan Web 2.0, sisältö ja yhteisöt. Web 2.0 -teknologian ansiosta sosiaalisen median tuottaminen ja jakaminen internetissä on vattomampaa. Web 2.0 tarjoaa toimivan ympäristön sosiaaliselle mediallyä yhdessä käyttäjien sisällön ja yhteisöjen kanssa. (Bäck ym. 2007, 11 – 15.)



Kuva 1. Ydinkäsitteet (Bäck ym. 2007, 11)

Web 2.0

Termi Web 2.0 lanseerattiin vuonna 2004 Tim O'Reillyn ja MediaLive Internationalin konferenssia varten, jonka jälkeen kyseisen termin käyttö on levinnyt laajempaan käyttöön (O'Reilly 2005). Mäen (2008, 13) mukaan Web 2.0 -teknologian pääolemuksena on verkon muuttuminen alustaksi.

Web 2.0 ei ole mikään tiukka määritelmä tai malli, vaan termillä tarkoitetaan uutta toimintatapaa ja ideologiaa. Web 2.0 on siis teknologian uudenlaista hyödyntämistä. Mäki (2008, 13) kirjoittaakin tutkielmassaan: ”Web 2.0 on kooste uusia ideoita, vanhoja innovaatioita (jotka vasta nyt ovat saaneet nimen), vanhoja tekniikoita, ilmaantuneita ominaisuuksia ja havaittuja piirteitä, joilla ei välttämättä ole edes mitään tekemistä toistensa kanssa.” Ominaista Web 2.0:lle on sen vahva yhteisöllisyys, sillä monien palvelujen pääajatuksena on koota ihmisiä yhteen. (Kiri 2009; Mäki 2008, 13.)

Sisältö

Yksittäiset käyttäjät jakavat ja tuottavat sisältöä sosiaalisessa mediassa ja näin he tuottavat uutta, muokattua ja luokiteltua sisältöä. Uutta sisältöä voi olla mm. erilaiset tekstit, kuvat ja videot joita lisätään sosiaaliseen mediaan. Koosteet sekä videoiden muokkaaminen ovat esimerkkejä muokatusta sisällöstä. Luokitelluksi sisällöksi kutsutaan esimerkiksi käyttäjien laatimia soittolistoja ja arvosteluja. (Bäck ym. 2007, 13.)

Yhteisöt

Sosiaalinen media mahdollistaa yhteisöllisyyden ilmenemisen täysin uudella tavalla, sillä yhteisöjen ei tarvitse enää olla paikka- ja aikariippuvaisia (Bäck ym. 2007, 14). Erkkolan (2008, 74) mukaan Internet ja sosiaalinen media luovatkin täysin uusia yhteisöjä, sekä tukevat jo olemassa olevia yhteisöjä.

3 Sosiaalisen median palvelut

Sosiaalisen median palveluita on monia. Löytyy monenlaisia palvelukategorioita, joihin kuuluu paljon erilaisia palveluita. Löytyy blogipalveluita, mikroblogipalveluita, sisältöjen jakopalveluita, tiedostojen säilytys- ja jakopalveluita, yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita, verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita, verkkosisältöjen seuraamispalveluita ja verkkokalentereita.

3.1 Blogipalvelut

Blogipalvelut ovat palveluita, jotka tarjoavat alustoja blogien kirjoittamiselle. Blogit ovat Internetissä julkaistavia, helposti ylläpidettäviä ja päivitettäviä verkkosivuja ja niiden suosio on kasvanut huimasti viime vuosina. Blogien monikäyttöisyyttä voidaan pitää niiden suosion kasvun syynä. Tunnettuja blogipalveluita ovat Blogger, WordPress ja Vuodatus. (Airaksinen 2010; Rongas 2012a.)

Blogger

Googlen omistama blogipalvelu Blogger tarjoaa käyttäjilleen palvelun, jonka avulla käyttäjät voivat kertoa elämästään, jakaa ajatuksia ja mielipiteitä ja herättää keskustelua eri aiheista. Palveluun voi käyttäjä perustaa oman blogin eli päiväkirjan. Käyttäjä voi tehdä blogistaan mieleisensä näköisen Bloggerin omalla mallin suunnittelutyökalulla, joka tarjoaa paljon erilaisia ulkoasumalleja. Blogger antaa mahdollisuuden myös kokeneille käyttäjille muokata blogin ulkoasun HTML- ja CSS-koodeja. (Google 2013b.)

Bloggerissa on helppokäyttöinen ja yksinkertainen käyttöliittymä, mikä on helposti omaksuttavissa. Siinä on helppo muokata tekstiä ja esimerkiksi lisätä kuvia ja videoita tekstin joukkoon. Automaattitallennus tallentaa blogitekstin automaattisesti aina kun kirjoittaessa tehdään muutoksia tekstiin. (Google 2013b.)

WordPress

WordPress on julkaisualusta, jonka avulla käyttäjä voi julkaista sisältöä haluamallaan tavalla. WordPressillä on paljon ominaisuuksia, joiden avulla sen käyttö on helpompaa ja sisällön julkaiseminen vaivattomampaa. WordPressin voi käyttäjä joko ladata ja lait-

taa toimintaan omalle koneelle tai palvelimelle, tai perustaa WordPressin sivuilla oman blogin. Ladattuna WordPressissä on paljon enemmän ominaisuuksia ja ulkoasun ja teemojen muokkaaminen oman mielen mukaan on mahdollista. (WordPress 2013.)

Vuodatus.net

Vuodatus on suomalainen blogipalvelu, joka tarjoaa ilmaiset ja helpot työkalut blogin kirjoittamista varten. Käyttäjän pitää rekisteröityä palveluun, jolloin oman blogin luonti onnistuu. Blogin ulkoasua voi muokata. Käyttäjät voivat seurata muiden käyttäjien blogipäivityksiä sekä myös seurata kavereiden tekemisiä palvelussa. (Vuodatus 2013.)

3.2 Mikroblogipalvelut

Mikroblogipalvelut tarjoavat alustoja mikroblogin kirjoittamiselle. Mikroblogeilla tarkoitetaan palveluita, joissa ideana on julkaista vain lyhyitä viestejä. Mobiilikäytön kätevyys on mikrobloggaamisessa olennaista, sillä mobiililaitteilla on helppo lähettää ja lukea lyhyitä viestejä. Laajasti tunnettu mikroblogipalvelu on Twitter. (Rongas 2012b.)

Twitter

Twitter mainostaa itseään reaaliaikaisena informaatioverkkona, joka yhdistää käyttäjän uusimpiin kertomuksiin, ideoihin, mielipiteisiin ja uutisiin, joita käyttäjä itse pitää mielenkiintoisina. Käyttäjät voivat kirjoittaa lyhyitä tekstejä, joita kutsutaan twiiteiksi, muiden seuraajien näkyville. Yhden twiitin pituus on maksimissaan 140 merkkiä, eli tekstit eivät ole kovin pitkiä. Käyttäjä voi lisätä twiitteihinsä tekstin lisäksi myös valokuvia, videoita ja keskusteluja havainnollistamaan kertomuksia. (Twitter 2013.)

140 merkin twiitteihin pyrkivät Twitterin käyttäjät mahdollistamaan oman viestinsä, ja tämän myötä on syntynyt erilaisia lyhenteitä ja merkkejä havainnollistamaan tehokkaammin ja tiivistetympin viestejä. Yleisimpiä ja tärkeimpiä lyhenteitä ja merkkejä Twitterin käyttäjille ovat @-merkki, #-merkki sekä linkkien lyhennysominaisuus. @-merkki sanan edessä muodostaa linkin kyseiseen käyttäjäprofiliin, #-merkki (jota kutsutaan hashtagiksi) sanan edessä muodostaa kyseisen sanan viestikanan, josta näkee kaikki viestit, jotka ovat merkitty samaan hashtiin ja Twitterin oma linkkien lyhennysominaisuus auttaa käyttäjiä jakamaan enemmän linkkejä, kun niitä on mahdollista

lyhentää mahtumaan twiittiin. (Rongas 2012a.)

3.3 Sisältöjen jakopalvelut

Sisältöjen jakopalvelut tarjoavat tallennustilaa ja jakopalveluja käyttäjilleen. Palveluissa voidaan jakaa mm. kuvia, videoita, esityksiä, diaesityksiä, tiedostoja ja tekstejä. Suosituin sisällönjakopalvelu on videoiden jakopalvelu YouTube. Muita sisältöjen jakopalveluita on Flickr, Photobucket, Instagram ja Slideshare. (Rongas 2012c.)

YouTube

YouTube on videoiden jakopalvelu, joka mahdollistaa käyttäjiä etsimään, katsomaan ja jakamaan käyttäjien itse luomia videoita. YouTube tarjoaa alustan ihmisille yhteydenottoon ja tiedon jakamiseen. Palvelu toimii monella eri kielellä ja palvelua voi selata myös suomeksi. (YouTube 2013.)

Flickr

Flickr mainostaa itseään lähes parhaana palveluna valokuvien hallintaan ja jakamiseen. Palvelun kaksi päätavoitetta on auttaa ihmisiä saamaan kuvansa näkyville muille ja halu mahdollistaa uusia tapoja kuvien ja videoiden organisointiin. Flickr -palvelussa käyttäjä voi luoda profiilin, jonne voi ladata omia valokuvia ja videoita muiden nähtäväksi. (Flickr 2013.)

Photobucket

Photobucket tarjoaa käyttäjilleen kuvien ja videoiden säilytys- ja jakotilaa. Palvelussa käyttäjät voivat myös arvostella muiden materiaaleja. Palvelu on käyttäjilleen ilmainen, mutta maksullisella käyttäjäprofiililla saa enemmän tallennustilaa materiaaleille. (Photobucket 2013.)

Instagram

Instagram on kuvien jakopalvelu, jossa käyttäjät voivat jakaa elämäänsä muille kuvien avulla. Palvelun sovellus ladataan puhelimeen tai taulutietokoneeseen. Instagramiin lisättäessä kuvaa voi siihen valita haluamansa efektin (joita kutsutaan myös suodattimiksi) ja muokkauksen, jonka jälkeen kuva tallennetaan palveluun muiden nähtäville.

Palvelussa käyttäjät voivat seurata haluamiaan käyttäjiä ja heidän kuvajulkaisujaan. (Instagram 2013.)

3.4 Tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut

Tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut tarjoavat käyttäjilleen tallennustilaa tiedostoille ja palveluja, jotka mahdollistavat tiedostojen helpon jakamisen muille (Kalliala & Toikkonen 2012, 32).

Google Drive

Google Drive on Googlen palvelu, joka tarjoaa tallennustilaa käyttäjille. Tiedostot ja kaikki muu sisältö ovat aina käytettävissä, sillä ne sijaitsevat verkossa. Niihin käsiksi päästäkseen käyttäjä tarvitsee vain toimivan Internetyhteyden. Google Drive tarjoaa 15 Gt:n tallennustilan jokaiselle käyttäjälle ja palvelu on vielä täysin ilmainen. (Google 2013a.)

Microsoft SkyDrive

SkyDrive on Microsoftin oma palvelu verkkotallentamiseen. SkyDriven pääajatus on sama kuin Google Driven. Tiedostot tallentuvat verkkoon ja näin pysyvät tallessa vaikka itse laitteelle tapahtuisi jotain. SkyDrivessa on tallennustilaa tiedostoille 7Gt:a. (Microsoft 2013.)

Dropbox

Dropbox tarjoaa myös tallennustilaa käyttäjille. Ajatus on sama kuin Google Drivessa ja Microsoft SkyDrivessa. Dropboxiin tallennetut tiedostot tallentuvat verkkoon ja ovat saatavilla mistä vain, kunhan on Internetyhteys käytettävissä. Dropboxissa on ilmaisella tunnuksella tallennustilaa 2 Gt:a, ja maksullisilla tunnuksilla on mahdollista saada jopa 100 Gt:n tallennustilan. (Dropbox 2013.)

3.5 Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut

Verkostoitumispalvelujen ajatuksena on tuottaa palveluja, joissa ihmiset voivat kokoontua ja verkostoitua. Palvelut mahdollistavat käyttäjän luomaan oman verkostonsa, lähettämään viestejä ja jakamaan tilapäivityksiä verkostolleen. Käyttäjä pystyy tykkäämään

muiden käyttäjien sisällöstä sekä jakamaan sisältöä eteenpäin. Monet palvelut mahdollistavat käyttäjiä tuottamaan ja muokkaamaan sisältöä ja käyttämään palvelua mobiilina. Yhteisö- ja verkostoitumispalveluita ovat mm. Facebook, Google+, MySpace ja LinkedIn. (Rongas 2012d.)

Facebook

Facebook on yhteisö- ja verkostoitumispalvelu, jota ihmiset käyttävät pitääkseen yhteyttä perheen ja ystävien kanssa, pysyäkseen perillä mitä maailmalla paraikaa tapahtuu ja jakaakseen ja ilmaistakseen heille tärkeitä asioita muille. Facebook -palvelu on käyttäjilleen ilmainen, mutta sen kohderyhmänä ovat mainostajat, sillä palvelu tienaa mainoksilla, joita kohdistetaan käyttäjien omien tietojen mukaan. (Facebook 2013; Pitkänen 2010.)

Facebook-palvelussa käyttäjä voi luoda profiilin, lisätä sinne kuvia ja videoita, kirjoittaa tilapäivityksiä ja lisätä tietoa itsestään. Facebookissa on myös pikaviestiominaisuus, jonka avulla käyttäjät voivat keskustella keskenään. Palvelussa voi myös perustaa tapahtumia ja ryhmiä, joihin voi kutsua muita käyttäjiä. (Facebook 2013.)

Facebook on yritys, joka kehittää tiuhaan tahtiin palveluaan ja se tarjoaakin käyttäjilleen kiehtovan, hauskan ja erittäin informoivan kokemuksen. Facebook on kehittänyt palvelustaan myös mobiiliversion älypuhelimille, jolla voi päivittää Facebookia ja ylläpitää omaa sivua samalla tavalla kuin kotikoneellakin voisi. (Valtari 2012.)

Google+

Googlen kehittämä yhteisöpalvelu Google+ on otollinen kilpailija Facebookille. Google+ on palvelu, jonka mukaan käyttäjät voivat olla lähellä juuri heille tärkeitä ihmisiä, olla heihin yhteydessä ja jakaa heille elämän tärkeitä hetkiä. (Google 2013c.)

Palvelussa käyttäjä voi luoda oman profiilin, jossa on enemmän tietoa itsestä ja omista mielenkiinnonkohteista. Profiiliin voi lisätä kuvia ja tekstiä informoimaan tehokkaammin muita käyttäjiä. Profiiliin voi lisätä profiilikuvan joka näkyy muille kavereille, lyhyen esittelyn sekä muita tietoja. Piirien avulla käyttäjä voi rajata omien tietojensa näkyvyyttä vain haluamilleen piireille. (Google 2013c.)

Google+:n piirit on yksi tunnetuin Google+ palvelun uudenlainen ominaisuus ja ne ovat keskeinen osa Google+:aa. Piirien ajatuksena on, että käyttäjä voi ryhmitellä profilinsa kaverit tietyntylaisiin piireihin, vähän kuin tosielämässäkin ihmiset saattavat ryhmitellä tuntemiaan ihmisiä. Piirejä voi olla esimerkiksi parhaat kaverit, työkaverit ja perhe. Piirien avulla käyttäjä voi jakaa sisältöä keskitetysti vain niille, joille haluaa sisällönsä näkyvän. (Google 2013d.)

MySpace

MySpace on internetyhteisö, joka on painottunut musiikkiin. MySpace mahdollistaa artistien ja heidän tuotannon esilletuonnin sekä käyttäjille pääsyn valtavaan digitaaliseen musiikkikirjastoon. Vaikka palvelu on painottunut musiikkiin ja verkostoitumiseen, on sen tarkoituksena saada kaikenlaiset artistit, muusikoista valokuvaajiin, saamaan yhteyden yleisöön ja yhteistyökumppaneihin. (MySpace 2013.)

LinkedIn

LinkedIn on ammattilaisille tarkoitettu verkostoitumispalvelu. LinkedIn -palvelussa käyttäjä voi luoda oman profiilin ja sitä myötä alkaa rakentaa omaa ammatillista identiteettiä verkossa. Palveluun voi käyttäjä ladata oman CV:n, lisätä tietoa itsestä ja saada suosituksia entisiltä esimiehiltä sekä suositella myös muita. Käyttäjä voi palvelun avulla olla yhteydessä työtovereihin ja luokkatovereihin. Palvelun avulla voidaan löytää uusia ammatillisia mahdollisuuksia, työsopimuksia ja uusia hankkeita. (LinkedIn 2013.)

3.6 Yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut

Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluiden avulla voidaan tuottaa sisältöä monen käyttäjän voimin. Wikeissä tosin sisältöä voi muokata vain yksi käyttäjä kerrallaan, mutta löytyy myös palveluita, joissa voi useampi käyttäjä reaaliaikaisesti muokata sisältöä. Wikit ja Wikipedia sekä Google Drive ovat esimerkkejä erilaisista yhteisöllisen kirjoittamisen palveluista. (Rongas 2012g.)

Wikiti

Wikejä voi toteuttaa erilaisilla palveluilla, kuten MediaWiki, Wikispaces tai Purot - palveluilla. Wikiti tehdään muokkaamalla sivuja. Sivuja voi joko muokata kuka tahansa tai wikin ylläpitäjän määrittelemä joukko. Wikin rakentaminen aloitetaan yhdeltä sivulta, jonka jälkeen lisätään uusia sivuja, muokataan sivuja ja linkitetään sivuja keskenään. Pienissä wikeissä voi olla navigointipalkki sivulla, kun taas laajemmissa wikeissä (Wikipedia) sisällön löytäminen perustuu hakutoimintoon ja sivujen linkitykseen. (Rongas 2012h.)

Wikipedia

Wikipedia on ilmainen yhteisöllisen kirjoittamisen ja vapaan sisällön tietosanakirja. Wikipedia perustuu wiki-tekniikkaan sekä vapaaehtoisten ihmisten aktiivisuuteen kirjoittaa. Kuka tahansa käyttäjä voi muokata tietosanakirjan sivuja muille käyttäjille nähtäväksi. (Wikipedia 2013.)

Google Drive

Google Drive tarjoaa tallennustilan lisäksi työkalun asiakirjojen luomiseen. Käyttäjä voi luoda dokumentteja, taulukoita ja esityksiä. Google Drive tallentaa jokaisen muutoksen automaattisesti ja pysyvästi, eikä siihen tarvitse erillistä napinpainallusta. Asiakirjoja voi tehdä monen käyttäjän voimin, sillä ne voi jakaa muille käyttäjille ja kaikki käyttäjät voivat muokata asiakirjaa samanaikaisesti. Kaikki asiakirjaa tarkastelevat käyttäjät näkevät muiden käyttäjien tehdyt muutokset asiakirjassa reaaliaikaisesti. Asiakirjan muokkaustilassa on myös pikaviestimismahdollisuus, ja näin käyttäjät voivat keskustella keskenään asiakirjaa muokatessa. (Google 2013a.)

3.7 Verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalvelut

Verkkoyhteyksien avulla ihmiset pystyvät viestimään keskenään reaaliaikaisesti verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluilla. Verkkopuhelupalveluissa yleensä kerätään kontakteja käyttäjän omaan henkilöhakemistoon, jossa näkyy muiden käyttäjien läsnäolo palvelussa. Usein myös käyttäjät voivat kommunikoida keskenään verkon ylitse kasvotusten, sillä monissa palveluissa videopuhelut ovat mahdollisia. Useissa pikaviestintäpalveluissa voi tekstipohjaisen pikaviestinnän lisäksi myös puhua keskenään ja käyttää videoyhteyt-

tä. Tunnettuja verkkopuhelupalveluja ovat mm. Skype ja Googlen pikaviestipalvelu Google Hangouts, joka tarjoaa pikaviestintään paljon erilaisia ominaisuuksia. (Rongas 2012f.)

Skype

Skypen avulla käyttäjät voivat olla ääni- ja kuvayhteydessä keskenään. Skypen kautta käyttäjä voi olla yhteydessä kaikkiin, joilla on Skype-tunnus. Käyttäjät pystyvät myös jakamaan pikaviestejä, ääniviestejä, kuvia, videoita ja tiedostoja Skypessä toisilleen. Alkuun päästäkseen Skypen käytössä tarvitsee käyttäjä toimivan Internetyhteyden, mikrofonin ja kaiuttimet tai kuulokemikrofonin ja mahdollisesti nettikameran. Palvelu toimii ilman nettikameraakin, mutta tällöin vastapuoli kuulee vain käyttäjän äänen, eikä näe häntä reaaliaikaisesti ruudulta. Nettikamera on tarkoitettu siis videopuheluita varten. (Skype 2013a.)

Skypen käyttö onnistuu melkein missä vain ja milloin vain. Palvelu on mahdollista saada tietokoneelle, matkapuhelimelle, taulutietokoneelle, televisioon ja kotipuhelimeenkin. (Skype 2013a.)

Google Hangouts

Googlen kehittämä Hangouts-palvelu on pikaviestintäpalvelu, jossa on monipuolisesti erilaisia ominaisuuksia tarjolla käyttäjälle. Palvelun avulla käyttäjä voi lähettää viestejä, valokuvia ja hymiöitä ja soittaa videopuheluita. Palvelua voi käyttää sekä kotona kotikoneelta että liikkeessä mobiiliversiona. (Google 2013f.)

Hangouts-palvelun täydet ominaisuudet saadaan käyttöön, jos käyttäjällä on Google+ käyttäjätili. Tällöin käyttäjä voi soittaa ryhmävideopuheluita, jakaa valokuvia sekä käyttää palvelua Google+ -palvelun piirien kanssa. (Google 2013f.)

3.8 Verkkosisältöjen seuraamispalvelut

Verkkosisältöjen seuraamispalvelujen avulla käyttäjä voi koota samaan näkymään eri verkkosisältöjä seuratakseen niitä helpommin ja kätevämmiin. RSS-syötteen avulla voi seurata eri sisältöjä. (Rongas 2012e.)

RSS

RSS eli Really Simple Syndication on sisältöprotokolla, joka perustuu XML-kieleen. Se on yleensä verkkopalvelun tarjoama tiedosto, jossa on päivittyvää sisältöä. Esimerkiksi uutislehdet voivat tehdä RSS-syötteen, joka sisältää lehden uusimpia uutisia. RSS-syötteen ovat hyviä apuvälineitä verkon käyttäjille. Syötteellä tarkoitetaan sisältölähteen tuoreinta julkaisua tai päivitystä. Syötettä voi seurata erilaisin tavoin: verkkopalvelussa, selaimen tai sähköpostiin integroidussa lukuohjelmassa tai erillisen lukijaohjelman avulla. Mobiililaitteille on myös mahdollista saada erilaisia syötteiden lukuohjelmia. (Jorkki.com 2006; Rongas 2012e.)

Syötteen ajatus piilee siinä, että käyttäjän ei tarvitse vieraila kyseisellä sivulla ainoastaan tarkistaakseen, onko uutta sisältöä mahdollisesti jo tullut palveluun. RSS-syötteen avulla käyttäjä näkee saman tien vierailematta palvelussa, että onko sinne tullut jo uutta sisältöä. RSS-lukijat lukevat RSS-syötettä ja käyttäjä tarvitsee lukijoita lukeakseen RSS-syötettä. RSS-lukija käy tarkistamassa RSS-syötteen säännöllisesti, ja jos niihin on ilmestynyt uutta sisältöä, niin RSS-lukija ilmoittaa siitä käyttäjälle. (Jorkki.com 2006.)

Syötteenlukijoita on tarjolla monenlaisia. Useimmat internetselaimet tarjoavat syötteenlukijoita. Esimerkiksi Firefox-selaimen pystyy lisäämään RSS lukija -lisäosan, jonka avulla RSS-syötteiden luku on mahdollista selaimen kautta. Lukijoita pystyy asentamaan myös suoraan tietokoneelle tai mobiililaitteelle, esimerkkinä lukijaohjelma FeedReader. (Peda.net 2006.)

3.9 Verkkokalenterit

Verkkokalenterit ovat verkossa sijaitsevia kalentereita. Verkkokalenterien hyvänä puoleena pidetään niiden keveyttä ja yksinkertaisuutta sekä mahdollisuutta päästä kalenteriin käsiksi mistä tahansa, kunhan on Internet-yhteys käytettävissä. (Reiss 2008, 1.)

Google kalenteri

Google tarjoaa käyttäjilleen ilmaisen verkkokalenterin käyttöön. Kalenteri sijaitsee verkossa ja käyttäjä pääsee käsiksi siihen paikasta riippumatta. Kalenterin voi synkronoida

toimimaan myös älypuhelimella ja taulutietokoneella. Käyttäjä voi jakaa kalenterinsa haluamilleen henkilöille, tai pitää sen vain itselle näkyvänä. Kalenterin voi myös asettaa lähettämään muistutuksia joko sähköpostitse tai tekstiviestinä, kun jokin kalenterin tapahtuma on lähestymässä. Käyttäjä voi myös lähettää kalenterikutsuja tapahtumiin muille käyttäjille, jotka voivat vastata kutsuihin sähköpostilla tai kalenterin avulla.

(Google 2013e.)

4 Sosiaalisen median pelisäännöt, riskit ja hyödyt

Sosiaalisessa mediassa käyttäjien tulee käyttäytyä muita kunnioittaen ja yhteisiä pelisääntöjä noudattaen. Sosiaalinen media sisältää myös riskejä ja hyötyjä, joita on hyvä tiedostaa. Kappaleessa kerrotaan, mitä seikkoja käyttäjien tulee huomioida sosiaalisessa mediassa asioidessaan.

4.1 Sosiaalisen median pelisäännöt

Sosiaalisessa mediassa ja verkkoyhteisöissä pätee samat säännöt kuin missä tahansa muussakin toiminnassa Internetissä. Jokainen käyttäjä kantaa itse vastuun tuottamasta sisällöstä, tietoturvasta ja tietosuojasta. Määräyksiä ja ohjeita on noudatettava, jotka yleensä määritellään eri organisaatioissa, yrityksissä ja kouluissa, joissa sosiaalista mediaa käytetään. Käyttäjien on myös kunnioitettava muiden yksityisyyttä ja tietoturvalisuutta. Jokaisella käyttäjällä on oikeus yksityisyyteen eikä sitä tule rikkoa. (Andreasson & Koivisto 2013, 152 – 153.)

Valtiovarainministeriö (2010, 36, 37) on listannut 10 yleisohjetta sosiaalisen median käyttöön (liite 1). Ohjeessa kehoitetaan sosiaalisen median käyttäjää tutustumaan oman organisaationsa sosiaalisten medioiden käyttöpolitiikkaan ja mahdollisesti osallistumaan järjestettyihin koulutuksiin tietoturvasta. Jos käyttäjä epäilee joutuneensa huijatuksi tai hyökkäyksen uhriksi, ohjeessa kehoitetaan pyytämään apua ja mahdollisesti tekemään rikosilmoitus aiheesta.

Ohjeessa tähdennetään, että jos sosiaalisen median käyttäjä mainitsee jonkin palvelun henkilöprofiilissa työnantajansa, esiintyy hän silloin organisaation epävirallisena edustajana. Silloin pitää muistaa käyttäytyä sen mukaisesti, eli valikoida tarkasti, mitä kaikkea työnantajastaan paljastaa palvelussa muille. (Valtiovarainministeriö 2010, 36, 37.)

Salasanaturvallisuus on huomionarvoinen asia Internetissä asioidessa. Ohje kehottaa olla käyttämättä samoja salasanoja työ- ja vapaa-ajan palveluissa sekä kiinnittämään huomiota salasanan vahvuuteen. Käyttäjän tulee myös varoa ja huomioida mitä tietoja, valokuvia ja materiaalia palveluun syöttää. Palveluihin kannattaa varoa syöttämästä liian

henkilökohtaista tietoa, sillä palveluntarjoajalla voi olla oikeudet profiilin tietoihin ja näin niitä voidaan käyttää muuallakin. Tämän myötä käyttäjän olisi hyvä tutustua palveluiden käyttöehtoihin. Käyttöehtojen ohella käyttäjän kannattaa tarkistaa oman käyttäjäprofiilinsa yksityisyysuojan asetukset ja muokata niitä niin, että profiilin tiedot näkyvät vain halutuille käyttäjille. (Valtiovarainministeriö 2010, 36, 37.)

Ihmiset suhtautuvat eri tavoin sosiaalisiin medioihin ja muiden suhtautumisia ja mielipiteitä pitää kunnioittaa. Jos jotkut eivät halua tietoaan tai kuviaan näkyviin palveluihin, heidän toiveita tulee noudattaa. (Valtiovarainministeriö 2010, 36, 37.)

Sosiaalisen median palveluissa voi käyttäjä törmätä vieraisiin ja hämärään näköisiin linkkeihin. Niitä kannattaa varoa ja olla napsauttamatta. Myös tuntemattomien ihmisten lähestymisyritykset ja kaveripyynnöt on hyvä olla hyväksymättä. Palveluissa asioidessa kannattaa myös huomioida, mistä asioista keskustelea muiden kanssa. Salaisen tiedon kanssa kannattaa olla huolellinen. (Valtiovarainministeriö 2010, 36, 37.)

Käyttäjän tietokoneen päivitykset tulisi olla kunnossa. Käyttäjän omaksi tarkistettavaksi jää, että tietokoneen käyttöjärjestelmäpäivitykset ovat kunnossa ja että palomuuuri ja haittaohjelmien torjuntaohjelmistot ovat käytössä ja päivitettyjä. (Valtiovarainministeriö 2010, 36, 37.)

Jos käyttäjä haluaa antaa muille mahdollisuuden käyttää hänen aineistoaan, esimerkiksi kuvia, blogikirjoituksia ja videoita, on olemassa Creative Commons -lisenssejä (CC-lisenssi), joiden avulla käyttäjä luopuu osasta tekijänoikeuksistaan ja antaa haluamansa vapaudet muille käyttäjille. Lisenssejä yhdistelemällä käyttäjä voi määritellä itse, millä tavalla hän haluaa luopua oikeuksistaan. Creative Commons -lisenssejä ovat ”nimi mainittava”, ”ei kaupalliseen käyttöön”, ”ei jälkiperäisiä” ja ”sama lisenssi”. Esimerkiksi ”nimi mainittava” -lisenssiä käyttämällä voi kuka tahansa käyttää lisenssin alaista sisältöä, kunhan mainitsee käyttötarkoituksessaan alkuperäisen omistajan nimen. (Creative Commons Suomi 2014.)

4.2 Sosiaalisen median riskit

Sosiaalinen media tuo mukanaan erilaisia riskejä, joihin käyttäjät voivat törmätä. Tietoturvaongelmat kehittyvät yleensä perinteisten tietoturvaauhkien ja sosiaalisen median tuomien uusien toimintamallien ja palveluiden yhdistelmänä. Riskit on hyvä tiedostaa jo etukäteen, jotta niihin voidaan varautua kunnolla. Tietoturvaauhkia -ja haasteita ilmenee sosiaalisten medioiden käytössä, mutta kaikista suurimmat tietoturvaahaasteet aiheuttavat käyttäjät itse useimmiten omalla ajattelemattomalla käyttäytymisellään. Sosiaalinen media on nykypäivänä tietoturvaauhkana jopa suurempi kuin sähköposti. (Andreasson & Koivisto 2012, 153, 162; Valtiovarainministeriö 2010, 13.)

Riskit sosiaalisessa mediassa voidaan jakaa kahteen ryhmään: käyttäjien omat ajattelemattomat teot, joista aiheutuu seurauksia ja käyttäjiin kohdistuvat rikokset ja epämiellyttävät asiat (Haasio 2013, 50).

Käyttäjät ovat pääosin itse vastuussa omasta turvallisuudestaan sosiaalisissa medioissa asioidessaan. Ihmisten oma käyttäytyminen palveluissa on suuri riski, sillä monet eivät ajattele mahdollisia seuraamuksia toiminnoilleen. Sisällön julkaisukynnys on käyttäjillä erittäin matala, ja ihmiset kirjoittavat henkilökohtaisia ja arkojakin asioita julki. Palveluissa sisältö leviää ilman viivettä, eikä sisältöä valvota millään tavalla etukäteen. Ilman sisällön etukäteisvalvontaa, on palveluissa helppo levittää virheellisiä tietoja, huhuja ja uhkailuja. (Andreasson & Koivisto 2012, 153, 163.)

Tietosuoja-asetukset ja käyttöehdot

Monissa sosiaalisen median palveluissa käyttäjät itse saavat määrittää tietojensa näkyvyyttä palvelussa asettamalla tietosuoja-asetuksensa sellaisiksi kuin he haluavat. Lisäksi palveluihin liityttäessä pitää käyttäjien hyväksyä palveluiden käyttöehdot. Käyttöehtoihin perehtyminen on tärkeää. Käyttäjien tulisi tutustua palveluiden käyttöehtoihin ja tietosuoja-asetuksiin, sillä niistä selviää kyseisen palvelun linjaukset esimerkiksi palveluun ladatun sisällön omistukseen liittyen sekä henkilötietojen suojaamiseen. Käyttöehtojen hyväksyminen ja niihin tutustuminen sekä tietosuoja-asetusten asettaminen ovat käyttäjien omalla vastuulla. (Andreasson & Koivisto 2012, 162.)

Tietosuojalla tarkoitetaan henkilötietojen turvaamista. Jokaisella ihmisellä on oikeus omiin henkilötietoihin ja niiden turvaamiseen. Tietosuojaperiaatteisiin kuuluu, että henkilöstä voidaan kerätä tietoja vain henkilön omalla suostumuksella, tai jos henkilöllä on asiallinen yhteys rekisterinpitäjän toimintaan, esimerkiksi palvelussuhteen tai jäsenyyden vuoksi. Myös henkilöstä kerättyjä tietoja ei saa käyttää muuhun tarkoitukseen, kuin siihen mitä varten tiedot on kerätty. Rekisterinpitäjältä voi aina pyytää rekisteriselostetta nähtäväksi. Selosteessa on tietoja siitä, kuka käsittelee kyseisen henkilön henkilötietoja ja mihin tarkoitukseen sekä tietoja henkilötietojen suojaamisesta. (Tietosuojavaltuutetun toimisto 2013.)

Palveluihin liityttäessä, kannattaa tutustua huolella niiden käyttöehtoihin. Käyttöehdoissa on kohtia, jotka kannattaa tarkistaa ennen kun liittyy kyseiseen palveluun. Niistä tulisi selvittää palvelun tarjoajan kotimaa, maa jonka lakien mukaan palveluun liittyvät riita-tilanteet hoidetaan, ikäraajat palvelussa ja palvelun mahdolliset oikeudet materiaaliin joka ladataan palveluun. (Kalliala & Toikkanen 2012, 100, 101.)

Valtava osa sosiaalisen median palveluista tuotetaan Yhdysvalloissa ja siellä ei ole EU:n lainsäädännön tasoa vastaavaa tietosuojalainsäädäntöä. Yhdysvaltalaisen palveluiden käyttäjien henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle, jolloin ne eivät enää kuulu EU-alueen tietosuojalainsäädäntöön. Yhdysvaltojen henkilösuoja laki suojaa vain yhdysvaltalaisia, eikä se koske ulkomaalaisia käyttäjiä ja heidän henkilötietoja. Tämä tarkoittaa sitä, että yhdysvaltalaiset yritykset voivat myydä tai levittää ulkomaalaisten henkilötietoja ilman lakiseuraamuksia. Safe Harbor -järjestely EU:n ja Yhdysvaltojen välillä on kehitetty tämän ongelman ratkaisemiseksi. Sopimuksen tavoitteena on, että yhdysvaltalaiset yritykset muuttavat ja kehittävät toimintaansa tietosuojan osalta EU:n lainsäädäntöä vastaavalle tasolle. Safe Harbor -järjestelyyn liittyneet yritykset joutuvat noudattamaan Safe Harbor -ehtoja. Käyttäjän näkökulmasta järjestely nähdään niin, että eurooppalaisen käyttäessä yhdysvaltalaisen yrityksen palveluja hän voi luottaa siihen, että palvelun tietosuoja on eurooppalaisella tasolla. (Edu.fi 2010; Kalliala & Toikkanen 2012, 100.)

Sosiaalisen median palvelun kotimaan ollessa Suomi, EU-maa tai ETA-maa, lainsäädäntö turvaa käyttäjien henkilötiedot, eikä niitä käytetä asiattomasti. Palveluja valittaes-

sa käyttöön, tulisi ensimmäisenä suosia EU-alueen yrityksiä, toisena Safe Harboriin kuuluvia yrityksiä ja muita tulisi valita varauksella tai mahdollisesti välttää kokonaan. (Kalliala & Toikkanen 2012, 100.)

Palvelun käyttöehdoissa on kerrottu maa, jonka lakien mukaan palveluun liittyvät riita-tilanteet hoidetaan. Usein tämä onkin palvelun kotimaa, mutta ei aina. Monikansallisissa yrityksissä voi esimerkiksi EU:ssa olevan asiakkaan osalta lakeja noudattaa jonkin EU-maan alueen tavoin. (Kalliala & Toikkanen 2012, 100.)

Ikäraajat palvelussa selviävät käyttöehdoista. Ikärajoja on syytä huomioida varsinkin silloin, kun palveluita käytetään opetus- ja opiskelukäytössä. Useimmissa palveluissa ikäraja on 13 vuotta. (Kalliala & Toikkanen 2012, 101.)

Todella huolellisesti käyttäjän tulisi tarkistaa käyttöehdoista oikeudet, jotka palvelu saa käyttäjän tuotoksiin ja materiaaleihin kyseisessä palvelussa. Usein palvelut takaavat itselleen oikeuden palveluun ladattuihin materiaaleihin. Jos palvelu on esimerkiksi kuvienjakopalvelu, todella usein käyttöehdoissa määritellään palvelulle laajat oikeudet käyttäjän sisältöön. Jos palvelulla ei ole oikeuksia sisältöön, ei kuvia voisi ollenkaan jakaa muille nähtäväksi. Ilman sisällön oikeuksia monet palvelut eivät pystyisi toimimaan nykyisellä tavalla. Sisällön oikeuksia tutkiessa käyttöehdoissa, kannattaa tarkistaa kuinka kauan palvelulla säilyy oikeus käyttäjän tuottamaan sisältöön, eli esimerkiksi loppuvatko oikeudet kun käyttäjätili poistetaan palvelusta. Myös kannattaa tarkistaa, säilyvätkö tekijänoikeudet käyttäjällä vai kuuluvatko ne palvelulle. (Kalliala & Toikkanen 2012, 101.)

Tunnettujen palveluiden käyttöehtoja

Edu.fi:n (2013a) internetsivujen taulukossa (liite 2) on listattu tunnettujen sosiaalisten medioiden käyttöehtojen pääpointteja. Käyttöehtojen osalta palvelut eroavat monin tavoin toisistaan.

Palvelut Facebook, Flickr, Google Docs (osa Google Drivea) ja LinkedIn kuuluvat Safe Harbor -järjestelyyn. MySpace, Twitter, Wikipedia, WordPress ja YouTube taas eivät kuulu kyseiseen järjestelyyn. Skype on EU-alueen yhtiö, eikä tarvitse Safe Harbor -järjestelyä.

Facebook, Flickr ja LinkedIn pidättävät itselleen oikeuden palveluun ladattuun materiaaliin ja saavat käyttää materiaaleja haluamallaan tavalla. Oikeus materiaaleihin pysyy niin kauan, kunnes käyttäjä poistaa materiaalin tai päättää jäsenyyden palvelussa. Huomioitavaa kuitenkin on, että Flickr-palvelun omistava Yahoo! pidättää päättymättömän oikeuden käyttää ja myydä sisältöä, mikä ei ole kuvia, grafiikkaa, ääniä tai videoita.

Google Docsin käyttöehtojen mukaan kaikki palveluun ladattujen ja tuotettujen materiaalien tekijänoikeudet säilyvät tekijällä itsellään. Ehdot sisältävät, että käyttäjän on oltava 18-vuotias, sillä ehdot korostavat, että käyttäjän on oltava oikeustoimivaltainen. Myös yhtiö pidättää oikeuden arvioida, suodattaa ja poistaa mitä tahansa sisältöä palvelussa.

MySpace, Skype ja WordPress eivät pidätä oikeuksia palvelun materiaaleihin. MySpace poistaa materiaalit palvelusta poistuttaessa. Skype säilyttää puhelutietoja ja chat-keskusteluja lain vaatiman ajan.

Twitter pidättää oikeuden aineiston levittämiseen, myös sen partnereille ilman mitään korvauksia. Wikipedia käyttää kaksoislisensiointia: GFDL (GNU Free Documentation License) ja CC-Nimeä. YouTube pidättää itsellään oikeuden käyttää sen sisältöä mainonnassa missä vaan. Videon poistaminen palvelusta peruuttaa oikeuden, mutta kommentit jäävät palveluun pysyvästi.

Kiusaaminen ja haitanteko

Varsinkin nuorten keskuudessa kiusaaminen on lisääntynyt sosiaalisessa mediassa. Nuoret ovat saattaneet lisätä nöyryyttäviä kuvia ja videoita toisistaan sosiaalisen median palveluihin sekä antaa haukkumanimiä muille ja kirjoittaa törkeyksiä Internettiin muista. Yleensä sosiaalisessa mediassa kiusaaminen voi olla julmempaa kuin kasvotusten, sillä törkeyksien julkaisukynnys on paljon matalampi Internetin välityksellä. (Yle 2011.)

Kiusaamiseksi sosiaalisessa mediassa lasketaan pilkkaavat tai uhkaavat viestit, juorujen tai henkilökohtaisten tietojen levittäminen, valokuvien manipulointi ja levittäminen,

tahallisesti toisen nimellä esiintyminen palvelussa, toisen sulkeminen ryhmän tai keskustelun ulkopuolelle sekä salasanojen huijaaminen (Mannerheimin Lastensuojeluliitto).

Ylen (2011) uutisartikkelissa haastateltava Mira Seikkulan mukaan nuoret harvoin ymmärtävät nettikiusaamisen vakavuutta. Internettiin lisättäessä törkeää ja halventavaa materiaalia toisesta ihmisestä, voi vastapuoli tehdä siitä jopa rikosilmoituksen. Seikkulan mukaan myös harkittua kiusaamista esiintyy sosiaalisessa mediassa, vaikka seuraamukset olisivatkin kiusaajalla tiedossa.

Haittaohjelmat ja niiden levittämisen helppous

Palveluiden suosion takia haittaohjelmat lisääntyvät sosiaalisessa mediassa hurjaa vauhtia. Sosiaalisen median käyttäjät ovat helpompia uhreja haittaohjelmille, kuin esimerkiksi sähköpostin välityksellä tavoitettavat uhrin. Valtiovarainministeriö (2010, 17, 18) on listannut neljä syytä, miksi sosiaalisessa mediassa haittaohjelmien levittäminen on helppoa:

1. Jos käyttäjä saa sosiaalisessa mediassa epäilyttävän viestin ystävältä tai joltain muulta tutulta henkilöltä, saattaa viesti vaikuttaa vastaanottajan mielestä turvallisemmalta kuin samanlainen sähköpostin välityksellä saatu viesti.
2. URL-osoitteiden lyhennyspalvelut (esimerkiksi bit.ly tai tinyurl.com) ovat monissa palveluissa käytössä käyttäjillä heidän halutessaan viitata johonkin internet-linkkiin. Käyttäjät käyttävät URL-lyhenteitä varsinkin silloin, kun palvelussa päivityksen merkkimäärä on rajallinen. Linkkien lyhennykset ovat haitallisia siltä osin, että käyttäjät eivät näe suoraa internetpolkua, johon linkki vie ja näin he eivät pysty myöskään arvioimaan linkin aitoutta. Vasta linkkiä klikkaamalla saa käyttäjä oikean tiedon siitä mihin osoitteeseen linkki vie ja silloin voi jo olla liian myöhäistä.
3. Sosiaalisen median palveluissa ei välttämättä ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota tietoturvasuuteen ja palveluissa voi olla tietoturva-aukkoja, joiden myötä käyttäjien koneet voivat olla vaarassa.

4. Suosituimpia sosiaalisen median palveluita hyödyntävät haittaohjelmat saavat helposti käyttäjiä huijattua hyökkääjän ylläpitämään palveluun käyttäen hyväksi käyttäjän luottoa oikeaan palveluun.

Identiteettivarkaudet -ja väärennökset

Identiteettivarkaudet -ja väärennökset ovat yksi turvallisuusriski sosiaalisissa medioissa. Useimmissa palveluissa ei ole vahvaa käyttäjien identiteetin varmistusta, mikä altistaa identiteettivarkauksille. Varkaudet voivat tapahtua yksittäisen ihmisen toimesta, tai jopa palveluihin kohdistuneiden tietomurtojen kautta. (Andreasson & Koivisto 2012, 164 – 165.)

Identiteettiväärennöksissä saatetaan luoda yksittäisestä henkilöstä tai jopa organisaatiosta väärennetty profiili sosiaaliseen mediaan. Ne voivat vaikuttaa erittäin aidoilta, jos profiilin väärentäjä on selvittänyt tarpeeksi tietoa väärennetyn profiilin henkilöstä tai organisaatiosta. (Valtiovarainministeriö 2010, 15.)

Poliisin (2013) internetsivuilla kerrotaan identiteettivarkauksista sosiaalisessa mediassa seuraavalla tavalla:

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvat identiteettivarkaudet liittyvät monesti kiusaamiseen. Toiselta käyttäjältä voidaan kopioida kuvia ja tehdä niillä uusi profiili, jolla sitten käydään haukkumassa toisia kavereita. Kyseeseen voi tulla esimerkiksi kunnianloukkaus lähetettyjen kommenttien perusteella. Jos toisen kuvaa ei käytetä muuten väärin, voi kyseeseen tulla tekijänoikeuslakiin perustuva rikos. Poliisille ei ole tutkinut tekijänoikeuslain perusteella kuin muutaman yksittäistapauksen, vaikka tämän tyyppiset rikkeet ovat melko yleisiä. (Poliisi 2013.)

Huijausviestit ja tietojen kalastelu

Huijausviestejä ilmenee sosiaalisessa mediassa nykyään paljon. Palveluiden kautta huijaajien on helppo lähestyä käyttäjiä, koska monet palvelut pohjautuvat avoimeen ja helposti lähestyttävään käyttötapaan. Sosiaalisessa mediassa käyttäjät eivät välttämättä varo niin paljoa kuin olisi tarpeen. Varsinkin, jos huijausviestit -ja linkit voivat tulla käyttäjälle jo ennestään tutulta henkilöltä, mikä lisää käyttäjien luottoa huijausviesteihin ja lankeavat niihin helpommin. (Valtiovarainministeriö 2010, 15.)

Tietojen kalastelu on Valtiovarainministeriön (2010, 15) mukaan melkoinen ongelma, sillä käyttäjiä pyritään huijaamaan paljastamaan tietoja itsestään tai työnantajastaan kyseillä, jotka näyttävät useimmiten erittäin aidoilta.

4.3 Sosiaalisen median hyödyt

Sosiaalisen median käytön lisääntymisen myötä tuo se paljon hyötyä yksittäisille ihmisille ja yrityksille. Sosiaalisen median avulla voidaan parantaa mm. ihmisten välistä vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä ja verkostoitumista. Yksittäiset ihmiset saavat mahdollisuuden vaikuttaa. Lisäksi se on nopea ja reaaliaikainen tiedonjakoväline.

Sosiaalisen media on erittäin käyttäjälähtöinen. Palveluiden avulla käyttäjät voivat itse muokata ja tuottaa sisältöä sekä jakaa tietoa. Sosiaalisen median vuorovaikutteisuus erottaa sen perinteisestä mediasta, sillä käyttäjät voivat antaa palautetta ja kommentoida sisältöjä sekä myös vaikuttaa median toimintaan valinnoillaan. Jokaisella, jolla on internetyhteys käytettävissä, on mahdollisuus osallistua keskusteluihin sekä julkaista ja tuottaa sisältöä. (Alan.fi 2010.)

Nopeus ja reaaliaikaisuus ovat tärkeitä ominaisuuksia sosiaaliselle medialle. Sosiaaliseen mediaan julkaistut sisällöt tulevat näkyviin saman tien. Käyttäjät pystyvät reaaliaikaisesti näkemään muiden käyttäjien kommentteja ja keskusteluja ja osallistua niihin. Sosiaalisen median nopeus ja tehokkuus on ilmennyt hyvin esimerkiksi Aasian tsunamikatastrofin aikana, kun palveluiden avulla saatiin paljon tarkempaa tietoa nopeammin julkaistua. (Alan.fi 2010.)

Käyttäjien verkostoituminen ja yhteisöllisyys parantuu sosiaalisen median käytön myötä. Sisäinen viestintä voi tehostua yrityksessä tai oppilaitoksessa esimerkiksi uusien viestintämenetelmien avulla, joita sosiaalisen median palvelut tarjoavat. Käyttäjien on helpompi jakaa omia mielipiteitään palvelujen avulla ja näin myös päästä vaikuttamaan. (Andreasson 2013, 167.)

ProComin vuonna 2010 toteuttamassa tutkimuksessa kyseltiin vastanneilta sosiaalisesta mediasta ja sen käytöstä. Tutkimuksessa käsiteltiin myös, mitä hyötyjä vastaajat näkevät

sosiaalisessa mediassa olevan. Tutkimus tehtiin Viestinnän ammattilaiset ry:n keskuudessa. (Melgin 2010.)

Tutkimukseen vastanneet ihmiset olivat sitä mieltä, että sosiaalisen median palveluiden käyttö tulee lisääntymään ja arkipäiväistymään entisestään tulevaisuudessa. Sosiaalinen media lisää ihmisten keskuudessa sosiaalisuutta, avoimuutta ja laajentaa ystäväpiiriä. Vastanneiden kesken sosiaalinen media on myös hyvä brändin ja maineen rakentamiseen, sillä sen avulla kohderyhmiä voidaan tavoittaa ja edullisella tavalla helposti ja nopeasti. Myös mielipiteisiin vaikuttaminen on vastaajien mielestä mahdollista paremmin sosiaalisen median avulla, sekä yhteydenpito kaukaisempiin ystäviin on helpompaa. (Melgin 2010.)

5 Sosiaalinen media opiskelussa

Tietokoneiden ja Internetin käytön yleistymisen myötä sosiaalisen median käyttö on kasvanut huomattavasti, ja onkin aiheellista perehtyä, minkälaista hyötyä sosiaalinen media voi tarjota opiskelijoille sekä minkälaisia palveluita nykypäivänä hyödynnetään opiskelussa. Mäkitalon ja Wallinheimon (2012, 15) mukaan teknologia tuo paljon lisätua opetukseen ja opiskeluun, ja mitä paremmin teknologiaa ymmärretään, sitä paremmin voi oppimisesta saada enemmän irti.

5.1 Palveluiden käyttö opiskelussa

Vuonna 2007 järjestetyssä verkkokyselyssä ”Sosiaalinen media ja Web 2.0 korkeakouluissa” kysyttiin Suomen virtuaaliammattikorkeakoulun ja -yliopiston yhteyshenkilöiltä sosiaalisen median ja Web 2.0 palveluiden käytöstä suomalaisissa korkeakouluissa. Kyselyllä haluttiin saada selvitettyä korkeakoulujen kiinnostusta ja suunnitelmia palvelujen hyödyntämisestä opetuksessa. Tutkimuksessa todettiin, että kiinnostus aiheeseen on suuri, myös liittyen opetukseen ja oppimiseen, ja palveluja halutaan ottaa käyttöön avuksi varsinkin opetuksen ja yhteydenpidon avuksi. Tutkimuksen mukaan opettajat ja kouluttajat ovat huomanneet, että sosiaalinen media on nuorten opiskelijoiden käytössä paljon, ja heidän kykyjä ja valmiuksia sosiaalisessa mediassa olisi hyvä käyttää apuna opetuksessa ja oppimisessa. (Laitinen & Rissanen 2007, 18.)

Tutkimuksen mukaan opetuskäyttöön erilaiset pikaviestimet, wikit sekä blogit ovat opettajille kiinnostavimpia välineitä. Pikaviestimet ovat käteviä välineitä opiskelijoiden yhteydenpitoon ja opastukseen. Erilaiset wikit ja blogit ovat oppimateriaalin jakamiseen ja laatimiseen hyviä välineitä. Tutkimuksessa kerrotaan myös, että pikaviestimet, wikit ja blogit ovat sosiaalisen median palveluita, joita suunnitellaan eniten otettavaksi käyttöön korkeakouluissa tai joista tahdotaan eniten koulutusta opetuskäyttöön liittyen. (Laitinen & Rissanen 2007, 18.)

Sosiaalista mediaa käytettäessä opiskelussa ja opetuksessa, tulee huomioida itse palveluiden soveltuvuus opiskelu- ja opetuskäyttöön. Monissa palveluissa on asetettu ikäraajat palvelun käyttöön ja käyttöehdoissa voi ilmetä turvattomia aukkoja. Edu.fi:n (2013a)

internetsivuilla kootussa taulukossa (liite 2) on listattu eri sosiaalisen median palveluiden käyttöehtojen ydinasioita lyhyesti ja ytimekkäästi. Taulukossa on sarake ”soveltuminen opetuskäyttöön käyttöehtojen puolesta”, jossa on määritelty palveluittain, sopii-ko kyseinen palvelu käyttöehtojen osalta opetuskäyttöön. Taulukon mukaan opetuskäyttöön soveltuvia palveluja ovat LinkedIn ja Skype sekä ikärajarajoituksin soveltuvia palveluja ovat Facebook ja Google Docs. Flickr sopii myös opetuskäyttöön ikärajarajoituksin, mutta palvelua käytettäessä kannattaa huomioida se, että Flickr pidättää tekstisisällön tekijänoikeudet itsellään. Varaudella opetuskäyttöön kannattaa pitää palveluja MySpace, Twitter, WordPress ja YouTube sillä palvelut eivät ole mukana Safe Harbor -järjestelyssä, jolloin käyttäjien henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle ja tällöin siitä on tiedotettava käyttäjiä. Wikipedia sopii opetuskäyttöön, jos sisältöä tuotetaan nimettömänä. Jos palveluun rekisteröidytään, käyttäjää pitää tiedottaa henkilötietojen viemisestä EU-alueen ulkopuolelle, sillä Wikipedia ei kuulu Safe Harbor -järjestelyyn.

5.2 Sosiaalisen median käytön mahdollisuudet opiskelussa

Kallialan ja Toikkasen (2012, 7) mukaan oppiminen ei tapahdu pelkästään uusilla sosiaalisen median työvälineillä, vaan samalla pitää myös muuttaa koko oppimisprosessia. Uudet työvälineet tuovat uusia mahdollisuuksia toimintatapoihin, mikä voi muuttaa oppimistuloksia peräti parempaan päin.

Sosiaalinen median työkaluilla ja palveluilla voidaan rakentaa eheä opiskelukokemus, jota voidaan yhdistää myös perinteiseen opetukseen. Välineillä voidaan saada parannettua oppimistuloksia ja vähentää opiskelijoiden työmäärää sosiaalisen median perustoimintoja parantamalla. Perustoiminnoiksi voidaan luokitella vuorovaikutus, yhteydenpito, yhteisöllisyys ja tiedon julkistaminen. Niiden käyttö voi helpottaa opiskelijoiden yhteistyötä ja edistää vuorovaikutusta keskenään, tarjota paljon erilaisia ja uusia työvälineitä opiskeluun sekä tehostaa ja parantaa oppimista. (Kalliala & Toikkanen 2012, 7; Mäkitalo & Wallinheimo 2012, 14.)

Sosiaalista mediaa kannattaa käyttää opetuksessa, sillä sen hyödyntämisellä on monia vaikutuksia. Sen avulla saadaan vaihtelua opetusmenetelmiin, eikä aina pysytä samoissa vanhoissa opetuskaavoissa. Sosiaalisen median myötä opiskelijoilla on mahdollisuus

erilaiseen oppimiseen ja vapaampaan luovuuteen. Sosiaalinen media voi lisätä opiskelijoiden motivaatiota ja aktiivisuutta opiskeluun sekä mahdollistaa kontaktien luomista oman alan asiantuntijoiden kanssa. Myös vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden toimintatavat voivat parantua. (Edu.fi 2013b.)

Sosiaalisen median käyttö opiskelussa helpottaa huomattavasti opiskelijoiden yhteistyötä, sillä se on kätevä apuväline kanssaopiskelijoiden yhteydenpitoon ja sisäisen viestinnän tehostamiseen. Lisäksi palvelut auttavat opiskelijoita luomaan Internetiin verkostoja, joiden avulla opiskelijat voivat jakaa keskenään informaatiota ja oppimisa asioita, jonka seurauksena he voivat oppia toisiltaan. Lahden kirjoittamassa Digitoday:n lehtiartikkelissa haastateltava Pertti Lappalaisen mukaan sosiaalinen media edistää vuorovaikutusta opiskelijoiden keskuudessa, sekä myös opiskelijoiden ja opettajien välillä. Vuorovaikutuksen edistämisen seurauksena syntyy oppimisprosessi, jossa opettajan rooli vaihtuu tiedon välittäjästä ohjaavaksi rooliksi. (Lahti 2009; Olander 2012.)

On tärkeää nykypäivänä ja tulevaisuudessa opiskelijoiden oppivan sosiaalisen median eri työkalujen käytön ja omaksuvan palvelujen yleiset toimintaperiaatteet. Tämä mahdollistaa sen, että myöhemmin esimerkiksi työelämässä on opiskelijoiden helpompi ottaa näitä työkaluja ja palveluita käyttöön. (Kalliala & Toikkanen 2012, 11.)

6 Tutkimus

Tutkimuksen tavoitteena oli saada selville, mitä hyötyä HAAGA-HELIAN opiskelijoiden mielestä sosiaalisen median käytöstä on opiskelussa sekä millä tavoin sosiaalista mediaa voidaan heidän mielestä hyödyntää. Tutkittiin myös, mitä sosiaalisia medioita opiskelijat käyttävät ja minkälaisissa tilanteissa.

Tutkimuksessa suoritettiin kyselytutkimus, jonka avulla kerättiin tietoa HAAGA-HELIAN opiskelijoiden käyttötottumuksista sosiaalisessa mediassa sekä heidän mielipiteitä ja kokemuksia sosiaalisen median käytössä opiskelussa. Tutkimus rajattiin HAAGA-HELIAN kaikkien toimipisteiden suomenkielisiin opiskelijoihin, jotka ovat aloittaneet opiskelun vuosina 2013 ja 2012.

Tutkimuksen tulokset olivat hyödyllisiä HAAGA-HELIALLE, sillä opinnäytetyössä käsitellään opiskelijoiden mielipiteitä ja tottumuksia sosiaalisen median käytöstä. Tulosten perusteella HAAGA-HELIA sai tietoa siitä, millä tavoin sosiaalista mediaa voidaan käyttää apuna opetuksessa ja opiskelussa ja kokevatko opiskelijat sen tarpeelliseksi. Tutkimuksen tulosten myötä voitiin johtopäätöksissä arvioida, miltä sosiaalisen median tulevaisuus opiskeluissa voi mahdollisesti näyttää.

6.1 Kyselytutkimuksen toteuttaminen

Opiskelijoiden käyttötottumuksia ja mielipiteitä tarkasteleva tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena, jossa HAAGA-HELIAN vuosina 2013 ja 2012 aloittaneille suomenkielille opiskelijoille lähetettiin linkkinä sähköpostiin kyselylomake vastattavaksi. Kysely (liite 3) tehtiin Webropol -ohjelmalla ja se sisälsi 16 kysymystä, joista 12 oli valinta- ja monivalintakysymystä ja avoimia kysymyksiä oli neljä.

Kyselyyn vastattiin täysin nimettömänä, mutta vastaaja joutui rastimaan kyselyn alussa ikäryhmän, sukupuolen, opiskelun aloitusvuoden, koulutusalan sekä toimipisteen. Nämä perustiedot olivat pakollisia vastattavia, muita kysymyksiä ei asetettu pakollisiksi. Iso osa kysymyksistä oli valinta- ja monivalintakenttiä, mutta kyselyyn laitettiin myös

avoimia kysymyksiä, jotta vastaajilla olisi mahdollisuus havainnollistaa enemmän mieltäpitoitään kirjoituksen avulla.

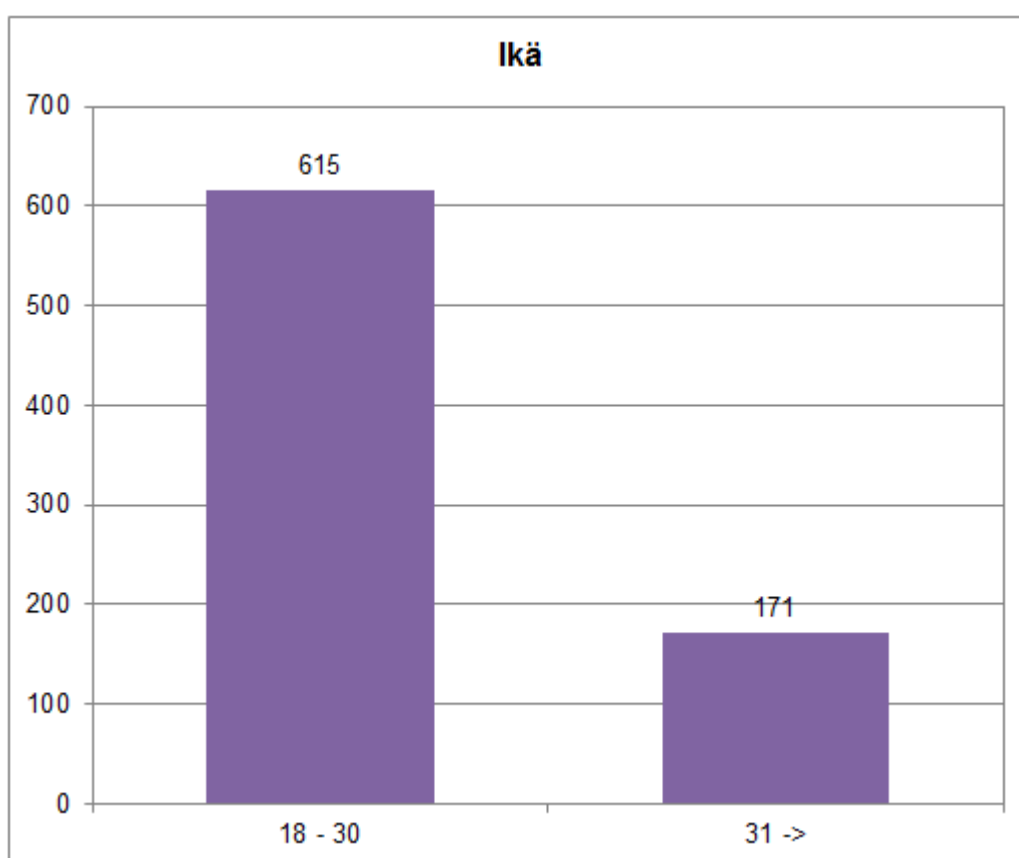
6.2 Haastattelu

Kyselytutkimuksen lisäksi opinnäytetyön tutkimusosuutta täydentää haastattelu, jossa haastattelukysymykset (liite 4) lähetettiin sähköpostin välityksellä Ammattiopisto Tavastian opettajalle Esko Hentilälle. Koulutusohjelmassa jossa Hentilä opettaa, käytetään erittäin paljon sosiaalista mediaa apuna ja opettajan haastattelu tuo uutta näkökulmaa tutkimukseen.

7 Tutkimustulokset ja analysointi

Kyselyyn tuli vastauksia 786 kappaletta. Alkuperäisen tutkimussuunnitelman mukaan kyselyn oli tarkoitus lähteä vuonna 2012 ja 2013 opiskelunsa aloittaneille suomenkielille opiskelijoille, mutta tuloksia tarkasteltaessa kävi ilmi, että kysely oli lähetetty suuremmalle väkijoukolle, kuin mitä oli suunniteltu. Kysely lähetettiin opiskelijoille 21.11.2013 ja se suljettiin jo 25.11.2013, sillä kyselyyn saatiin vastauksia yllättävän paljon lyhyessä ajassa.

7.1 Perustiedot

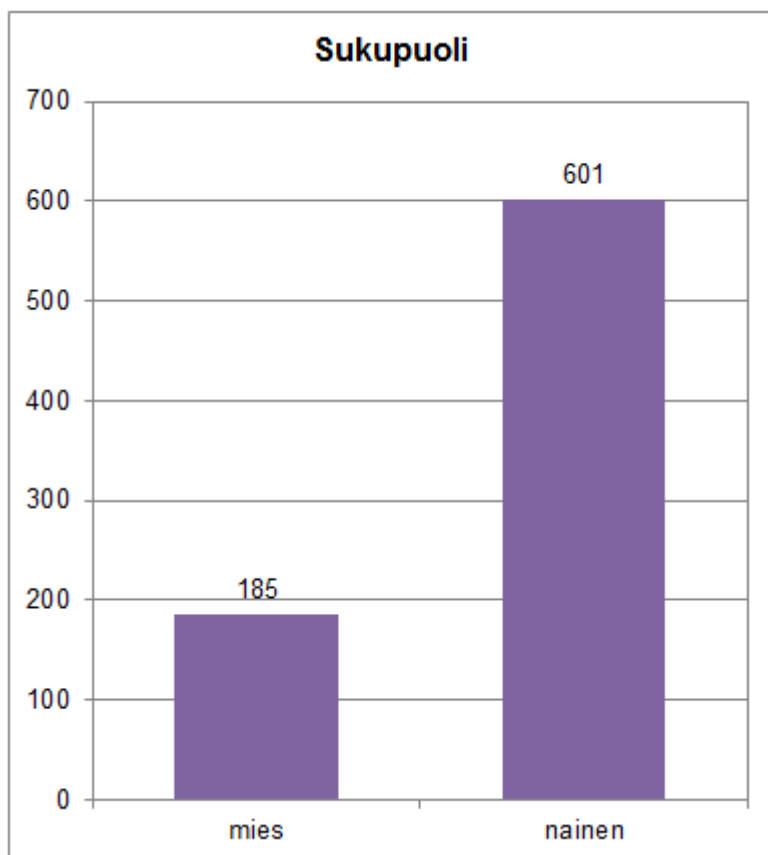


Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Kyselyssä vastaajien ikäryhmää kysyttäessä tapahtui pieni virhe ja kahteen ensimmäiseen ikäryhmään sopi ikä 25. Ikäryhmäkysymyksiä käytettäessä vaihtoehdot a ja b tulisi yhdistää yhdeksi ikäryhmäksi, jotta tutkimuksen luotettavuus säilyisi, sillä 25-vuotiaat vastaajat ovat voineet rastittaa kumman tahansa ikäryhmän. Samalla kun a ja b -ikäryhmät yhdistettiin omaksi yhdeksi ikäryhmäksi, koettiin c ja d -ikäryhmien olevan

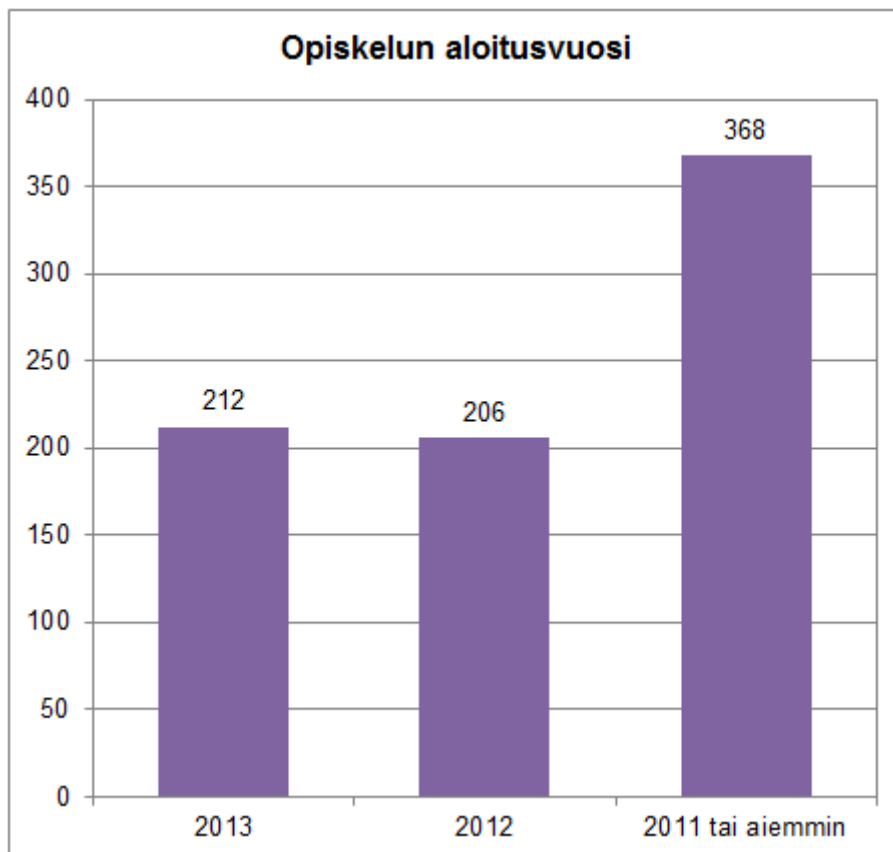
turhia ja nekin yhdistettiin. Ikäryhmiä on tuloksia analysoidessa siis kaksi: 18 - 30 vuotiaat sekä 31 vuotiaat ja vanhemmat.

Suurin osa vastaajista kuului nuorempaan ikäryhmään, mikä oli aika oletettavaa. Noin 78 % kuului ikäryhmään 18 - 30 ja n. 22 % kuului ikäryhmään 31 tai vanhempi.



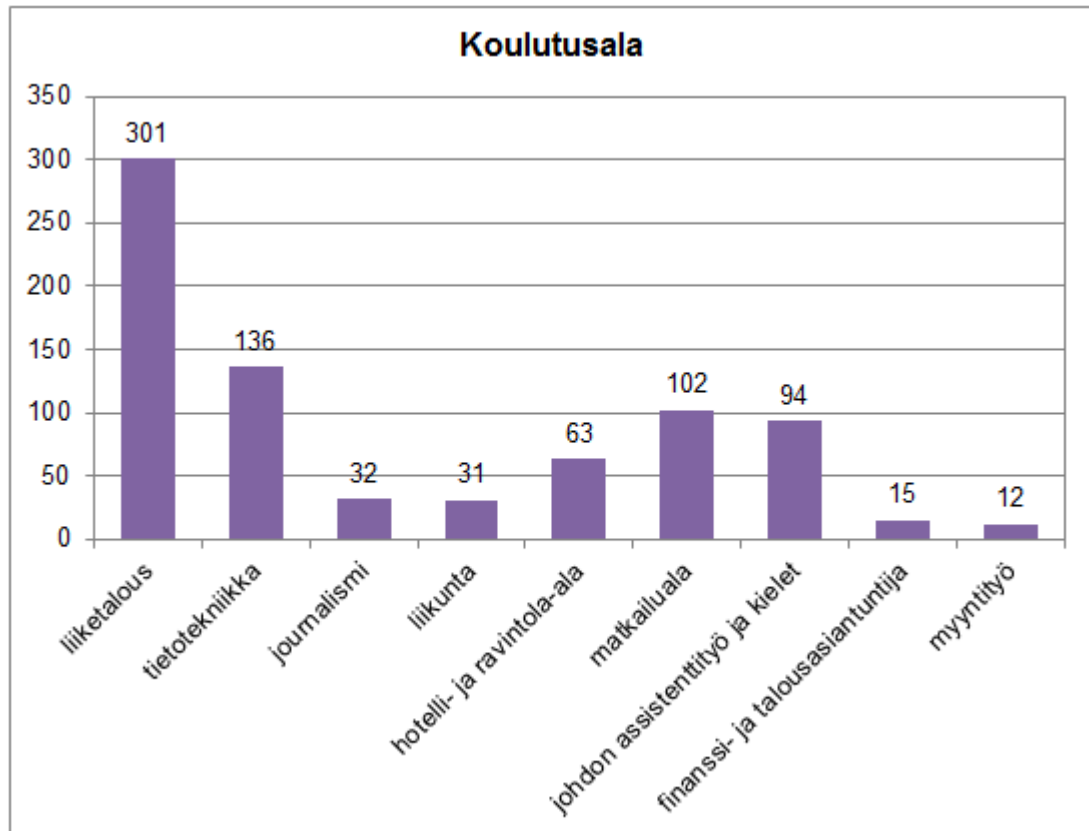
Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma

Suurin osa kyselyyn vastaajista oli naisia, joita vastaajista oli n. 76 %. Miehiä vastasi kyselyyn n. 24 %. Yllättävää oli, että näin suuri määrä kyselyyn vastanneista oli naisia.



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden opiskelun aloitusvuosi

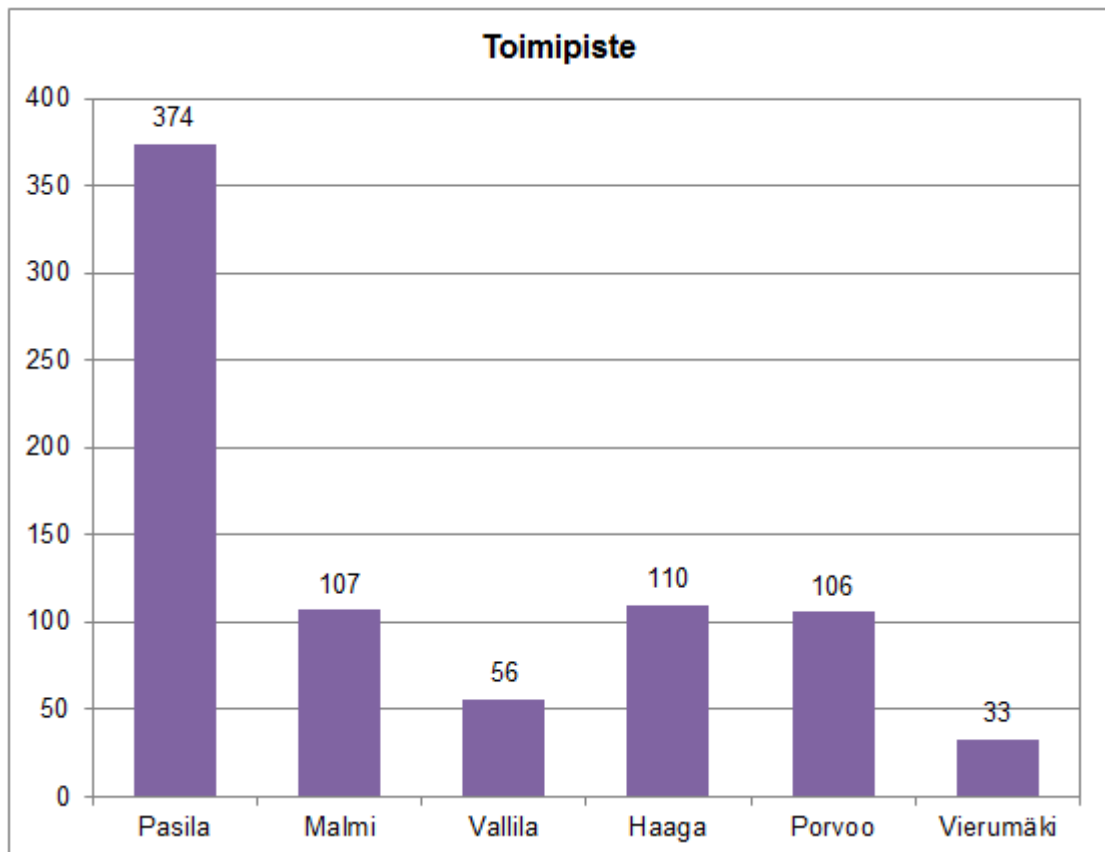
Eniten vastauksia kyselyyn tuli 2011 vuonna tai aiemmin aloittaneilta: n. 47 %. 2012 vuonna aloittaneita vastaajia oli n. 26 % ja 2013 aloittaneita n. 27 %. Tästä huomaa sen, että kyselylomakelinkki lähti sähköpostitse väärälle joukolle, sillä suurin osa vastaajista oli aloittanut opiskelut vuonna 2011 tai aiemmin, ja heille tämän kyselyn ei ollut alun perin tarkoitus lähteä.



Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden koulutusajakauma

Kyselyyn löytyi vastaajia jokaiselta koulutusosalta, mikä oli positiivinen huomio. Eniten vastauksia saatiin liiketalouden, tietotekniikan ja matkailualan opiskelijoilta. Myös johdon assistenttityön ja kielten alalta sekä hotelli- ja ravintola-alalta saatiin hyvä määrä vastauksia.

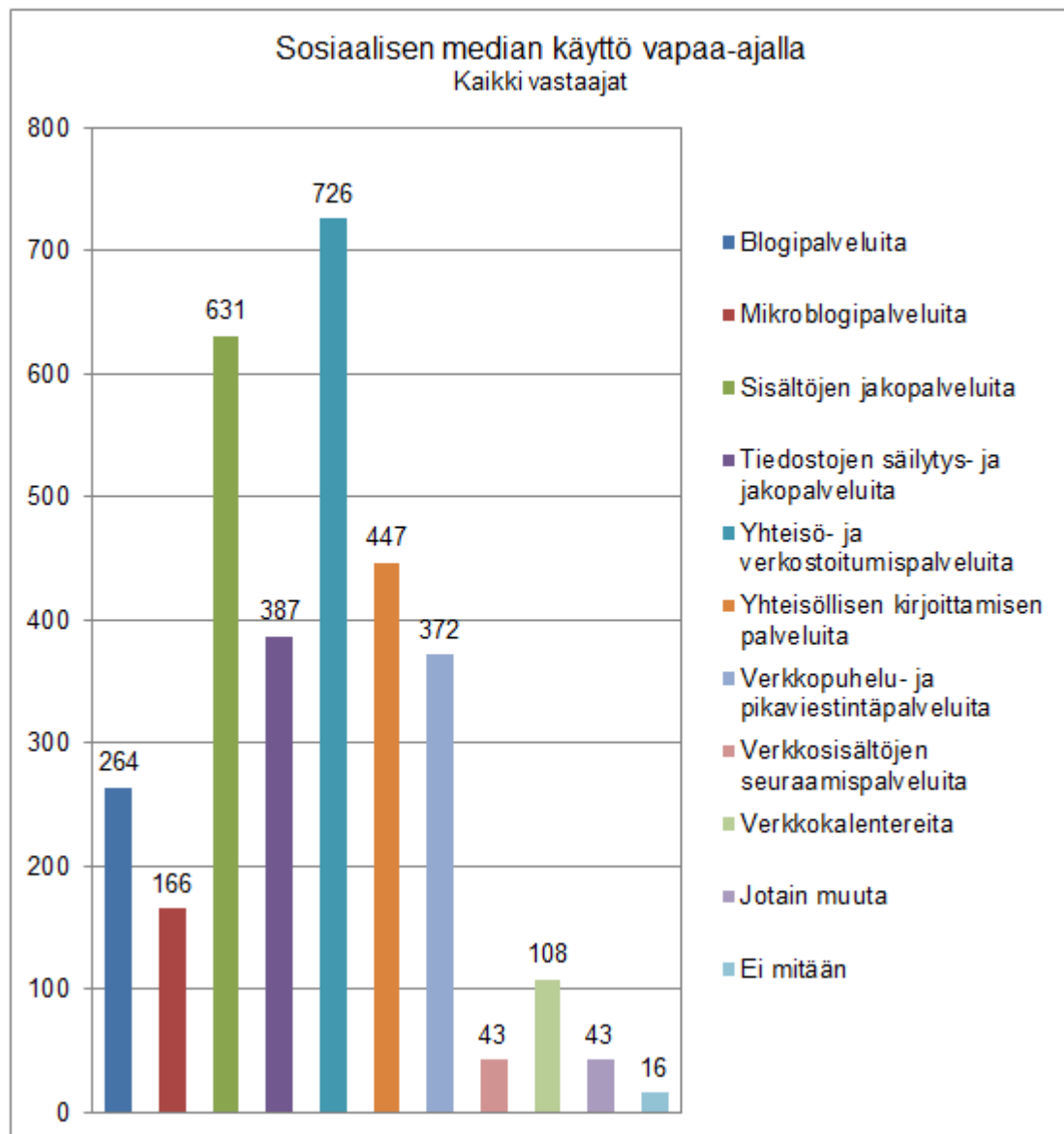
Noin 38 % vastanneista oli liiketalouden opiskelijoita ja tietotekniikan opiskelijoita n. 17 %. Matkailualan vastaajia saatiin n. 13 % ja johdon assistenttityö ja kielten opiskelijoita n. 12 %. Hotelli- ja ravintola-alan opiskelijoita vastasi kyselyyn n. 8 %. Journalismin opiskelijoita vastaajista oli n. 4 % ja liikunta-alan opiskelijoista myös n. 4 %. Finanssi- ja talousasiantuntijoiden opiskelijoiden vastauksia oli n. 2 % ja vähiten vastauksia oli myyntityön puolelta, kun vastaajista n. 1 % oli myyntityön opiskelijoita.



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden toimipistejakauma

Jokaiselta toimipisteeltä saatiin kyselyyn vastauksia, mutta eniten vastauksia tuli Pasilan toimipisteeltä. Noin 48 % vastaajista oli Pasilasta, Haagasta n. 14 %, Malmilta n. 14 % ja Porvoosta n. 13 %. Vallilan toimipisteeltä vastasi n. 7 % ja Vierumäeltä n. 4 %.

7.2 Sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla



Kuvio 6. Kaikkien vastanneiden sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla

Kaikkien vastanneiden kesken suosituimpia sosiaalisen median palveluja vapaa-ajalla olivat yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, sisältöjen jakopalvelut ja yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut.

Yhteisö- ja verkostoitumispalveluja käyttää vapaa-ajalla n. 92 % vastaajista, ja vastaajien listaamia yleisimpiä palveluja olivat Facebook, LinkedIn ja Google+. Sisältöjen jakopalveluja käyttää n. 80 % ja yleisimmin käytettyjä palveluja vastaajien keskuudessa olivat YouTube, Instagram ja Pinterest. Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluja käyttää n. 57 %

vastaajista ja ylivoimaisesti yleisimmin käytetty palvelu vastanneiden kesken oli Wikipedia.

Tiedostojen säilytys- ja jakopalveluja käyttää vapaa-ajalla n. 49 % vastaajista ja yleisimmät palvelut vastaajien keskuudessa olivat DropBox, Google Drive ja SkyDrive. Vastaajista n. 47 % rastitti käyttävänsä verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita säännöllisesti vapaa-ajallaan. Yleisimpiä palveluja vastaajien keskuudessa olivat Skype, WhatsApp ja Google Hangouts.

Blogipalveluita käyttää vapaa-ajalla säännöllisesti n. 34 % vastaajista. Yleisimpiä palveluja olivat Blogger, Tumblr ja WordPress. Vastaajista n. 21 % käyttää mikroblogipalveluita säännöllisesti vapaa-ajalla, ja ylivoimaisesti yleisin käytetty palvelu olikin Twitter.

Verkkokalentereita käyttää n. 14 % vastaajista, joista suurin osa käyttää Googlen kalenteria. Verkkosisältöjen seuraamispalveluita käyttää n. 5 %, joista RSS oli suosituin palvelu. Jotain muuta palvelua käyttää myös 5 % vastanneista. Muiksi palveluiksi käyttäjät olivat listanneet muun muassa palvelut HeiaHeia, Huuto.net, Tori.fi, IRC, keskustelufoorumit ja Reittiopas. Vastaajista n. 2 % ei käytä mitään sosiaalisen median palveluita vapaa-ajallaan.

Koulutusaloittain

Useimmissa koulutusaloissa (liite 5) on selkeästi erottunut suosituimmat palvelut, joita kyselyyn vastanneet käyttävät vapaa-ajalla säännöllisesti. Yhteisö- ja verkostoitumispalvelut ja sisältöjen jakopalvelut ovat suosituimpien palvelujen joukossa jokaisella koulutusallalla, mutta vaihtelua löytyi aloittain muutaman muun suositun palvelun verran.

Liiketalous, matkailuala, johdon assistenttityö ja kielet sekä myyntityön opiskelijat käyttävät vapaa-ajallaan eniten yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, sisältöjen jakopalveluita ja yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita. Näiden koulutusalojen kolme suosituinta palvelua joita vastaajat käyttävät vapaa-ajallaan olivat samat, mitä myös kaikkien vastaajien vastauksia tutkiessa ilmenee suosituimmiksi palveluiksi.

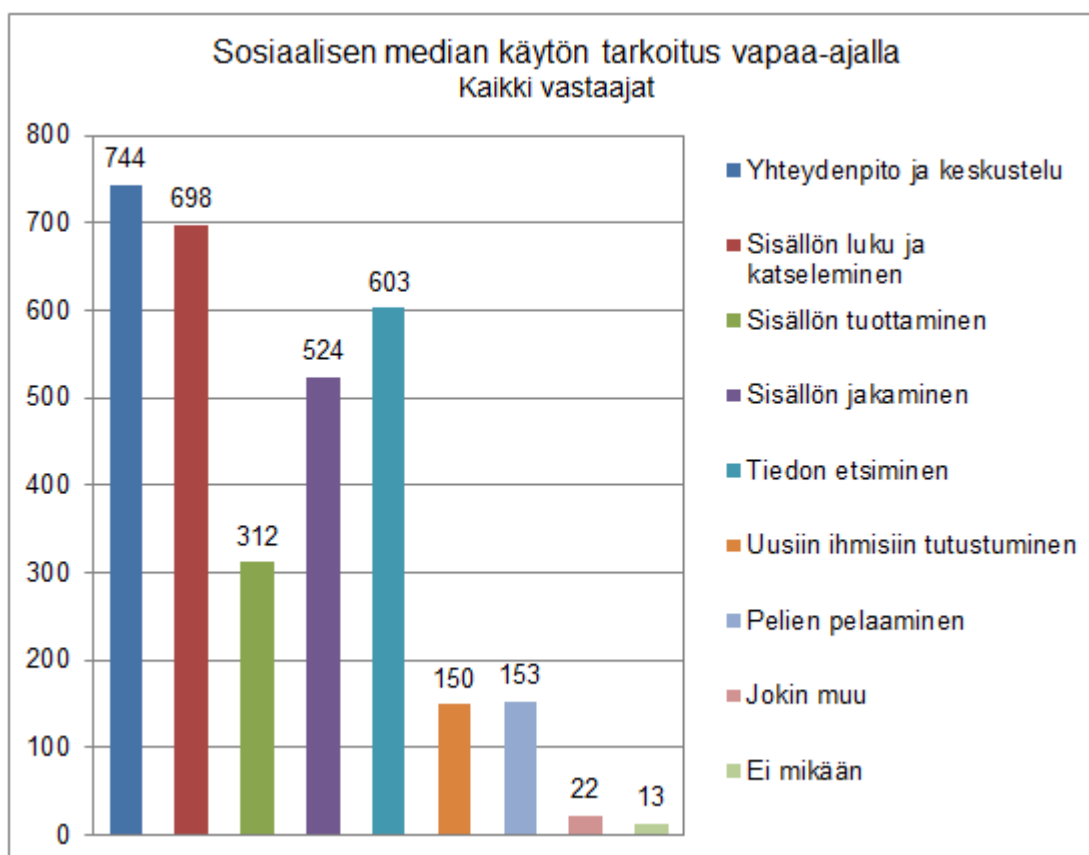
Tietotekniikan opiskelijat käyttävät vapaa-ajalla eniten yhteisö- ja verkostoitumispalve-

luita sekä sisältöjen jakopalveluita, ja eroten muista koulutusaloista, tietotekniikan opiskelijoilla oli tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut suosituissa käytössä myös vapaa-ajalla.

Journalismin opiskelijat käyttävät eniten taas yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, blogipalveluita sekä sisältöjen jakopalveluita.

Sekä finanssi- ja talousasiantuntijan että liikunnan koulutusosalta vastanneet suosivat vapaa-ajallaan samoja palveluja kuin mitä kaikkien vastaajien keskenkin oli ilmennyt kolmeksi suosituimmaksi palveluksi: yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, sisältöjen jakopalveluita ja yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita. Lisänä ko. koulutusalojen vastaajat käyttävät vielä verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita, joilla oli sama vastausprosentti kuin yhteisöllisen kirjoittamisen palveluilla.

Hotelli- ja ravintola-alan opiskelijat käyttävät yhteisö- ja verkostoitumispalveluita, sisältöjen jakopalveluita sekä verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita eniten vapaa-ajallaan.

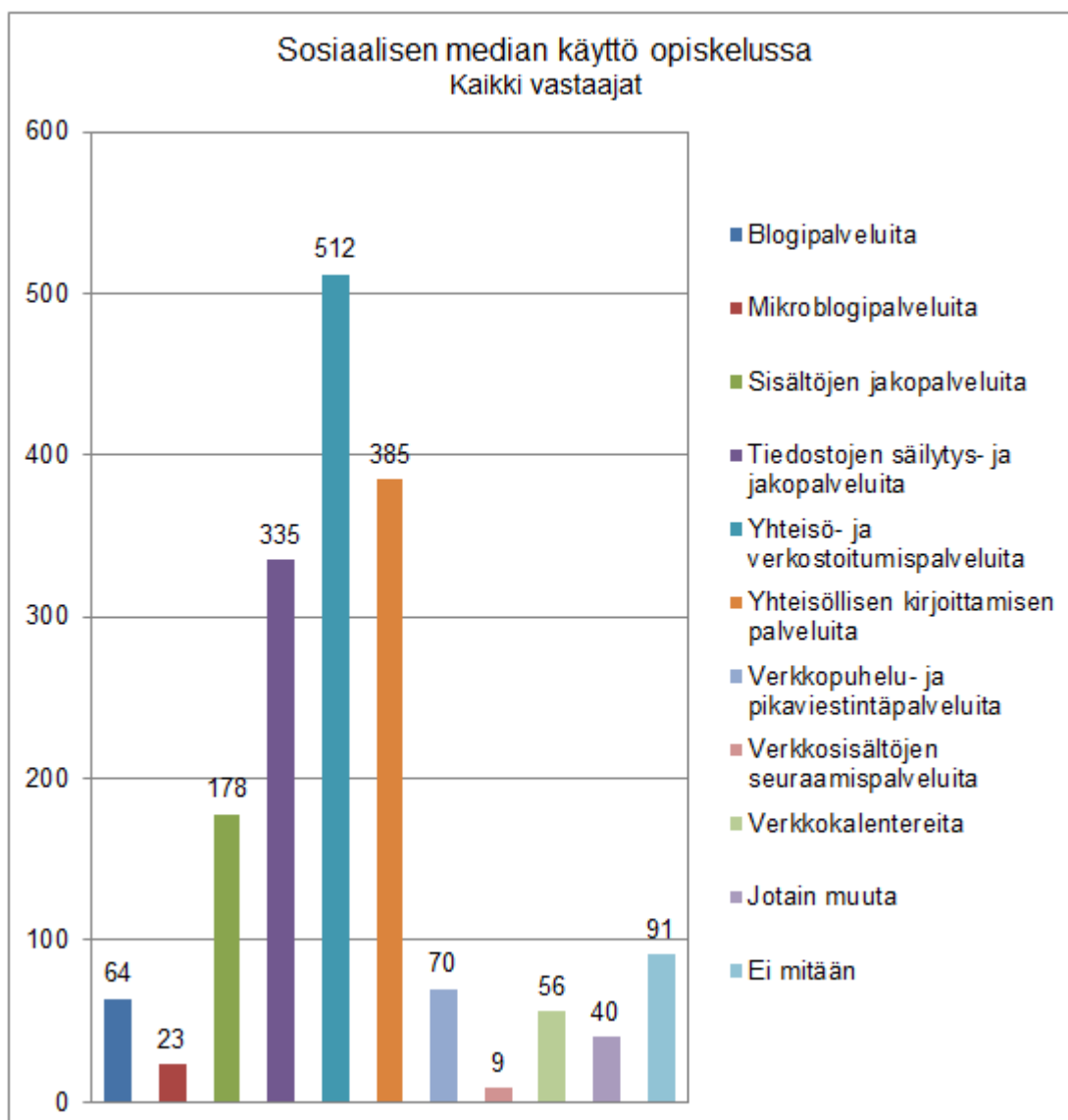


Kuvio 7. Kaikkien vastanneiden sosiaalisen median käytön tarkoitus vapaa-ajalla

Yhteydenpito ja keskustelu, sisällön luku ja katselminen, tiedon etsiminen ja sisällön jakaminen olivat neljä suosituinta sosiaalisen median käyttötarkoitusta kaikkien vastaajien kesken vapaa-ajalla.

Noin 95 % vastaajista käyttää sosiaalisen median palveluita yhteydenpitoon ja keskusteluun, n. 89 % sisällön lukuun ja katselmiseen ja n. 77 % tiedon etsimiseen. Sisällön jakamiseen sosiaalista mediaa käyttää n. 67 % ja sisällön tuottamiseen n. 40 %. Noin 19 % käyttää palveluita pelien pelaamiseen ja n. 19 % myös tutustuakseen uusiin ihmisiin. Vastaajista n. 3 % käyttää sosiaalista mediaa johonkin muuhun tarkoitukseen ja n. 2 % ei käytä mihinkään.

7.3 Sosiaalisen median käyttö opiskelussa



Kuvio 8. Kaikkien vastanneiden sosiaalisen median käyttö opiskelussa

Vastaajien kesken suosituimmat palvelut opiskelukäytössä olivat yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut sekä tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut. Tuloksista voidaan huomata, että opiskelukäytössä tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut olivat kolmen suosituimman palvelun joukossa, ja sisältöjen jakopalveluiden käyttö oli huomattavasti vähäisempää opiskelussa kuin vapaa-ajalla. Huomionarvoista oli myös, että sosiaalista mediaa käytetään paljon enemmän ja monipuolisemmin vapaa-ajalla kuin opiskelussa, sillä monien palvelujen kohdalla voidaan huomata käytön vähenemisen opiskelussa kun vertaillaan tuloksia vapaa-ajan käyttöön.

Noin 65 % vastaajista käyttää opiskelussa apuna yhteisö- ja verkostoitumispalveluita. Vapaa-ajalla prosenttimäärä oli 92 %. Suosituimmat palvelut vastaajien keskuudessa olivat Facebook, LinkedIn ja Google+.

Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita käyttää 49 % ja suosituin palvelu oli Wikipedia. Opiskelijoista n. 43 % käyttää tiedostojen säilytys- ja jakopalveluita. Suosituimmat palvelut olivat DropBox, Google Drive ja SkyDrive. Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluiden ja tiedostojen säilytys- ja jakopalveluiden käyttö oli hieman vähäisempää opiskelussa kuin vapaa-ajalla.

Sisältöjen jakopalveluita käyttää n. 23 % vastaajista ja suosituimpia palveluja olivat YouTube, Prezi ja Slideshare. Vastaavasti vapaa-ajalla prosenttimäärä oli 80 %. Sisältöjen jakopalveluiden käytöstä löytyy huima ero vapaa-ajan ja opiskelun käytössä.

Vastaajista n. 12 % ei käytä mitään sosiaalisen median palveluita hyödyksi opiskelussa, kun taas vapaa-ajalla määrä oli n. 2 %. Löytyy siis ihmisiä, jotka käyttävät sosiaalisen median palveluita vapaa-ajalla mutta eivät opiskelussa.

Verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita, joista suosituimpia olivat Skype, WhatsApp ja Google Hangouts, käyttää opiskelussa n. 9 %. Vapaa-ajan käytössä nämä palvelut ovat paljon suosituimmassa käytössä, sillä melkein puolet (47 %) käyttää verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita vapaa-ajallaan.

Blogien käyttö oli vähäisempää opiskelussa kuin vapaa-ajalla. Opiskelijoista n. 8 % käyttää blogeja apuna opiskelussa, kun vapaa-ajalla palveluja käytetään jopa nelinkertaisesti enemmän. Suosituimpia palveluita vastanneiden kesken olivat WordPress, Blogger ja Tumblr.

Noin 7 % käyttää verkkokalentereita, kuten Google kalenteria, opiskelussa. Vastaajista n. 3 % käyttää mikroblogeja, Twitteriä, apuna ja n. 1 % verkkosisältöjen seuraamispalveluita, RSS:ää. Vapaa-ajalla verkkokalentereiden, mikroblogien ja verkkosisältöjen seuraamispalveluiden käyttö oli yleisempää.

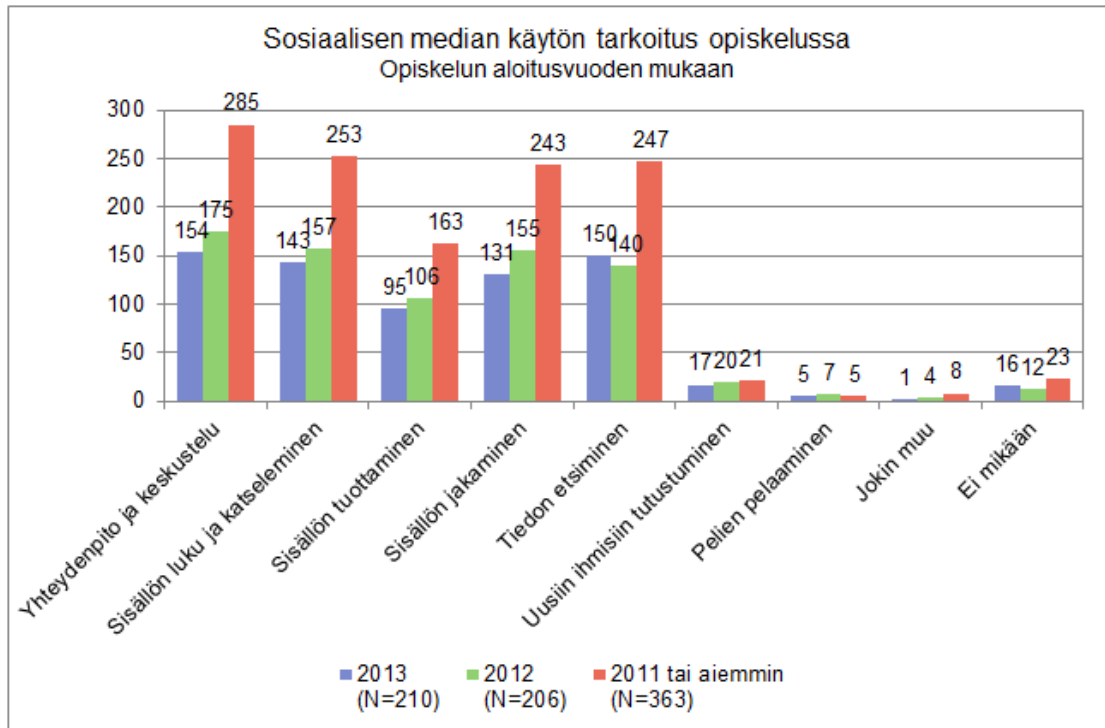
Opiskelijoista n. 5 % rasti käyttävänsä jotain muuta palvelua opiskelussa, tässä esimerkkinä Moodle, Google Scholar ja Doodle.

Koulutusaloittain

Tuloksia tarkasteltaessa koulutusaloittain (liite 6), nähdään mitä sosiaalisen median palveluja suositaan opiskelussa eri koulutusalojen opiskelijoiden keskuudessa. Vertaillen liitteitä 5 ja 6, jotka ovat kuvioita sekä vapaa-ajan että opiskelun palveluiden käytöstä, voidaan huomata opiskelukäytössä erottuvan selvästi vain muutama suosittu palvelu. Vapaa-ajalla vastaajat taas käyttävät paljon monipuolisemmin eri sosiaalisen median palveluja.

Kuten vapaa-ajalla, myös opiskelukäytössä suosituimpia palveluita olivat yhteisö- ja verkostoitumispalvelut ja yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut. Myös tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut olivat suosittuja opiskelukäytössä. Huomionarvoista on tässäkin, että sisältöjen jakopalveluiden käyttö oli opiskelutarkoituksiin paljon vähäisempää kuin vapaa-ajan tarkoituksiin.

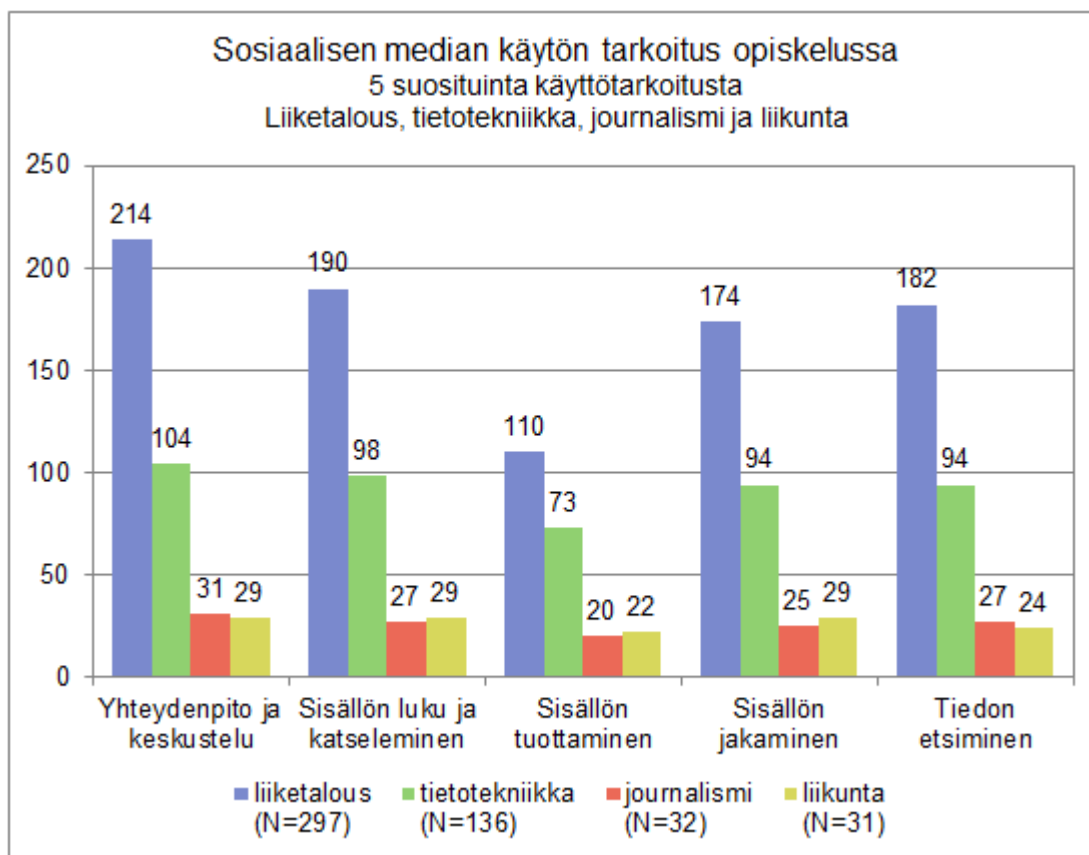
Kaikkien koulutusalojen opiskelijoiden, pois lukien tietotekniikan ja matkailun opiskelijat, suosituimmat sosiaalisen median palvelut opiskelukäytössä olivat yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut sekä tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut. Tietotekniikan alan opiskelijoilla oli muuten samat suosituimmat palvelut, mutta huomattavasti suosituin ko. palveluista oli tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut. Muissa koulutusaloissa ne eivät olleet kaikista suosituimpia. Matkailun alan suosituimmat palvelut eroavat muista koulutusaloista siten, että sen alan opiskelijoilla oli samat suosituimmat palvelut sekä vapaa-ajalla että opiskelussa: yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut ja sisältöjen jakopalvelut.



Kuvio 9. Sosiaalisen median käytön tarkoitus opiskelussa aloitusvuoden mukaan

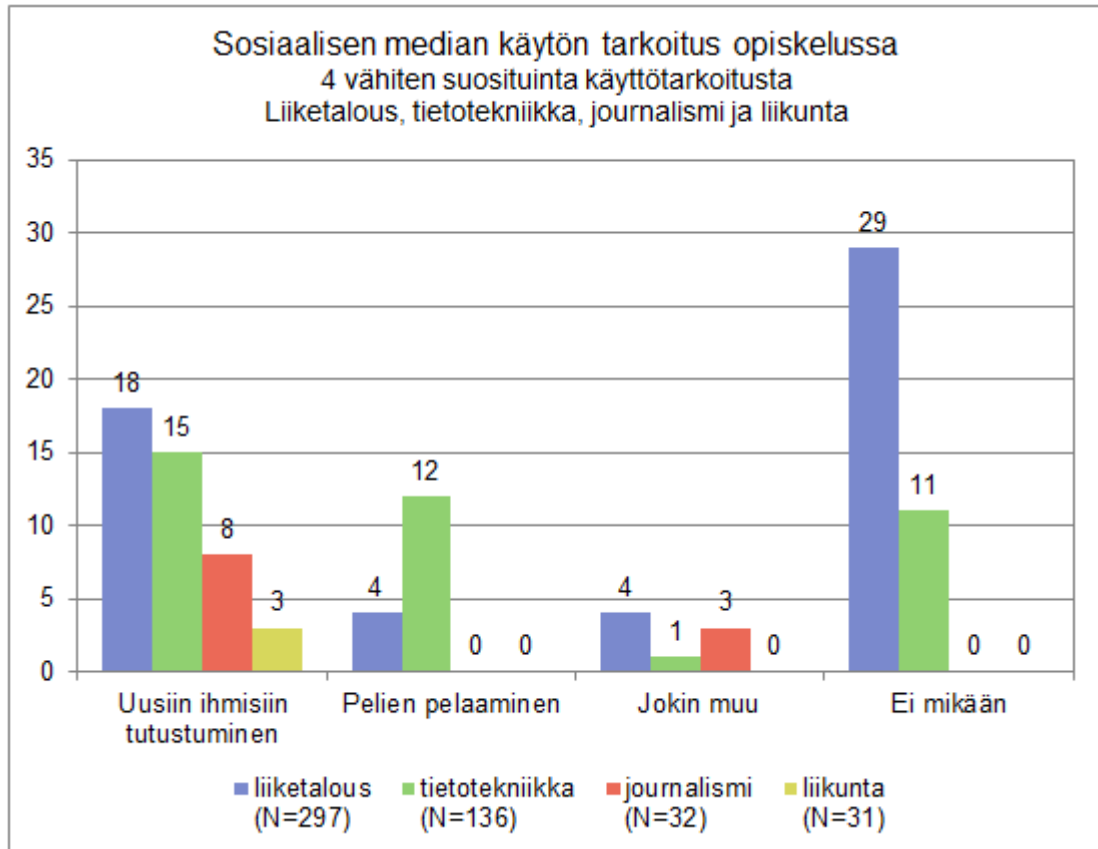
Sosiaalisen median käytön tarkoitusta tarkasteltaessa opiskelun aloitusvuoden mukaan, voidaan huomata vastausjakaumien pysyvän suhteellisen samoina jokaisen vuoden kohdalla. Yhteydenpito ja keskustelu oli kaikista suosituin käyttötarkoitus kaikilla aloitusvuosilla, mutta myös sisällön luku ja katseleminen, sisällön jakaminen ja tiedon etsiminen olivat todella suosittuja ja tasaväkisiä. Kuviosta huomaa selkeästi eron suosituimpien ja vähemmän suosituimpien käyttötarkoitusten välillä.

Koulutusaloittain



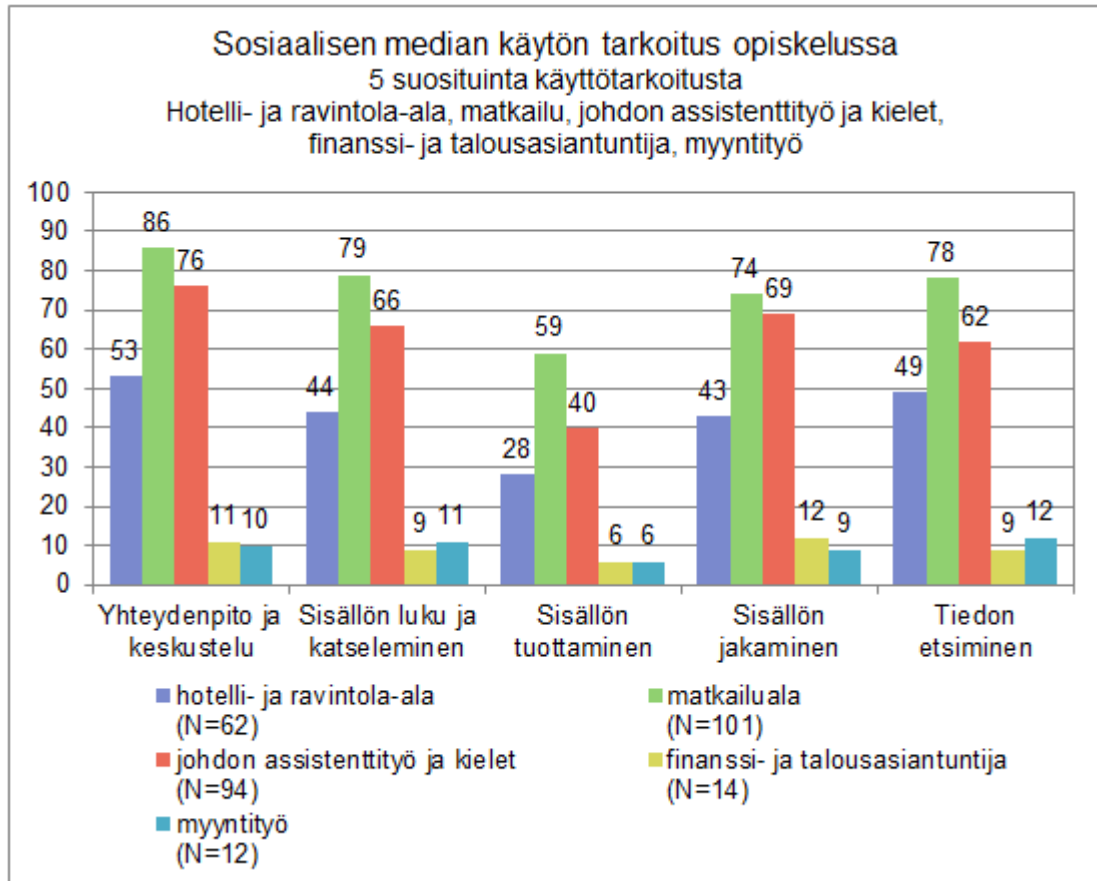
Kuvio 10. Sosiaalisen median 5 suosituinta käyttötarkoitusta opiskelussa koulutusaloittain

Kuviosta 10 voidaan huomata liiketalouden, tietotekniikan, journalismin ja liikunnan koulutusaloilla olevan samat suosituimmat käyttötarkoitukset sosiaalisen median käyttöön. Liiketalouden ja tietojenkäsittelyn opiskelijoissa huomaa pienen eron siinä, että sisällön tuottaminen oli jonkin verran vähäisempää kuin muut käyttötarkoitukset. Journalismin ja liikunnan opiskelijoilla suosituimmat käyttötarkoitukset jakautuivat todella tasaisesti.



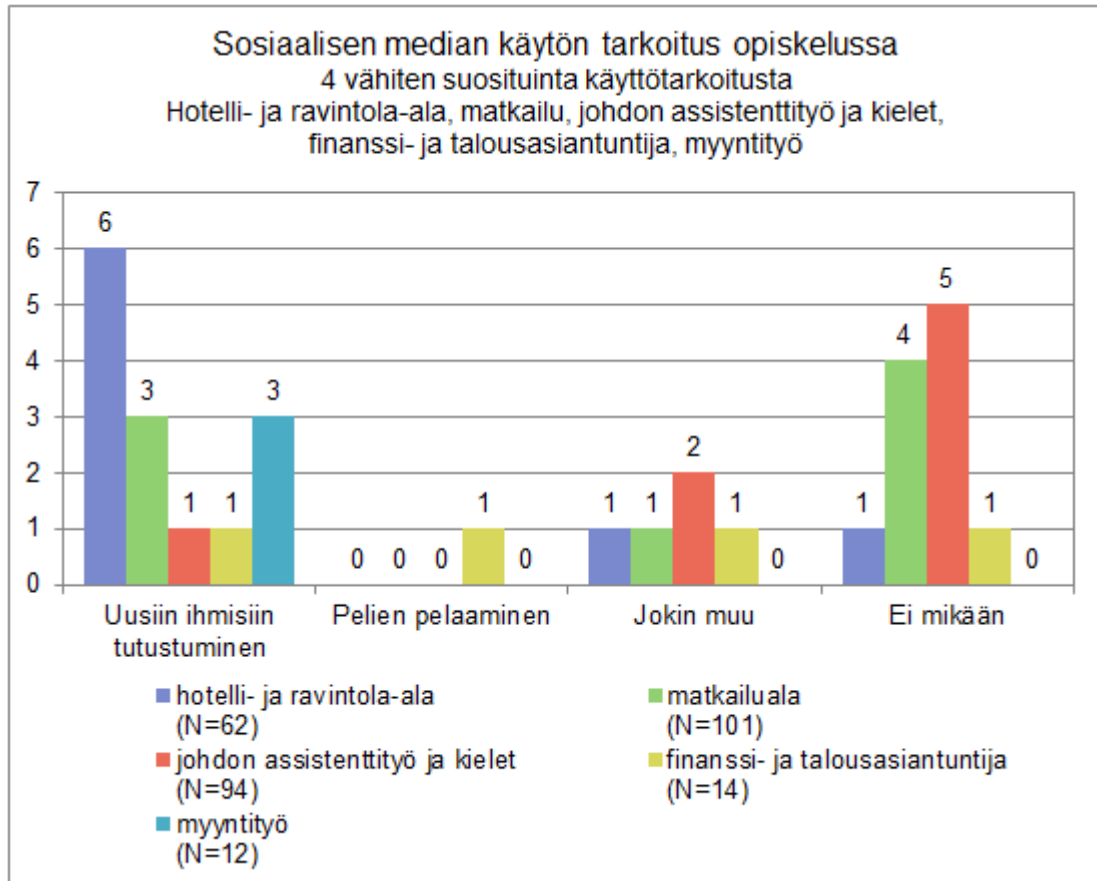
Kuvio 11. Sosiaalisen median 4 vähiten suosituinta käyttötarkoitusta opiskelussa koulutusaloittain

Liiketalouden, tietotekniikan, journalismin ja liikunnan koulutusaloilla oli myös täysin samat neljä vähiten suosittua käyttötarkoitusta sosiaalisen median käyttöön opiskelussa. Epäsuosimpia käyttötarkoituksia olivat uusiin ihmisiin tutustuminen, pelien pelaaminen, jokin muu ja ei mikään.



Kuvio 12. Sosiaalisen median 5 suosituinta käyttötarkoitusta opiskelussa koulutusaloittain

Kuviosta 12 nähdään Hotelli- ja ravintola-alan, matkailualan, johdon assistenttityön ja kielten alan, finansi- ja talousasiantuntija-alan ja myyntityön alan opiskelijoilla olevan samat suosituimmat käyttötarkoitukset sosiaalisen median käyttöön. Vastauksista huomaa saman mitä liiketalouden ja tietotekniikan alan opiskelijoilla: sisällön tuottaminen on vähäisempää. Finansi- ja talousasiantuntijoiden ja myyntityön opiskelijoiden suosituimmat käyttötarkoitukset jakautuivat tasaisesti.



Kuvio 13. Sosiaalisen median 4 vähiten suosituinta käyttötarkoitusta opiskelussa koulutusaloittain

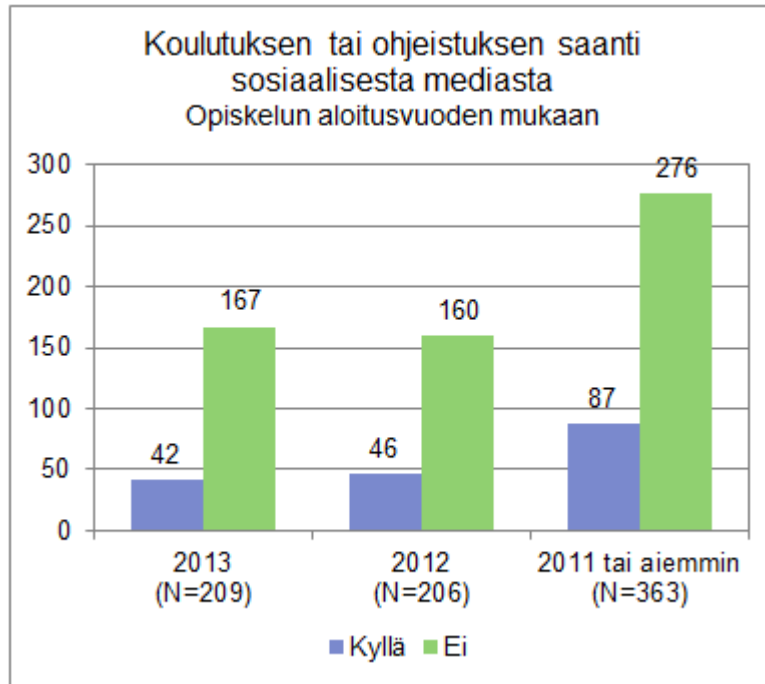
Hotelli- ja ravintola-alan, matkailualan, johdon assistenttityön ja kielten alan, finanssi- ja talousasiantuntija-alan ja myyntityön alan opiskelijoilla oli myös samat neljä vähiten suosittua käyttötarkoitusta sosiaalisen median käyttöön opiskelussa. Vähiten suosiossa olevia käyttötarkoituksia olivat uusiin ihmisiin tutustuminen, pelien pelaaminen, jokin muu ja ei mikään.

Kysymyksessä 10. pyydettiin vastaajia kuvaamaan opiskelutilanne, jossa voisi käyttää sosiaalista mediaa apuna. Ylivoimaisesti suosituin opiskelutilanne jonka vastaajat kuvailivat, oli ryhmätöiden ja projektitöiden teko. Vastaajat perustelivat vastauksiaan mm. yhteydenpidon helppoudella, tiedostojen jakamisen helppoudella sekä sillä, että aina ei tarvitse nähdä kasvotusten ryhmätöiden teossa.

Ryhmätöitä tehdessä perustamme lähes poikkeuksetta Facebook-ryhmän ryhmässä olevien kesken. Tämä helpottaa tiedon siirtoa sekä yhteydenpitoa. Tiedostot on helppo lähettää ja niitä on helppo kommentoida. Tämä mahdollistaa myös sen, ettei aina tarvitse

matkustaa ja tehdä töitä paikan päällä, jonka ansiosta työskentely on huomattavasti tehokkaampaa.

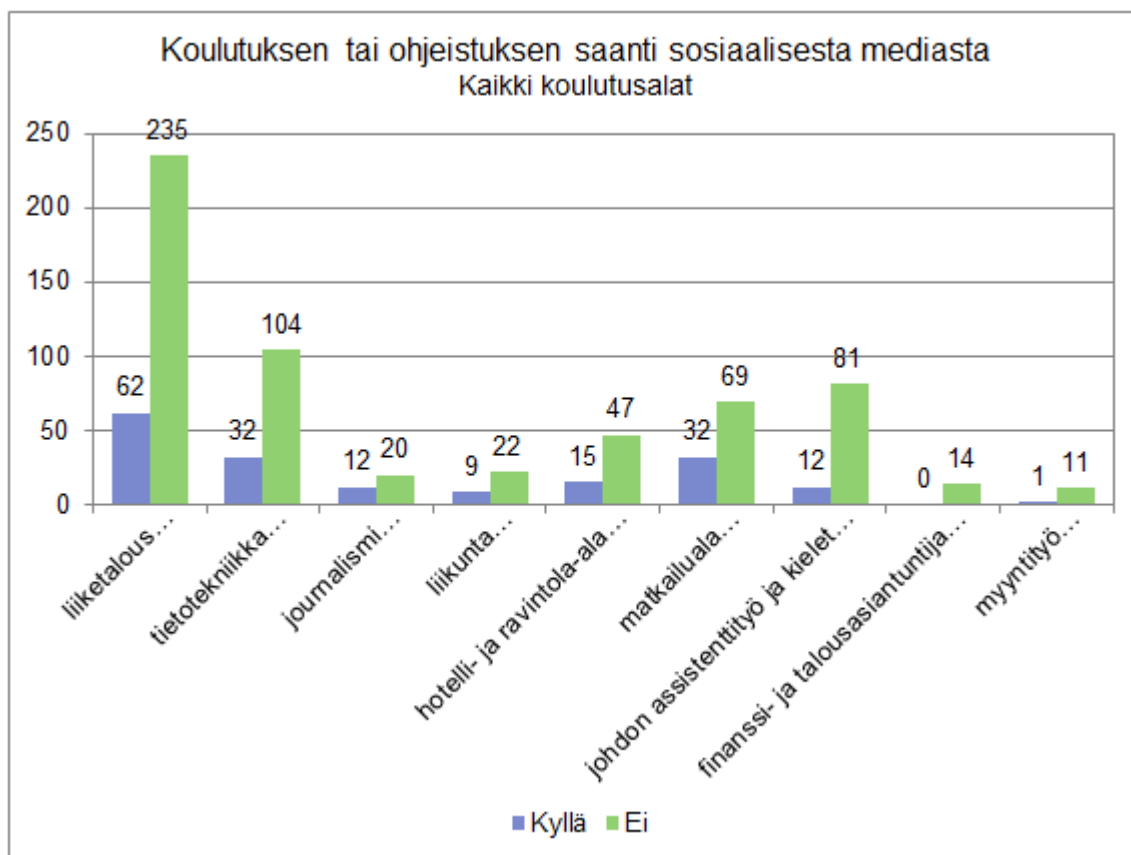
Muut opiskelutilanteet, joita vastaajat listasivat, oli mm. oppimispäiväkirjan pito, yhteydenpito ja keskustelu ja tiedon etsiminen.



Kuvio 14. Kuinka moni opiskelija on saanut koulutusta tai ohjeistusta sosiaalisesta mediasta

Kyselyssä kysyttiin vastaajilta, ovatko he saaneet jonkinlaista koulutusta tai ohjeistusta liittyen sosiaaliseen mediaan. Huomattavan suuri osa oli vastannut, että ei ole saanut minkäänlaista koulutusta tai ohjeistusta. Positiivista oli kuitenkin se, että löytyi vastaajia, jotka ovat saaneet koulutusta. Aloitusvuosittain vastaukset jakautuivat hämmästyttävän samalla tavalla, eli selkeä enemmistö ei ole saanut ohjeistusta, mutta pieni osa kuitenkin on.

Koulutusaloittain



Kuvio 15. Kuinka moni opiskelija on saanut koulutusta tai ohjeistusta sosiaalisesta mediasta

Koulutusaloittain tarkasteltaessa tuloksia, pysyi enemmistönä edelleen vastaukset, joissa ei ole saatu koulutusta tai ohjeistusta liittyen sosiaaliseen mediaan. Melkein jokaiselta koulutusosalta löytyi kuitenkin ihmisiä, jotka ovat saaneet koulutusta tai ohjeistusta. Finanssi- ja talousasiantuntijan opiskelijoista ei tosin löytynyt yhtäkään koulutusta tai ohjeistusten saanutta vastaajaa.

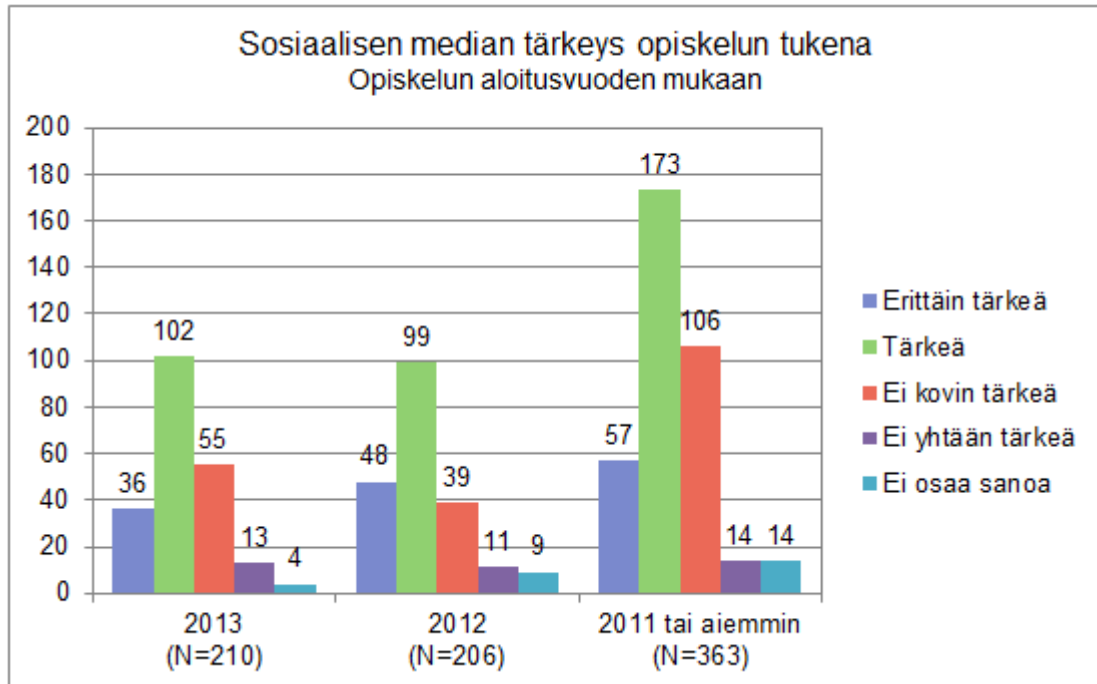
Jos vastaaja vastasi kyllä, kysyttiin häneltä vielä jatkokysymys: ”minkälaista koulutusta tai ohjeistusta?”. Useat vastaajat ilmaisivat saaneensa omalla työpaikallaan koulutusta liittyen sosiaaliseen mediaan. Myös koulussa on saatu perehdytystä, mutta vastauksien perusteella aika satunnaisilla kursseilla ja kurssikohtaisesti riippuvasti. Tietoturvan perehdytys on ollut yleistä sekä sosiaalisen median perus käytäntöjä ja toimintatapoja on perehdytetty vastaajille.

Vastauksissa huomioitiin myös sitä, että koululla ei ole annettu opiskelijoille ohjeistuksia sosiaalisen median käyttöön, kun taas työpaikoilla selkeästi on.

Yleisiä ohjeistuksia ei koulussa ole ainakaan aktiivisesti tarjottu, esim. verrattuna työpaikkaan jossa sosiaalisen median käytöstä työaikana ja siellä työasioista puhumisesta on selkeitä ohjelinjauksia.

Kyselyyn vastanneilta kysyttiin vielä tarkentava kysymys, jossa tiedusteltiin että minkälaista koulutusta vastaaja olisi halukas saamaan sosiaalisesta mediasta. Huomattavan suuri osa vastaajista ei kokenut tarvitsevansa minkäänlaista koulutusta sosiaalisesta mediasta. Muutamit vastaajat taas toivoivat saavansa palvelukohtaisesti perehdytystä esimerkiksi LinkedInin, Prezin tai Twitterin parempaan ja tehokkaampaan käyttöön. Tietoturvallisuuteen, riskeihin ja haittoihin liittyvää koulutusta myös toivottiin sekä neuvonja ja ohjeistuksia siitä, miten erilaisia palveluja voisi tehokkaammin käyttää opiskelussa apuna.

HAAGA-HELIA:n tulisi laatia yhteiset pelisäännöt siitä, mikä on oppilaitoksen virallinen kanta sosiaalisen median käyttöön oppilaitoksen/opettajan ja opiskelijan välisessä yksi- ja kaksisuuntaisessa viestinnässä. tämän myötä tulisi mm. sopia esimerkiksi siitä, onko oppilaitoksella oikeutta jakaa tietoja siten, että ne ovat saatavissa vain kolmannen, oppilaitoksen ulkopuolisen osapuolen hallinnoimassa tietojärjestelmässä tai viestintäpalvelussa (esim. Facebookin ryhmät).



Kuvio 16. Kuinka tärkeäksi vastaajat kokevat sosiaalisen median opiskelun tukena

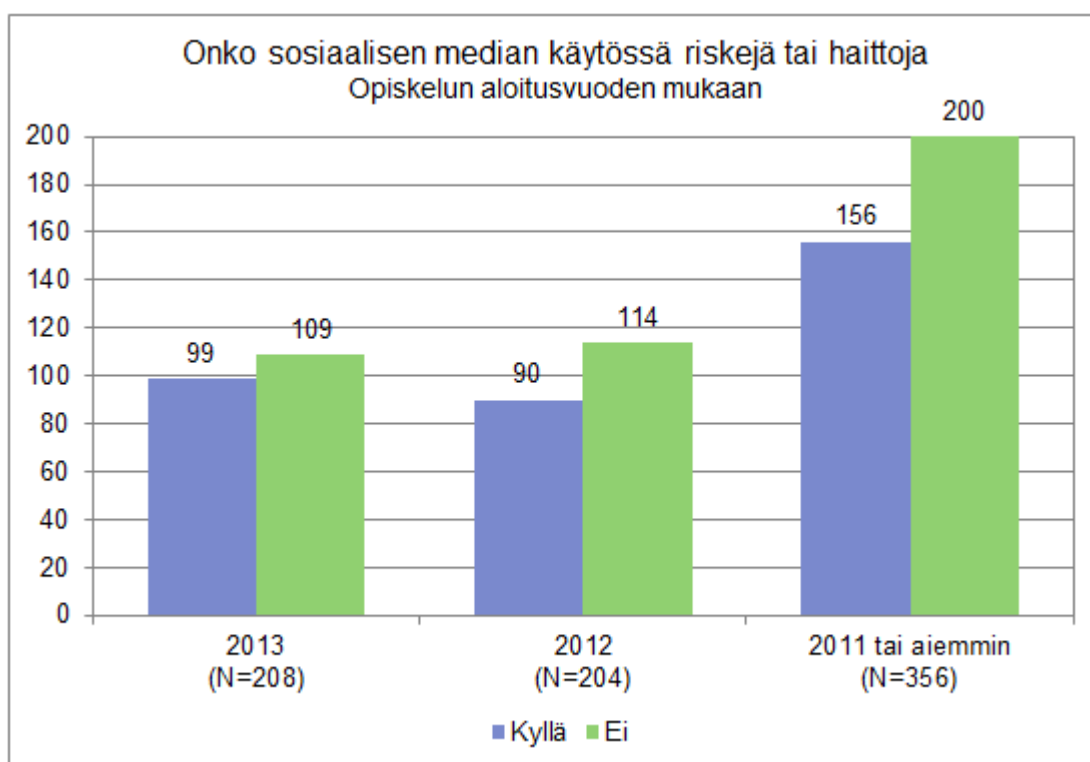
Opiskelun aloitusvuosittain tarkasteltaessa vastausjakaumaa kysymyksessä kuinka tärkeäksi vastaaja kokee sosiaalisen median käytön opiskelun tukena, oli jokaisen vuoden vastaajista selvä enemmistö rastittanut kokevansa sen tärkeäksi. Vuonna 2013 ja 2011 tai aiemmin aloittaneilla toiseksi eniten oli vastattu, että sosiaalisen median käyttö opiskelussa ei ole kovin tärkeää. 2012 aloittaneiden opiskelijoiden vastauksista taas toiseksi eniten rastiuksia sai kohta ”erittäin tärkeä”.

Kuitenkin enemmistö oli jokaisella aloitusvuodella sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttö opiskelun tukena on joko tärkeää tai erittäin tärkeää. 2013 opiskelunsa aloittaneista näitä oli n. 66 %, 2012 on n. 71 % ja vuonna 2011 tai aiemmin aloittaneista 63 % oli tätä mieltä.

Huomattavaa on kuitenkin se, että suurehko joukko ei kuitenkaan pidä kovinkaan tärkeänä sosiaalisen median hyödyntämistä opiskelussa. Vähemmistönä oli vastattu että se ei ole yhtään tärkeää tai vastaaja ei osaa sanoa.

Koulutusaloittain

Koulutusaloittain tarkasteltaessa kyselyn tuloksia (liite 7), erottuu enemmistönä jokaiselta alalta vastaus ”tärkeä”. Jokaiselta koulutusosalta enemmistö on siis sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttö opiskelussa on tärkeä asia. Liiketalouden, tietotekniikan sekä johdon assistenttityön ja kielten alan opiskelijoilla toiseksi suosituin vastaus oli ”ei kovin tärkeä”. Yllättävän monen mielestä sosiaalisen median hyödyntäminen opiskelukäytössä ei ole kovin tärkeä asia. Muiden koulutusalojen vastauksissa ”ei kovin tärkeä” ei ollut toiseksi suosituin vastaus, vaan suosituimpia vastauksia olivat ”tärkeä” ja ”erittäin tärkeä”. Tämä kannattaa huomioida liiketalouden, tietotekniikan sekä johdon assistenttityön ja kielten alan opiskelijoiden vastauksissakin: enemmistön mielestä sosiaalisen median käyttö opiskelussa on kuitenkin joko tärkeää tai erittäin tärkeää.



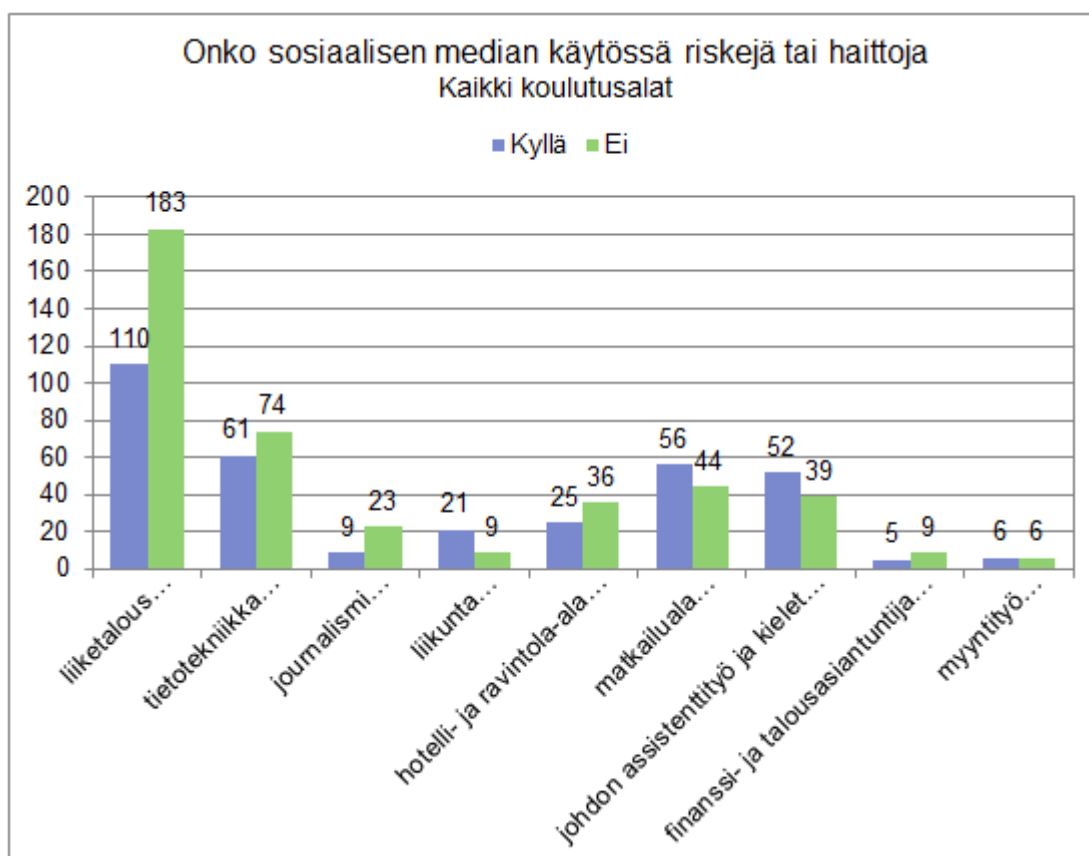
Kuvio 17. Kokevatko vastaajat sosiaalisen median käyttöön liittyvän riskejä tai haittoja aloitusvuoden mukaan

Vastaajien piti rastia, onko sosiaalisen median käytössä heidän mielestään mitään riskejä tai haittoja. Enemmistö oli sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttöön ei liity mitään riskejä, mikä oli aika yllättävää. Rajat ei ja kyllä -vastauksilla on suhteellisen selkeät

vuonna 2012 ja 2011 tai aiemmin aloittaneilla, mutta vuonna 2013 aloittaneilla raja on vähän häilyvämpi.

Kyllä-vastauksiakin on tullut paljon, mutta oletettavaa olisi ollut että niitä olisi ollut enemmän kuin ei-vastauksia.

Koulutusaloittain



Kuvio 18. Kokevatko vastaajat sosiaalisen median käyttöön liittyvän riskejä tai haittoja koulutusaloittain

Melkein kaikilla aloilla enemmistö vastasi, että sosiaalisen median käytössä ei ole mitään riskejä tai haittoja. Kuitenkin liikunnan, matkailun ja johdon assistenttityön ja kielten vastauksissa enemmistö vastasi kyllä. Koulutusohjelmittain löytyi siis eroja.

Jos vastaaja vastasi kyllä, kysyttiin häneltä tarkentava kysymys, jossa kysyttiin minkälaisesta haittaa voi hänen mielestään ilmetä. Vastauksia tuli laaja kirjo. Useat vastaajat pitivät sosiaalisen median riskinä ja haittana kuinka se on häiriötekijä, joka voi vaikuttaa opis-

keluun epäsuotuisasti. Sosiaalisen median viihteellisyys ja sen häiriötekijöiden määrä voi saada keskittymisen herpaantumaan luennoilla ja muissa opiskelutilanteissa.

”Opiskelu voi mennä liikaa hovin puolelle, jolloin koulutyö kärsii.”

Opiskelijat listasivat paljon myös tietoturvaan, yksityisyyteen, tietosuojaan ja plagiointiin liittyviä riskejä ja haittoja, joita sosiaalisessa mediassa voi ilmetä. Tietoturva-asiat eivät välttämättä ole kaikilla palvelujen käytävillä selvillä ja se voi tuoda riskejä. Yksityisyys ja tietosuoja vaikuttivat mietityttävän useita vastaajia.

”Tietoturvasuutta ei voi taata?”

”Tulee välillä mieleen, että omistaako Facebook kenties kohta meidän ryhmätyötkin..”

Moni vastaaja listasi lähdekriittisyyden tärkeyden olevan painava asia sosiaalisesta mediasta lähteitä etsiessä koulutöihin. Tietojen paikkansapitävyys ja luotettavuus ovat myös asioita, jotka kannattaa huomioida juurikin esimerkiksi lähteitä etsiessä.

Useita vastauksia tuli liittyen siihen, kuinka opiskelun ja vapaa-ajan raja on paljon häilyvämpi, sillä kumpikin osa-alue tulee toisen alueelle. Vapaa-aika ja opiskelu sekoittuvat keskenään sosiaalisen median palvelujen käytön takia, mikä on myös muutamien mielestä uuvuttavaa, kun kouluasiat- ja keskustelut seuraavat aina vapaa-ajalle.

”Sosiaalisen median täytyminen opiskeluun liittyviin ryhmiin ja tiedotteisiin vie sosiaalisen median käyttöiloa vapaa-ajalla.”

7.4 Haastattelu

Opinnäytetyön tutkimusosuuteen haastateltiin sähköpostin välityksellä Ammattiopisto Tavastian opettajaa Esko Hentilää. Hentilä kertoi sähköpostin välityksellä, millä tavoin heidän koulutusohjelmassaan hyödynnetään sosiaalista mediaa.

Matkailun koulutusohjelmassa on sosiaalisen median palveluita jokapäiväisessä käytössä sekä opetuksessa että opiskelussa. Sosiaalisen median palveluita käytetään apuna monissa eri tilanteissa. Tietoja, kuvia ja videoita tallennetaan ja jaetaan muille sosiaalisen median avulla. Palveluita käytetään apuna vuorovaikutukseen keskenään opettajan ja ryhmän välillä, opettajien kesken, ryhmän kesken sekä ulkoisiin sidosryhmiin. Palveluita käytetään myös apuna erilaisten esitysten laatimiseen sekä markkinointiviestintään, josta esimerkkinä löytyykin koulutusohjelman oma Facebook-sivu: www.facebook.com/matkailukilta. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

Sähköpostiviestissä Hentilältä kysyttiin myös tarkemmin, mitä palveluita he hyödyntävät opetuksessa ja opiskelussa. Kävi ilmi, että koulutusohjelmassa hyödynnetään sosiaalisen median palveluja todella paljon ja monipuolisesti. Hentilä kertoi, että Facebook on kovassa käytössä mm. ryhmänohjauksessa ja muussa vuorovaikutuksessa sekä tehtävien annossa ja materiaalien jaossa. Blogeja käytetään hyödyksi oppimispäiväkirjoina, Preziä käytetään esityksissä ja YouTubea tiedonhankinnassa ja omien videoiden ja elokuvien muokkauksessa ja tallennuksessa. Kuvien jakamiseen käytetään palvelua Albumini.fi ja kuvien esittämiseen Pinterestiä. Tiedon kuratointiin, toisin sanoen sisällön keräämistä yhdeksi sisältöyksiköksi, käytetään Scoop.fi -palvelua. Opetusaineiston jakamiseen koulutusohjelmassa käytetään Wikispaces-palvelua, Google Sites:ia kotisivujen tekemiseen ja opetteluun ja Diigoa kirjanmerkkien tallentamiseen jakamiseen. SkyDrive ja GoogleDrive ovat käytössä tiedon tallennukseen ja jakamiseen ja Googlen asiakirjat yhteisölliseen kirjoittamiseen. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

Hentilä kertoi, että nykyään on vaikeaa kuvitella tilannetta, jossa sosiaalista mediaa ei käytettäisi oppimisen ja vuorovaikutuksen tukena. Hentilä myös tähdentää, että hänen työssään sosiaalinen media on työvälineenä täysin korvaamaton. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

Opiskelijat ovat suhtautuneet eri tavoin sosiaalisen median käyttöön opetuksessa ja oppimisessa. Riippuu täysin opiskelijaryhmästä ja opiskelijoista, miten he suhtautuvat palvelujen hyödyntämiseen. Hentilä kertoi, että hänen nykyinen ryhmänsä on suhtautunut erittäin positiivisesti sosiaalisen median käyttöön. Huomionarvoista on, että opetta-

jan tulee myös antaa opiskelijoille riittävästi aikaa oppia uusien työkalujen käyttöä, ennen kuin siirrytään uusiin työkaluihin. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

Koulutusohjelmassa opiskelijoita perehdytetään tarpeen mukaan sosiaalisen median palvelujen käyttöön. Vertausohjausta annetaan uusien työvälineiden käyttöönotossa, mikä on myös todettu hyväksi tavaksi. Monissa ryhmissä on henkilöitä, jotka jo osaavat tai ovat nopeampia oppimaan kuin muut ja he voivat usein auttaa muita kanssaopiskelijoita oppimaan palveluiden käyttöä. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

Ongelmia Hentilän mukaan sosiaalisen median käytössä ilmenee hyvin vähän, mikä on erittäin positiivista kuulla. Kuitenkaan ongelmatilanteilta ei ole vältytty. Joissain palveluissa, jotka toimivat verkossa, voi joskus ilmetä ongelmatilanteita verkkoliikenteestä johtuen. Myös jotkut opiskelijat kieltäytyvät Facebook-palvelun käytöstä, mikä opettajan on huomioitava omassa toiminnassaan. (Hentilä, E. 25.11.2013.)

8 Johtopäätökset

Kyselyn otanta oli suuri (786), ja mielestäni tulokset ovat luotettavia ja helposti vertailtavissa olevia. Erittäin suuri osa kyselyyn vastanneista suhtautuu myönteisesti sosiaalisen median käyttöön, mutta toki löytyi myös vastaajia, jotka eivät tätä kannata. Tuloksista voidaan päätellä suuren osan opiskelijoista osaavan jo itse hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia palveluita opiskelussaan ja enemmistö kokee sosiaalisen median käytön opiskelussa olevan tärkeä asia.

Sosiaalisten medioiden käyttö opiskelussa

Tutkimuksella haluttiin saada selville, mitä sosiaalisia medioita opiskelijat käyttävät opiskeluissaan sekä minkälaisissa tilanteissa. Kyselyn tuloksien mukaan opiskelijoiden keskuudessa sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla on yleisempää kuin opiskelussa. Opiskelussa palveluiden käyttö on kohdistunut vain tietynlaisiin palveluryhmiin, kun taas vapaa-ajalla palvelujen käyttö vaikuttaa olevan monipuolisempaa ja ei niin kohdistunutta. Tästä voidaan päätellä, että suosituimmat palvelut opiskelukäytössä ovat selkeästi sellaisia palveluita, joiden käyttö on todettu hyödylliseksi apuvälineiksi opiskelussa. Suosituimpia palveluja olivat siis yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut sekä tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut.

Suosituimmat tilanteet, joissa opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa olivat yhteydenpito ja keskustelu, sisällön luku ja katseleminen, sisällön jakaminen, tiedon etsiminen ja sisällön tuottaminen. Kaikista näistä suosituin oli yhteydenpito ja keskustelu, josta voidaan olettaa opiskelijoiden tarvitsevan hyvän kommunikointivälineen opiskelun avuksi. Monet ovat löytäneetkin Facebookista mainion kommunikointivälineen. Muut sosiaalisen median käytön tarkoitukset liittyvät pitkälti sisällön lukuun, tuottamiseen, jakamiseen ja tiedon etsimiseen. Näitä kaikkia tehdään opiskelutilanteissa paljon. Sisältöä tuotetaan ja jaetaan, ja varsinkin ryhmätöissä tarvitaan välineitä kommunikointiin ja yhteisten raporttien kirjoittamiseen ja jakamiseen.

Mielestäni kolme suosituinta palvelua (yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut sekä tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut) vastaajien keskuudessa ovat tärkeitä välineitä nykypäivänä opiskelun tukena, ja niiden käyttöä tulisi huomioida

enemmän HAAGA-HELIAssa. Esimerkiksi oppimisympäristö Moodlen kautta viestien lähettäminen muille kanssaopiskelijoille on todella epäkäytännöllistä ja hankalaa, joten opiskelijat käyttävät sosiaalisen median palveluita keskusteluun ja kontaktinottoon. Yhteisöllisen kirjoittamisen palvelut, kuten esimerkiksi Google Drive ja erilaiset wikit, ovat suosittuja opiskelijoiden keskuudessa varmaan siksi, koska niiden avulla on todella kätevää tehdä ryhmätehtäviä. Google Drivessa saman dokumentin kirjoittaminen verkossa reaaliaikaisesti monen henkilön voimin voi olla erittäin tehokas tapa saada esimerkiksi ryhmätyön raportit kirjoitettua. Mielestäni opettajat voisivat kannustaa opiskelijoita enemmän käyttämään yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita etenkin ryhmätöitä tehdessä. HAAGA-HELIAN kursseilla tehdään paljon ryhmätöitä, ja niidenkin kehittäminen on tarpeellista. Tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut auttavat opiskelijoita säilyttämään tiedostoja, esimerkiksi opiskeluun liittyviä dokumentteja, verkossa siten, että niihin on pääsy kaikkialta, missä on verkkoyhteys. HAAGA-HELIA kyllä tarjoaa palvelimelleen M-asemalle tallennustilaa opiskelijoille, mutta niihin käsiksi päästäkseen kotikoneelta tulee opiskelijalla olla asennettuna ohjelma tiedostojen siirtoon. Vaikka HAAGA-HELIAN palvelin on edelleen opiskelijoilla käytössä, saattaa verkossa sijaitsevat tiedostojen säilytys- ja jakopalvelut houkutella opiskelijoita käyttämään niitä juurikin helppokäyttöisyytensä vuoksi.

HAAGA-HELIAssa käytetään satunnaisilla kursseilla apuna sosiaalista mediaa. Nykyään on tarjolla myös kursseja, joiden aiheena on sosiaalinen media. Esimerkiksi HAAGA-HELIAN tarjoamat kurssit ”Sosiaalinen media liiketoiminnan tukena”, ”Sosiaalisen median tehokas hyödyntäminen sähköisessä liiketoiminnassa” ja ”Sosiaalinen media tutuksi” käsittelevät vahvasti sosiaalista mediaa, mikä on mielestäni hyvä asia.

Huomattavaa kyselyn tuloksissa oli, että yli puolet vastaajista kokee sosiaalisen median käytön opiskelun tukena olevan tärkeää tai erittäin tärkeää. Mielestäni tämäkin kertoo siitä, kuinka sosiaalisen median käyttö on yleistynyt, jonka myötä opiskelijat ovat löytäneet erilaisia palveluja avuksi erilaisissa opiskelutilanteissa. Nykyään jotkut palvelut ovat oikeasti erittäin tärkeitä ja jopa korvaamattomia välineitä opiskelijoille, kuten Hentiläkin (25.11.2013) kertoi haastattelussaan sosiaalisen median olevan työvälineenä nykyään täysin korvaamaton hänelle.

Opiskelijoiden käyttötottumukset

Opiskelijoiden käyttötottumukset sosiaalisessa mediassa oli asia, josta haluttiin saada tietoa tutkimuksen avulla. Itseäni hämmästytti paljon se, että yli puolet kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että sosiaalisen median käytössä ei ole mitään riskejä tai haittoja. Johtuuko tämä siitä, että sosiaalinen media on vielä suhteellisen uusi ilmiö ihmisille ja täten sen riskejäkään ei vielä tiedosteta. Opiskelijoita pitäisi informoida enemmän riskeistä, joita voi sosiaalisen median käytössä kohdata. Lisäksi suurin osa kyselyyn vastanneista opiskelijoista ei ole saanut minkäänlaista koulutusta tai ohjeistusta liittyen sosiaaliseen mediaan. Koulutusta saaneet vastaajat ovat saaneet sitä pääosin oppilaitoksen ulkopuolella, esimerkiksi työpaikalla. Yllätyin itse siitä, kuinka moni vastaaja koki että ei tarvitse yhtään koulutusta tai ohjeistusta sosiaalisesta mediasta, suurin osa periaatteessa siis koki osaamisensa olevan tarvittavalla tasolla. Mielestäni koulutuksen ja ohjeistuksen saanti sekä riskien ja haittojen tiedostaminen kulkevat kuin käsi kädessä. Mitä paremmin ja tehokkaammin opiskelijoille informoidaan ja ohjeistetaan sosiaalisesta mediasta, sitä paremmin opiskelijat tiedostavat myös sen riskejä. Täten pystytään myös ennaltaehkäisemään mahdollisia riskitilanteita, joita voi opiskelijoilla sattua.

Sosiaalisen median käytön yleistymisen myötä sen käyttäjillä kasvaa tarve saada tietoa sosiaalisen median riskeistä sekä myös HAAGA-HELIA:n asettamista pelisäännöistä sosiaalisen median käyttöön. Pelisääntöjen asettamisella opiskelijat saisivat tietoa HAAGA-HELIA:n sosiaalisen median käyttöpolitiikasta ja osaisivat sen myötä asioida oikein ja HAAGA-HELIA:n haluamalla tavalla sosiaalisessa mediassa.

Kehitysehdotukset: millä tavoin sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää opiskelussa

Monet opiskelijat kertoivat erilaisia kehitysehdotuksia koululle sosiaalisen median käyttöön. Mielenkiintoisin kehitysehdotus mielestäni oli, että HAAGA-HELIA voisi kehittää oman pilvipalvelun, jossa yhdistyisi Facebookin ja Google Driven ominaisuuksia. Palvelua käytettäisiin siis vain opiskelukäyttöön ja opiskeluihin liittyen. Pitää kuitenkin huomioida, että HAAGA-HELIALla on ottanut jo käyttöön Office 365 Sharepoint Online MySiten, jonne on suora linkki HAAGA-HELIA:n verkkosivuilla. Jokaisella opiskelijalla on tunnukset jo valmiiksi luotuna palveluun. Palvelussa yhdistyy juurikin nämä

asiat, joita kyselyyn vastanneet ideoivat ja halusivat kehitettävän. ”MySite on monipuolinen työryhmäsivusto, jolla opiskelijat ja opettajat voivat tehdä ryhmätyötiloja, lisätä erilaisia sisältöjä ja applikaatioita, seurata projekteja jne.”, on HAAGA-HELIA kertonut 26.8.2013 lähetetyssä sähköpostiviestissä opiskelijoille. Kirjautuminen palveluun tapahtuu osoitteesta <https://mysite.myy.haaga-helia.fi> omilla tunnuksilla. MySiteen on integroitu myös SkyDrive -palvelu, jossa käyttäjät voivat varastoida, jakaa ja luoda dokumentteja yksin ja ryhmässä.

Ajatus MySiten käytöstä on mielestäni erittäin hyvä, sillä sen opiskelukäytöllä saisi selkeästi eroteltua vapaa-ajan ja opiskelun toisistaan. MySiten yhtenä puutteena tosin on, että siinä ei ole minkäänlaista pikaviestintäominaisuutta, mikä juuri Facebookissa viehättää käyttäjiä. Palveluun voi julkaista viestejä ”seinälle”, mutta itse en ainakaan löytänyt pikaviestintäominaisuutta palvelusta. Palvelun käyttöönoton ongelmana näen itsensä, että tietoisuus opiskelijoiden keskuudessa kyseisestä palvelusta on todella huono. Yksi joukkosähköpostiviesti ja tiedotustilaisuus auditoriossa eivät yhtäkkiä saa opiskelijoita siirtymään MySiten käyttöön. Moni ei luultavasti vielääkään tiedä kyseisen palvelun olemassaolosta. Palvelua pitäisi mainostaa vielä enemmän opiskelijoille, ja esimerkiksi uusille opiskelijoille tutorit voisivat pitää oman tietoisuuden palvelun käytöstä. Näen myös ongelmana kynnyksen opiskelijoilla siirtyä palvelun käyttöön. Monet käyttävät nykyään jo erittäin onnistuneesti esimerkiksi Facebookia ja Google Drivea apuna opiskelussa ja eivät täten välttämättä näe hyvää syytä siirtyä MySiten käyttöön. Tiedottamista palvelusta tarvittaisiin ja paljon.

MySiten käyttöönoton kehittämisen lisäksi HAAGA-HELIA voisi luoda eräänlaiset pelisäännöt opiskelijoille sosiaalisen median käyttöön liittyen. Pelisäännöistä selviäisi HAAGA-HELIAN sosiaalisen median käyttöpolitiikan keskeisimmät asiat. Näitä ovat mm. käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa, jos tiedoissa lukee opiskelevansa HAAGA-HELIAssa, minkälaisista asioista keskusteleminen sosiaalisessa mediassa on hyväksyttävää sekä muiden opiskelijoiden kunnioittaminen sosiaalisessa mediassa. Pelisääntöjä noudattamalla pystytään ennaltaehkäisemään mahdollisia riskejä, joita ilmenee sosiaalisessa mediassa. Niiden avulla myös opiskelijat saavat tiedon oppilaitoksen suhtautumisesta sosiaaliseen mediaan ja osaavat käyttäytyä sen mukaisesti.

Oppimisalusta Moodlen kehittäminen on vieläkin opiskelijoiden mielessä, vaikka palvelua on juuri päivitetty. Kyselyyn vastanneiden mielestä Moodle on vieläkin erittäin epäkäytännöllinen etenkin sen viestiominaisuuden osalta. Moodlen viestiominaisuus selvästi kaipaisi kehittämistä. Esimerkiksi jonkinmoinen pikaviestintäominaisuus Moodlessa mahdollistaisi opiskelijoita kommunikoidaan ja viestimään tehokkaammin. Etenkin he, jotka eivät ole esimerkiksi Facebookissa.

Hentilän (25.11.2013) haastattelu on hyvä esimerkki siitä, kuinka sosiaalista mediaa voidaan käyttää hyödyksi sekä opetuksessa että opiskelussa. Koulutuslinja käyttää paljon erilaisia palveluita menestyksekkäästi. Vaikka palveluita käytetään paljon ja monipuolisesti, on se varmasti vaatinut paljon suunnittelua.

Tulevaisuus

Luulen, että sosiaalisesta mediasta tulee tulevaisuudessa lähes poikkeuksetta yleinen ja tärkeä apuväline opiskeluun. Sosiaalisen median käyttö tulee erittäin todennäköisesti yleistymään opiskelukäytössä, sillä erilaiset palvelut tarjoavat hyviä välineitä erilaisiin opiskelutilanteisiin. Käytön yleistymisen myötä on oppilaitostenkin hyvä perehtyä palvelujen hyödyntämiseen opiskelussa ja opetuksessa sekä asettamaan selkeät pelisäännöt opiskelijoille kuinka asioida sosiaalisessa mediassa.

9 Yhteenveto

Opinnäytetyö saatiin päätökseen onnistuneesti ja aikataulua noudattaen. Opinnäytetyön teko pysyi koko syksyn suunnitellussa aikataulussa. Teoriaosuudessa ei ilmennyt ongelmia ja se saatiin kirjoitettua onnistuneesti. Muutamia haasteita ilmeni työn tutkimusosuudessa. Kyselylomakelinkki lähti suunniteltua suuremmalle opiskelijajoukolle, jonka takia kyselyyn tuli vastauksia todella paljon lyhyessä ajassa ja kysely jouduttiin sulkemaan jo sen viidentenä aukiolopäivänä. Tämän myötä kaikki halukkaat eivät kerineet vastaamaan kyselyyn. Myös itse kyselylomakkeessa vastaajien ikää kysyttäessä tapahtui pieni virhe, jonka myötä 25-vuotiaat vastaajat pystyivät valitsemaan ikäryhmäkseen kaksi eri vaihtoehtoa. Virhe korjattiin yhdistämällä ikäryhmiä, jotta tutkimuksen luotettavuus säilyisi.

Oppiminen

Opinnäytetyöprosessin aikana opin paljon asioita itse opinnäytetyön aiheesta, projektinhallinnasta, työn aikataulutuksesta sekä kyselytutkimuksen tekemisestä ja sitä myötä tulosten analysoimisesta ja pohtimisesta.

Työn teoriaosuutta kirjoittaessa opin paljon uutta sosiaalisesta mediasta ja sen erilaisista palveluista ja niiden ominaisuuksista. Myös sosiaalisen median hyödyt ja haitat tulivat tutuiksi ja sain enemmän tietoisuutta riskeistä ja haitoista, joita voi ilmetä sosiaalisessa mediassa asioidessaan.

Projektinhallinta ja aikataulutukset olivat suhteellisen uusia asioita minulle, sillä en ole ennen joutunut pyörittämään näin suurta projektia ja olemaan vastuussa kaikesta. Aikataulun suunnitteleminen oli vaikeampaa kuin sen noudattaminen. Varmaankin jos aikataulu on suunniteltu tarpeeksi hyvin ja kattavasti, on sen noudattaminen helpompaa.

Työn tutkimusosuus oli minulle täysin uutta aluetta. En ollut ennen tehnyt mitään tutkimuksia, saati sitten analysoinut ja pohtinut sen tuloksia. Opin kuitenkin paljon asioita, mitä tulee esimerkiksi ottaa huomioon kyselylomaketta tehdessä. Ongelmista ja virheistä ei vältytty, mutta niistäkin otin opikseni ja seuraavalla kerralla tiedän enemmän.

Lähteet

Airaksinen, O. 2010. Blogit ahmivat palstatilaa. Luettavissa:

<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2010/20/artikkelit/blogit-ahmivat-palstatilaa/>. Luettu: 5.11.2013.

Alan.fi. 2010. Mitä on sosiaalinen media?. Luettavissa: <http://alan.fi/mita-on-sosiaalinen-media/>. Luettu: 4.1.2014.

Andreasson, A., Koivisto, J. 2013. Tietoturvaa toteuttamassa. Tietosanoma. Tallinna.

Bäck, A., Kangas, P., Toivonen, S. 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja. Luettavissa:

<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>. Luettu: 9.10.2013.

Creative Commons Suomi. 2014. Tietoa lisensseistä. Luettavissa:

<http://creativecommons.fi/lisenssit/>. Luettu: 4.1.2014.

Dropbox. 2013. Install Dropbox on your Windows PC. Luettavissa:

<https://www.dropbox.com/install>. Luettu: 16.12.2013.

Edu.fi. 2013a. Sosiaalisen median palveluiden käyttöehdot. Luettavissa:

http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/sosiaalisen_median_kayttoehdot_opetuksessa/taulukko_sosiaalisen_median_palveluiden_kayttoehdoista. Luettu: 12.11.2013.

Edu.fi. 2013b. Sosiaalisen median hyödyntäminen opetuksessa. Luettavissa:

http://www.edu.fi/sosiaalisen_median_hyodyntaminen_opetuksessa/opettajille. Luettu: 18.12.2013.

Edu.fi. 2010. EU:n ja USA:n välinen Safe Harbor -sopimus – laadun leima, jota kukaan ei valvo. Luettavissa:

http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/sosiaalisen_median_kay

ttoeh-

dot_opetuksessa/suhde_lakiin_normeihin_ja_perinteeseen/kayttoehdot_lainsaadanto_ ja_yksilonsuoja/safe_habor_sopimus. Luettu: 14.11.2013.

Erkkola, J-P. 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu. Luettavissa:

http://users.jyu.fi/~juerkkol/sosmed_kasite_erkkola.pdf. Luettu: 9.10.2013.

Facebook. 2013. Investor Relations. Luettavissa: <http://investor.fb.com/>. Luettu: 17.10.2013.

Flickr. 2013. About Flickr. Luettavissa: <http://www.flickr.com/about/>. Luettu: 17.10.2013.

Google. 2013a. About. Luettavissa: <http://www.google.com/drive/about.html>. Luettu: 25.10.2013.

Google. 2013b. Blogger-ominaisuudet. Luettavissa:

<http://www.blogger.com/features#gettingStarted>. Luettu: 28.10.2013.

Google. 2013c. Jaa ja löydä kaikkialla Googlessa. Luettavissa:

<https://www.google.com/intl/fi/+learnmore/>. Luettu: 28.10.2013.

Google. 2013d. Tietoja piireistä. Luettavissa:

<https://support.google.com/plus/answer/1047805?hl=fi>. Luettu: 28.10.2013.

Google. 2013e. Tervetuloa Google kalenteriin. Luettavissa:

<https://support.google.com/calendar/answer/2465776?hl=fi>. Luettu: 7.11.2013.

Google. 2013f. Tietoja Hangouts-palvelusta. Luettavissa:

<https://support.google.com/hangouts/answer/2944865?hl=fi>. Luettu: 11.11.2013.

Haasio, A. 2013. Netin pimeä puoli. Saarijärvi.

Hentilä, E. 25.11.2013. Opettaja. Ammattiopisto Tavastia. S-postiviesti.

Hintikka, K. Sosiaalinen media. Luettavissa:

<http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>. Luettu: 15.10.2013.

Instagram. 2013. About Us. Luettavissa: <http://instagram.com/about/us/>. Luettu: 29.10.2013.

Jorkki.com. 2006. Mikä on RSS?. Luettavissa:

http://www.jorkki.com/artikkelit/mika_rss_opas_aloittelijoille.php. Luettu: 7.11.2013.

Kalliala, E., Toikkanen, T. 2012. Sosiaalinen media opetuksessa. 2. uudistettu painos. Finn Lectura.

Kiri, O. 2009. Web 2.0 ja sosiaalinen media. Luettavissa:

<http://www.slideshare.net/OJK/web-20-ja-sosiaalinen-media>. Luettu: 12.11.2013.

Lahti, J. 2009. Sosiaalinen media tuo runsaasti hyötyjä opiskeluun. Digitoday. Luettavissa:

<http://www.digitoday.fi/tyo-ja-ura/2009/03/11/sosiaalinen-media-tuo-runsaasti-hyotyja-opiskeluun/20096694/66>. Luettu: 15.10.2013.

Laitinen, K., Rissanen M. 2007. Virtuaalisia yhteisöjä, ajatuksia ja avoimuutta – sosiaalinen media opetuksen ja oppimisen tukena. Luettavissa:

<http://www.uef.fi/documents/13384/986238/SMOOT.pdf/3df00b96-afb5-4051-87f1-33d7066e4ced>. Luettu: 24.11.2013.

LinkedIn. 2013. What is LinkedIn?. Luettavissa:

http://www.linkedin.com/static?key=what_is_linkedin. Luettu: 28.10.2013.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto. Nettikiusaaminen. Luettavissa:
<http://www.mll.fi/kasvattajille/kiusaamisen-ehkaiseminen/nettikiusaaminen/>. Luettu:
12.11.2013.

Melgin, E. 2010. Viestintäväki tarkkailee sosiaalisen median riskejä. Luettavissa:
<http://pilkunpaikka.com/2010/12/08/viestintavaki-tarkkailee-sosiaalisen-median-riskeja/>. Luettu: 19.11.2013.

Microsoft. 2013. SkyDrive. Luettavissa: <http://windows.microsoft.com/fi-fi/skydrive/download>. Luettu: 28.10.2013.

MySpace. 2013. MySpace Services Terms of Use Agreement. Luettavissa:
<https://myspace.com/pages/terms>. Luettu: 11.11.2013.

Mäki, S. 2008. Web 2.0 verkkosovellusten piirteet ja Ajax niiden toteutuksessa. Pro gradu –tutkielma. Tampereen yliopisto. Tampere. Luettavissa:
http://www.cs.uta.fi/research/thesis/masters/Maki_Samuli.pdf. Luettu: 10.10.2013.

Mäkitalo, E., Wallinheimo, K. 2012. Virtuaaliset ympäristöt. Talentum. Helsinki.

Olander, I. 2012. 10 Etua sosiaalisen median käytöstä opiskelussa. Luettavissa:
<http://sometek.fi/10-etua-sosiaalisen-median-kaytosta-opiskelussa/>. Luettu:
16.10.2013.

O'Reilly, T. 2005. What is Web 2.0. Luettavissa:
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Luettu: 10.10.2013.

Peda.net. 2006. Uutissyötteen (RSS). Luettavissa:
<http://peda.net/veraja/kotka/aikuislukio/ideat/rss>. Luettu: 3.1.2014.

Photobucket. 2013. Photobucket.com Terms of Use. Luettavissa:
<http://photobucket.com/terms>. Luettu: 6.11.2013.

Pitkänen, P. 2010. F-Secure antaa 7 neuvoa Facebook-turvallisuuteen. Digitoday. Luettavissa: <http://www.digitoday.fi/tietoturva/2010/08/06/f-secure-antaa-7-neuvoa-facebook-turvallisuuteen/201010862/66>. Luettu: 17.10.2013.

Poliisi. 2013. Identiteettivarkaudet. Luettavissa: <http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/pages/4AA4B4D403026EC2C2257A7E0034F614?opendocument>. Luettu: 29.10.2013.

Reiss, M. 2008. Valitse & viritä verkkokalenteri tehokäyttöön. MikroPC. Luettavissa: <https://mikropc.net/nettilehti/pdf/1408200840.pdf>. Luettu: 11.11.2013.

Rongas, A. 2012a. Blogit. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/blogit. Luettu: 5.11.2013.

Rongas, A. 2012b. Mikroblogit. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tyovalineita/blogien_ja_wikien_vertailua/mikroblogit. Luettu: 5.11.2013.

Rongas, A. 2012c. Sisältöjen ja kirjanmerkkien jakaminen. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/sisaltojen_ja_kirjanmerkkien_jakaminen. Luettu: 8.11.2013.

Rongas, A. 2012d. Verkkoyhteisöpalveluita. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/verkkoyhteisopalveluita. Luettu: 8.11.2013.

Rongas, A. 2012e. Verkkosisältöjen seuraaminen. Luettavissa: http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/verkkosisaltojen_seuraaminen. Luettu: 8.11.2013.

Rongas, A. 2012f. Reaaliaikainen viestintä. Luettavissa:
http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/reaaliaikainen_viestinta. Luettu: 8.11.2013.

Rongas, A. 2012g. Sisältöjen yhteinen luominen. Luettavissa:
http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/sisaltojen_yhteinen_luominen. Luettu: 16.12.2013.

Rongas, A. 2012h. Wikit. Luettavissa:
http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media/tarjolla_hyodyllisia_tyovalineita/wikit. Luettu: 7.1.2014.

Skype. 2013a. Mikä Skype on?. Luettavissa: <http://www.skype.com/fi/what-is-skype/>.
Luettu: 28.10.2013.

Tampereen seutu. 2013. Esimerkki: Google Drive opetuskäytössä. Tvt-portaali. Luettavissa: <http://tvt.tampereenseutu.fi/ohjeetjaideat/ohjeistukset/some/esimerkki-google-drive-opetuskay/>. Luettu: 12.11.2013.

Tietosuojavaltuutetun toimisto. 2013. Tietosuoja turvaa oikeutesi. Luettavissa:
<http://www.tietosuoja.fi/uploads/zg5sofwogs.pdf>. Luettu: 21.11.2013.

Twitter. 2013. About. Luettavissa: <https://twitter.com/about>. Luettu: 17.10.2013.

Valtari, M. 2012. Alati uudistuva Facebook. Luettavissa: <http://www.y-lehti.fi/uutiset/nayta/7523>. Luettu: 17.10.2013.

Valtiovarainministeriö. 2010. Sosiaalisen median tietoturvaohje, VAHTI 4/2010. Luettavissa:
https://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/05_valtionhallinnon_tietoturvallisuus/20101222Sosiaa/Sosiaalinen_media.pdf. Luettu: 15.10.2013.

Vuodatus. 2013. Luettavissa: <http://vuodatus.net/>. Luettu: 6.11.2013.

Wikipedia. 2013. Wikipedia: Tietoja. Luettavissa:
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Tietoja>. Luettu: 16.11.2013.

WordPress. 2013. WordPress Features. Luettavissa:
http://codex.wordpress.org/WordPress_Features. Luettu: 6.11.2013.

Yle. 2011. Nuorten kiusaaminen on julmempaa netissä. Yle Uutiset. Luettavissa:
http://yle.fi/uutiset/nuorten_kiusaaminen_on_julmempaa_netissa/5460451. Luettu:
12.11.2013.

YouTube. 2013. Tietoja YouTubesta. Luettavissa:
<https://www.youtube.com/yt/about/fi/index.html>. Luettu: 28.10.2013.

Liitteet

Liite 1. VAHTI 4/2010 listaamat 10 yleisohjetta sosiaalisen median käyttäjälle

1. Selvitä ja noudata organisaatiosi sosiaalisten medioiden käyttöpolitiikkaa. Osallistu organisaation järjestämään tietoturvakoulutukseen.
2. Jos epäilet, että olet joutunut huijatuksi tai muun hyökkäyksen kohteeksi, älä epäröi pyytää apua. Älä jätä tekemättä asiasta rikosilmoitusta, vaikka taloudellinen menetys saattaa osaltasi jäädä vaatimattomaksi.
3. Jos mainitset sosiaalisen median palvelun henkilöprofiilissasi työnantajasi, esiinnyt tällöin organisaatiosi (epävirallisena) edustajana. Muista käyttäytyä sen mukaisesti!
4. Älä käytä samaa salasanaa eri palveluissa. Älä käytä samoja käyttäjätunnuksia ja salasanoja työ- ja vapaa-ajan palveluissa. Huolehdi salasanasi laadusta käyttämällä vain vahvoja salasanoja.
5. Varo syöttämästä liian henkilökohtaista tai yksityiskohtaista tietoa, valokuvia tai muuta materiaalia itsestäsi. Huomaa, että palvelun tarjoaja voi hyödyntää profiiliisi syöttämiäsi tietoja laajasti. Tutustu huolellisesti käyttämiesi palveluiden sopimusehtoihin.
6. Tarkista käyttäjäprofiilin yksityisyyden suojaa koskevat asetukset ja muuta niitä tarvittaessa siten, että tietosi eivät leviä laajemmalle kuin haluumallesi käyttäjäjoukolle.
7. Kunnioita perheesi ja ystäviesi suhtautumista sosiaalisiin medioihin. Vaikka olisit itse niistä innostunut, eivät kaikki sitä kuitenkaan ole. Jos kanssaihmissesi eivät halua sinun laittavan kuvia tai tietoa heistä sosiaaliseen mediaan, noudata heidän toiveitaan.
8. Älä hyväksy tuntemattomia yhteydenottoyrityksiä verkostoosi äläkä napsauta vieraita, hämäräperäisiä linkkejä.

9. Älä keskustele työasioista muissa kuin työtehtäviin hyväksytyissä sosiaalisissa medioissa. Ole erityisen huolellinen salassa pidettävän tiedon suhteen. Muista, että palvelun ylläpitäjät pääsevät teknisesti käsiksi kaikkeen palveluun talletettuun ja myös vain keskustelun osapuolten väliseksi tarkoitettuun tietoon.

10. Huolehdi siitä, että tietokoneesi käyttöjärjestelmäpäivitykset ja työvälineohjelmistot on päivitetty ajan tasalle ja että siinä on tarvittavat palomuurit ja haittaohjelmien torjuntaohjelmistot käytössä ja että ne päivittyvät automaattisesti

Liite 2. Tunnettujen sosiaalisten medioiden käyttöehdot (Edu.fi 2013a)

Palveluntarjoaja	Kuuluuko Safe Harbor -järjestelyyn	Palveluun ladatun materiaalin oikeudet	Muuta erityistä	Soveltuminen opetuskäyttöön käyttöehtojen puolesta
Facebook Kotimaa: USA / Kalifornia	10.5.2007 alkaen	Yhtiö saa käyttää kaikkea haluamallaan tavalla palvelussa niin kauan materiaali on käyttäjän tilillä. Oikeus päättyy kun käyttäjä poistaa tiedot / päättää jäsenyyden	Ei alle 13-vuotiaille.	Kyllä, ikäraja-rajoituksin.
Flickr (Yahoo!) Kotimaa: USA / Kalifornia EU-alueen käyttäjät tekevät sopimuksen Iso-Britannian / Irlannin tytäryhtiön kanssa.	22.11.2006 alkaen	Yhtiö saa käyttää kaikkea haluamallaan kyseisessä palvelussa kunnes poistetaan/ lopetetaan käyttö. Kuitenkin muun kuin kuvan, grafiikan, äänen ja videon osalta Yahoo! Pidättää päättämättömän oikeuden käyttää ja myydä sisältöä. Olennaista opettajan kannalta: tekstit.	Alle 13-vuotias vain perhetilin kautta. Yksityisyyden suojan osalta käytössä Yagoon säännöt. Ne on käännetty jopa auttavasti suomeksi: info.yahoo.com/privacy/fi/yahoo/	Kyllä, ikärajarajoituksin. Kannattaa kuitenkin huomata, että tekstisisällön tekijänoikeudet jäävät yhtiölle.

<p>Google Docs, Picasa (Google Inc.)</p> <p>Kotimaa: USA / Kalifornia</p> <p>Vaikka sopimus tehdään emoyhtiön kanssa, Skandinavian maiden kansalaisten kohdalla riitatilanteet ratkaistaan Iso-Britannian lain mukaan.</p>	<p>15.10.2005 alkaen</p>	<p>Ehtojen mukaan kaikki tekijänoikeudet jäävät tekijälle itselleen.</p>	<p>Ei alle 18-vuotiaille. Ehdot erikseen korostavat, että käyttäjän on oltava oikeustoimivaltainen. Palvelut voivat sisältää mainoksia. Yhtiö pidättää itselleen oikeuden arvioida, suodattaa ja poistaa palveluista mitä tahansa sisältöä.</p>	<p>Kyllä, ikärajarajoituksin.</p>
<p>LinkedIn</p> <p>Kotimaa: USA /</p>	<p>19.5.2004 alkaen</p>	<p>Yhtiö pidättää itselleen kaikki oikeudet palveluun pistettyyn materiaaliin.</p>	<p>Ei alle 18-vuotiaille. Yhtiöllä Irlannissa tytäryhtiö → EU-säädösten</p>	<p>Kyllä.</p>

Kalifornia EU-alueen käyttäjät tekevät sopimuksen yhtiön Irlannin tytäryhtiön kanssa.			alla. Kyse on kuitenkin työssä käyvien ammattilaisten verkostoitumispalvelusta ja tämä kannattaa ottaa huomioon käyttöä suunniteltaessa.	
MySpace Kotimaa: USA / Kalifornia	Ei	Yhtiö ei pidätä oikeuksia, poistaa poistuttaessa mutta ei toimi aktiivisesti ”linkitetyistä palveluista” poistamiseen.	Ei alle 13-vuotiaille.	Varauksin: ei mukana Safe Harbor-järjestelyssä, joten käyttäjiä tiedotettava siitä, että henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle.
Skype Kotimaa: Luxemburg	EU-alueella, ei tarvitse	Ei pidätetä. Tietoja, kuten puhelutiedot ja chatteja säilytetään ”lain vaatiman ajan”.	Viitataan kansalliseen lainsäädäntöön ikärajojen ja sopimuskelpoisuuden osalta.	Kyllä
Twitter Kotimaa: USA / Kalifornia	Ei	Pidätetään oikeus levittää aineistoa – myös korvauksetta partnereille.	Käyttöehdoissa on pyritty selkeään kieleen. Valitettavasti on osin moniselitteistä.	Varauksin: ei mukana Safe Harbor-järjestelyssä, joten käyttäjiä tiedotettava siitä, että henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle.
Wikipedia Kotimaa: USA /	Ei	Kaksoislisensoidaan kahdella vapaalla lisenssillä: GFDL + CC-Nimeä Tart-	Ei mainintaa ikärajoista. Käyttö, myös sisällön tuottaminen on mah-	Kyllä jos sisältöä tuotetaan nimettömänä. Jos rekisteröidytään, käyt-

Kalifornia		tuva 3.0	dollista myös nimettömänä, ilman rekisteröitymistä. Käyttäjän IP-osoite tallennetaan tunnistena rekisteröitymättömältä muokkaajalta.	täjiä on tiedotettava siitä, että henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle.
WordPress Kotimaa: USA / Kalifornia	Ei	Pysyvät kirjoittajalla.	Ei alle 13-vuotiaille.	Varauksin: ei mukana Safe Harbor-järjestelyssä, joten käyttäjiä tiedotettava siitä, että henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle.
YouTube Kotimaa: USA / Kalifornia	Ei	Yhtiö voi käyttää sisältöä mainonnassa missä vaan. Videon poistaminen peruuttaa oikeuden. Kommentit jäävät palveluun iäksi.	Ei alle 13-vuotiaille.	Varauksin: ei mukana Safe Harbor-järjestelyssä, joten käyttäjiä tiedotettava siitä, että henkilötiedot viedään EU-alueen ulkopuolelle.

Liite 3. Kyselylomakkeen kysymykset

1. Ikä
 - a. 18-25
 - b. 25-30
 - c. 31-35
 - d. 36 - >
2. Sukupuoli
 - a. mies
 - b. nainen
3. Opiskelun aloitusvuosi
 - a. 2013
 - b. 2012
 - c. 2011 tai aiemmin
4. Koulutusala
 - a. liiketalous
 - b. tietotekniikka
 - c. journalismi
 - d. liikunta
 - e. hotelli- ja ravintola-ala
 - f. matkailuala
 - g. johdon assistenttityö ja kielet
 - h. finanssi- ja talousasiantuntija
 - i. myyntityö
5. Toimipiste
 - a. Pasila
 - b. Malmi
 - c. Vallila
 - d. Haaga

- e. Porvoo
- f. Vierumäki

6. Mitä sosiaalisen median palveluita käytät säännöllisesti vapaa-ajallasi? (monivalinta)

Rasti listasta ne palvelukategoriat, joiden palveluita käytät säännöllisesti vapaa-ajallasi. Rastittuasi käyttämäsi palvelukategoriat, kirjoita vielä tekstikenttään mitä tiettyjä palveluita olet käyttänyt. Esimerkiksi jos rastitat kohdan "Blogipalveluita", tarkenna tekstikenttään mitä blogipalveluita olet käyttänyt, esimerkiksi WordPress.

- a. Blogipalveluita (esim. Blogger, Wordpress, Vuodatus, Edublogs, Tumblr ja Throww) (+ tekstikenttä)
- b. Mikroblogipalveluita (esim. Twitter) (+ tekstikenttä)
- c. Sisältöjen jakopalveluita (esim. YouTube, Flickr, Instagram, Picasa, Vimeo, SlideShare, Google Drive, Pinterest ja Prezi) (+ tekstikenttä)
- d. Tiedostojen säilytys- ja jakopalveluita (esim. DropBox, Google Drive ja SkyDrive) (+ tekstikenttä)
- e. Yhteisö- ja verkostoitumispalveluita (esim. Facebook, LinkedIn, Google+, Orkut ja IRC-galleria) (+ tekstikenttä)
- f. Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita (esim. Wikipedia, wikityökalut kuten Wikispaces ja Purot sekä Etherpad) (+ tekstikenttä)
- g. Verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita (esim. Skype ja Google Hangout) (+ tekstikenttä)
- h. Verkkosisältöjen seuraamispalveluita (esim. RSS) (+ tekstikenttä)
- i. Verkkokalentereita (esim. Google kalenteri) (+ tekstikenttä)
- j. Jotain muuta, mitä? (+ tekstikenttä)
- k. En mitään

7. Mitä sosiaalisen median palveluita käytät säännöllisesti opiskelussa? (monivalinta)

Rasti listasta ne palvelukategoriat, joiden palveluita käytät säännöllisesti opiskelussa. Rastittuasi käyttämäsi palvelukategoriat, kirjoita vielä tekstikenttään mitä tiettyjä palveluita olet käyttänyt. Esimerkiksi jos rastitat kohdan "Blogipalveluita", tarkenna tekstikenttään mitä blogipalveluita olet käyttänyt, esimerkiksi WordPress.

- a. Blogipalveluita (esim. Blogger, Wordpress, Vuodatus, Edublogs, Tumblr ja Throww) (+ tekstikenttä)
- b. Mikroblogipalveluita (esim. Twitter) (+ tekstikenttä)
- c. Sisältöjen jakopalveluita (esim. YouTube, Flickr, Instagram, Picasa, Vimeo, SlideShare, Google Drive, Pinterest ja Prezi) (+ tekstikenttä)
- d. Tiedostojen säilytys- ja jakopalveluita (esim. DropBox, Google Drive ja SkyDrive) (+ tekstikenttä)

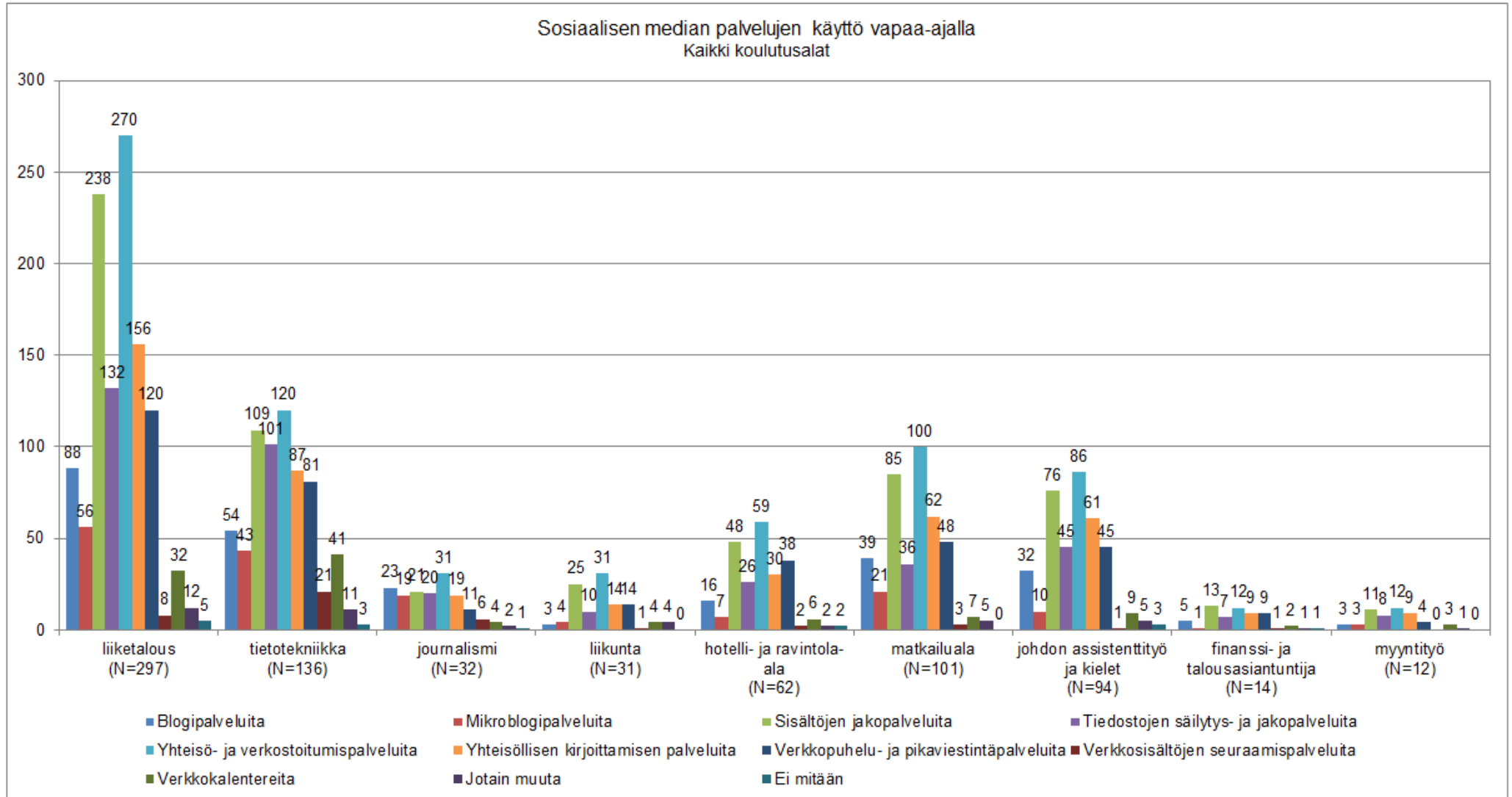
- e. Yhteisö- ja verkostoitumispalveluita (esim. Facebook, LinkedIn, Google+, Orkut ja IRC-galleria) (+ tekstikenttä)
 - f. Yhteisöllisen kirjoittamisen palveluita (esim. Wikipedia, wikityökalut kuten Wikispaces ja Purot sekä Etherpad) (+ tekstikenttä)
 - g. Verkkopuhelu- ja pikaviestintäpalveluita (esim. Skype ja Google Hangout) (+ tekstikenttä)
 - h. Verkkosisältöjen seuraamispalveluita (esim. RSS) (+ tekstikenttä)
 - i. Verkkokalentereita (esim. Google kalenteri) (+ tekstikenttä)
 - j. Jotain muuta, mitä? (+ tekstikenttä)
 - k. En mitään
8. Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalisen median palveluita vapaa-ajallasi? (monivalinta)
- a. Yhteydenpitoon ja keskusteluun
 - b. Sisällön lukuun ja katselemiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - c. Sisällön tuottamiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - d. Sisällön jakamiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - e. Tiedon etsimiseen
 - f. Uusiin ihmisiin tutustumiseen
 - g. Pelien pelaamiseen
 - h. Johonkin muuhun, mihin? (+ tekstikenttä)
 - i. En mihinkään
9. Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalisen median palveluita opiskelussa? (monivalinta)
- a. Yhteydenpitoon ja keskusteluun
 - b. Sisällön lukuun ja katselemiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - c. Sisällön tuottamiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - d. Sisällön jakamiseen (tekstiä, kuvia, videoita yms...)
 - e. Tiedon etsimiseen
 - f. Uusiin ihmisiin tutustumiseen
 - g. Pelien pelaamiseen
 - h. Johonkin muuhun, mihin? (+ tekstikenttä)

- i. En mihinkään
10. Kuvaile opiskelutilanne, jossa voisit käyttää sosiaalista mediaa (vapaa tekstikenttä)
 11. Oletko saanut koulutusta tai ohjeistusta sosiaalisen median käyttöön?
 - a. Kyllä
 - b. En -> jatkokysymys 13
 12. Minkälaista koulutusta tai ohjeistusta olet saanut liittyen sosiaaliseen mediaan? (vapaa tekstikenttä)
 13. Minkälaista koulutusta haluaisit saada liittyen sosiaaliseen mediaan? (vapaa tekstikenttä)
 14. Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median käytön opiskelun tukena?
 - a. Erittäin tärkeä
 - b. Tärkeä
 - c. Ei kovin tärkeä
 - d. Ei yhtään tärkeä
 - e. En osaa sanoa
 15. Koetko, että sosiaalisen median käytöstä opiskelussa voisi olla jotain haittaa ja riskejä?
 - a. Kyllä, minkälaista haittaa? (+ tekstikenttä)
 - b. En
 16. Sana vapaa: onko mielessäsi jotain kehitysideoita sosiaalisen median käytöstä opiskelussa? (vapaa tekstikenttä)

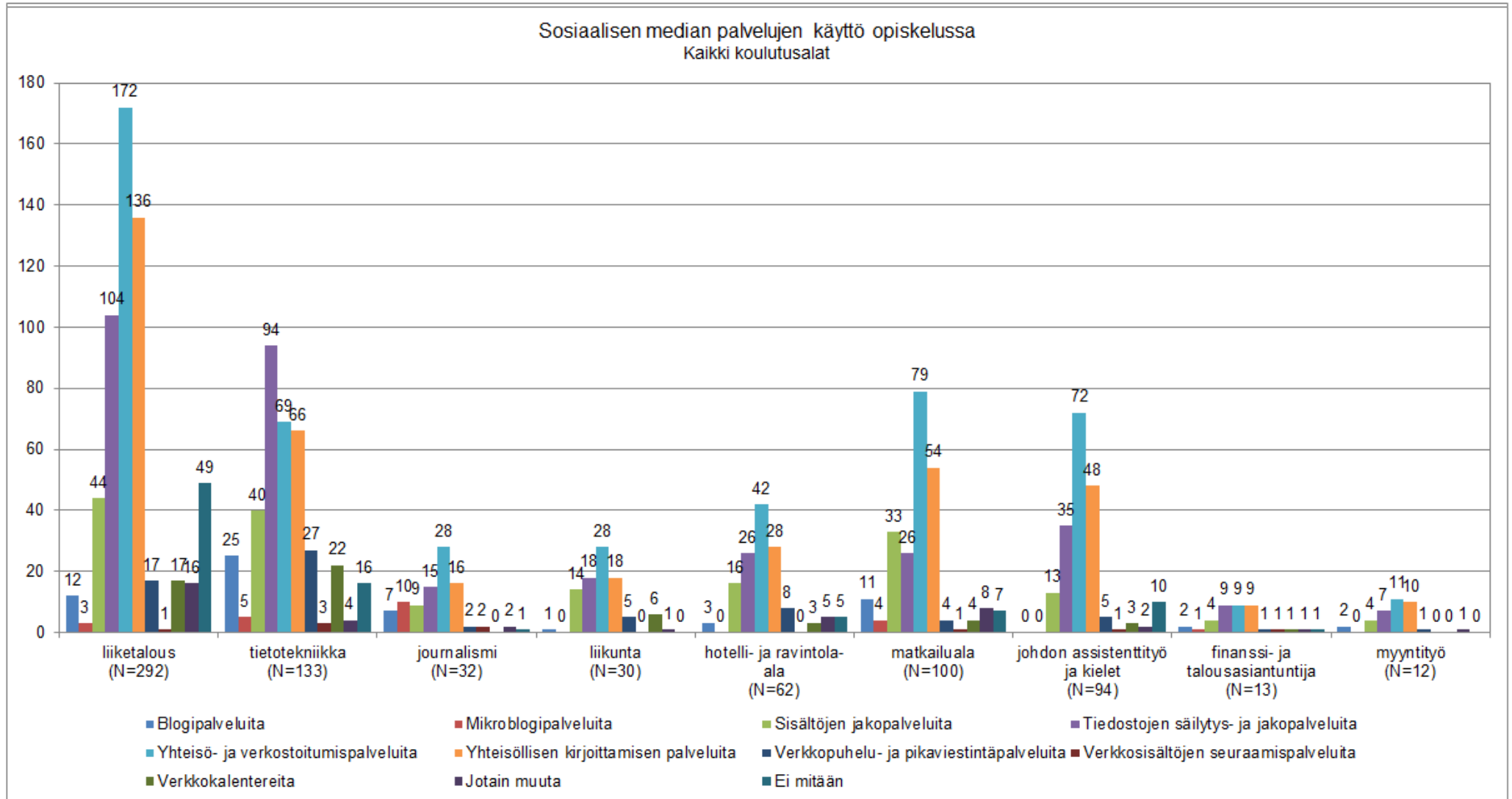
Liite 4. Opettaja Esko Hentilälle esitetyt haastattelukysymykset.

1. Kuinka paljon käytätte sosiaalista mediaa koulutuksessanne?
2. Miten käytätte sosiaalista mediaa apuna? Minkälaisissa tilanteissa?
3. Mitä sosiaalisen median palveluja käytätte? Miksi juuri niitä?
4. Koetteko sosiaalisen median käytön hyödylliseksi opetuksen ja opiskelun apuna?
5. Kuinka oppilaat ovat suhtautuneet sosiaalisen median palvelujen käyttöön?
6. Perehdytättekö oppilaita sosiaalisen median käyttöön? Esimerkiksi sosiaalisen median yleiset periaatteet ja tietoturva.
7. Onko ilmennyt ongelmatilanteita (tai muuten vaan vaikeita tilanteita) johtuen sosiaalisen median käytöstä?

Liite 5. Kuvio sosiaalisen median palvelujen käytöstä vapaa-ajalla koulutusaloittain



Liite 6. Kuvio sosiaalisen median palvelujen käytöstä opiskelussa koulutusaloittain



Liite 7. Kuvio sosiaalisen median tärkeydestä opiskelussa koulutusaloittain

