

Opiskelijavaihtoon lähtevien näkemykset HAAGA-HELIAN kansainvälisten palvelujen viestintäkanavista

Kia Söderholm

Opinnäytetyö
Johdon assistenttityön ja kielten
koulutusohjelma
2014



<p>Tekijä tai tekijät Kia Söderholm</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2011</p>
<p>Raportin nimi Opiskelijavaihtoon lähtevien näkemykset HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palvelujen viestintäkanavista</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 63 + 14</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Sirke Lohtaja-Ahonen</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli opiskelijavaihtoon lähtevien näkemykset HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palvelujen viestintäkanavista. Tutkimukseen valittiin kansainvälisten palvelujen käytetyimmät viestintäkanavat vaihtoon lähtevien kanssa: MyNet, tapaamiset kansainvälisten asioiden koordinaattorin kanssa, sähköposti sekä Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä. Työn tavoitteena oli tutkia HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palveluiden viestintäkanavia. Tarkoitus oli selvittää vaihtoon lähtijöiden mielipidettä viestintäkanaviin.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään organisaatioviestintää ja sen osaa opiskelijaviestintää. Tietoperustassa käsitellään myös viestintäkanavia sekä niiden jaottelutapoja. Lisäksi tietoperustassa käsitellään viestinnän suunnittelua ja kohderyhmien tavoittamista.</p> <p>Opinnäytetyö oli tutkimustyyppinen ja tutkimusote oli kvantitatiivinen. Tutkimuksena käytettiin kyselytutkimusta. Tutkimus tehtiin sähköisellä kyselyllä, joka lähetettiin 626 vaihtoon osallistuvalla opiskelijalla HAAGA-HELIA:ssa lokakuussa 2014. Kysely toteutettiin Webropol-kyselynä, joka lähetettiin opiskelijoille sähköpostitse. Vastauksia kyselyyn tuli 139 ja vastausprosentti oli 23. Vastaukset analysoitiin Excelissä.</p> <p>Vastaajista suurin osa koki viestintäkanavien valinnan helpoksi ja palvelun viestintäkanavien kautta hyväksi. Yleisesti vastaajat pitivät tiedon löydettävyyttä ja vuorovaikutteisuutta hyvänä. Suurin osa käytti eniten ja ensimmäisenä MyNetiä. Silti vastaajat toivoivat selkeämpiä ja ajantasaisia MyNet sivustoja. Vastaajista osa oli tyytymättömiä tapaamisiin ja toivoivat kansainvälisten asioiden koordinaattoreiden parempaa tavoitettavuutta. Sähköpostiin oltiin pääosin tyytyväisiä. 29 % vastaajista ei tiennyt Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmästä. Vastaajat, jotka käyttävät ryhmää toivoivat enemmän ja aktiivisempaa tiedottamista kansainvälisiltä palveluilta. Tulokset kertovat, että suurin osa opiskelijoista on tyytyväisiä nykyisiin viestintäkanaviin ja niiden tarjoamiin palveluihin.</p>	
<p>Asiasanat organisaatioviestintä, kansainvälisyys, opiskelijavaihto</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tausta.....	1
1.2	Tavoite	1
1.3	Rajaus	2
1.4	Tutkimusmenetelmät	2
2	Opiskelijaviestinnän kanavat.....	3
2.1	Opiskelijaviestintä osana organisaatioviestintää	3
2.2	Kanavat, foorumit ja areenat	8
2.3	Viestintäkanavien eri jaottelutavat.....	9
2.4	Viestinnän suunnittelu	15
2.5	Kohderyhmien tavoittaminen ja tiedon jakaminen.....	17
3	HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palvelujen viestintäkanavat.....	22
3.1	Opiskelijaviestintä ja sen suunnittelu.....	22
3.2	Viestintäkanavat ja niiden tehtävät.....	24
3.3	Kohderyhmien tavoittaminen.....	28
4	Tutkimus HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palveluiden viestintäkanavista	29
4.1	Tutkimuksen suunnittelu.....	29
4.2	Tutkimusmenetelmien valinta	29
4.3	Kyselyn laatiminen ja toteutus	31
4.4	Tulosten analysointi	38
5	Tutkimustulokset.....	39
5.1	Vaihdossa-olleiden opiskelijoiden taustatiedot.....	39
5.2	Viestintäkanavien valinta.....	40
5.3	Palvelu viestintäkanavien kautta	44
5.4	Tiedon löydettävyys	47
5.5	Viestintäkanavien vuorovaikutteisuus	48
5.6	Yhteenveto	49
6	Pohdinta	52
6.1	Tulosten pohdinta	52
6.2	Tavoitteiden saavuttaminen	54

6.3 Tutkimusmenetelmän toimivuus.....	54
6.4 Tietoperusta vs. tutkimus	56
6.5 Reliaabelius ja validius.....	57
6.6 Kehittämisehdotukset ja jatkotutkimusaiheet.....	58
6.7 Oman oppimisen arviointi	59
Lähteet.....	61
Liitteet.....	64
Liite 2. Kyselyn saate englanniksi.....	65
Liite 3. Kysely suomeksi.....	66
Liite 4. Kysely englanniksi.....	72

1 Johdanto

Työni tarkoituksena on selvittää opiskelijavaihtoon lähtevien HAAGA-HELIAN opiskelijoiden näkemyksiä koulun kansainvälisten palveluiden viestintäkanaviin. Työssä selvitetään, vaihtoon lähtijöiden odotuksia ja sitä, miten tyytyväisiä he ovat viestintäkanavien vuorovaikutteisuuteen sekä tiedon jakamisen ja kanavien toimivuuteen.

Toimeksiantajana toimii HAAGA-HELIAN kansainväliset palvelut, josta käytän työnsäni lyhennettä kv palvelut. Kansainväliset palvelut tarjoavat neuvontaa ja ohjausta sekä Suomesta lähteville että Suomeen tuleville vaihto-opiskelijoille HAAGA-HELIAssa. Kv palvelut kehittävät ja ylläpitävät kansainvälistä yhteistyökorkeakouluverkostoa sekä tukevat koulutusyksiköiden kansainvälistä toimintaa. Kv palveluiden vastuulla ovat esimerkiksi erilaiset ohjelmat ja sopimukset kuten Erasmus ja FIRST, kv tiedotusmateriaalin tuottaminen kuten Student Exchange Application Guide sekä koulutukset eri kulttuureista henkilöstölle.

1.1 Tausta

Aihe tuli suoraan kv palveluilta ja siinä onkin yksi syy miksi se kiinnosti minua: koen että se tulee tarpeeseen ja että siitä on tulevaisuudessa hyötyä kv palvelujen viestintäkanavien kehittämiseksi. Minua kiinnostaa myös selvittää pitäisikö kv palveluiden aktiivisemmin olla sosiaalisessa mediassa sen merkityksen kasvaessa. Aihe oli hyvin lähellä omia kiinnostuksenkohteitani, sillä olen itsekin ollut HAAGA-HELIAsta vaihto-oppilaana ja tutoroin vaihto-oppilaita.

1.2 Tavoite

Työn tavoitteena on tutkia HAAGA-HELIAN kansainvälisten palveluiden viestintäkanavia. Tarkoitus on selvittää vaihtoon lähtijöiden mielipidettä viestintäkanaviin.

Olen valinnut 4 tutkimuskysymystä:

1. Miten selvää viestintäkanavien valinta on opiskelijalle?
2. Miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita?
3. Miten helposti opiskelija löytää tarvitsemansa tiedon?
4. Miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat?

Toivon että näiden kysymysten avulla kansainväliset palvelut pystyvät kehittämään viestintäänsä. Haluan itse oppia mahdollisimman paljon uutta viestinnästä ja tieteellisten tekstien kirjoittamisesta. Toivon että pystyn soveltamaan omaa oppimista ja tuomaan omia näkemyksiä työhöni. Tavoitteenani on myös tuoda omia näkemyksiä tietoperustan aiheisiin kuten opiskelijaviestintään ja viestintäkanavien ryhmittelyyn.

1.3 Rajaus

Käsittelen työssäni organisaatioviestintää ja keskityn opiskelijaviestintään. Koska opiskelijaviestintä eroaa joiltain osin organisaatioviestinnästä, käsittelen opiskelijaviestinnän erityispiirteitä sekä sitä miten oman kohderyhmän tavoittaa. Keskityn työssä viestintäkanaviin ja niiden eri jaottelutapoihin. Käsittelen myös viestinnän suunnittelua. Työssä ei käsitellä ulkoista viestintää eikä viestinnän arviointia. Työssä keskityn kansainvälisiin palveluihin enkä esittele HAAGA-HELIAn viestintää.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen. Tutkimusotteeni on kvantitatiivinen eli määrällinen. Menetelminä käytän kyselyä. Kohdejoukkona ovat keväällä 2014 vaihdossa olleet sekä syksyllä 2014 ja keväällä 2015 vaihtoon lähtevät opiskelijat. Keväällä 2014 vaihdossa oli 211 opiskelijaa ja syksyllä 2014 vaihdossa on 189. Keväällä 2015 vaihtoon lähtee 226. Lähetän kyselyn siis 626 opiskelijalle. Teen kyselyn Webropoliin ja kv palvelut lähettävät vastaajille linkin sähköpostitse.

Yksi aineistokeruumenetelmäni on haastattelu, joita teen kaksi kv palveluiden viestintäkanavista. Haastattelen kansainvälisten asioiden päällikköä ja yhtä kansainvälisten asioiden koordinaattoria. Näiden haastattelujen avulla saan hyvää pohjaa tulevaan tutkimukseen.

2 Opiskelijaviestinnän kanavat

Viestintä on tapahtuma, jossa tieto välitetään eri kanavien kautta (Åberg 2006, 83). Käsitteitä viestintäkanava ja viestintäfoorumi voidaan käyttää toistensa synonyymeinä.

Viestintäkanava pitää kuitenkin sisällään ajatuksen siitä että viesti kulkee suoraviivaisesti lähettäjältä vastaanottajalle. Viestintäfoorumi puolestaan on vuorovaikutteinen tila, jossa yhteisön jäsenet voivat keskustella ja jakaa ajatuksiaan. Foorumeilla keskustellaan spontaanisti, epävirallisesti ja virallisesti. (Juholin 2009b, 72–73.) Aulan mukaan organisaatiossa voitaisiin pitää erilaisia kulttuureja rikkautena eikä pyrkiä yhdistämään eri kulttuureja. Eri kulttuurien edustajista muodostuu viestinnän areenoja. (Juholin 2009a, 142.) Työryhmät sekä epämääräiset ihmisryhmittymät voivat muodostaa näitä areenoja (Åberg 2000, 183).

Viestintä on yksi toiminto organisaatiossa kuten markkinointi tai tuotanto. Viestinnän tehtävä organisaatiossa on tukea organisaation tavoitteiden saavuttamista. (Åberg 2000, 22.) Organisaatioviestinnän yksi alalaji on opiskelijaviestintä, jota käsitellään tämän luvun alussa. Luvussa käsitellään myös kanava-käsitettä ja erilaisia kanavien jaottelutapoja. Tarkastelussa on myös viestinnän suunnittelu sekä kohderyhmien tavoittaminen ja tiedon jakaminen. Jokaisen alaluvun viimeinen kappale kertoo minun omia näkemyksiä alaluvun aiheesta.

2.1 Opiskelijaviestintä osana organisaatioviestintää

Organisaatio eli työyhteisö on ryhmä ihmisiä, jotka pyrkivät tiettyihin tavoitteisiin käytössä olevien voimavarojen avulla (Åberg 2006, 50.) Organisaatioviestintä tarkoittaa kaikkea organisaation eli työyhteisön viestintää (Åberg 2000, 22). Organisaatioviestintä määritellään myös prosessiksi, joka tulkitsee työyhteisön toimintaa ja sen jäsenten yhteisöllistä toimintaa. Tulkinta jaetaan muille verkostojen kautta. (Åberg 2000, 95.) Organisaatioviestintä voidaan myös määritellä yksinkertaisesti niin että se tarkoittaa kaikkea organisaatiossa tapahtuvaan virallista ja epävirallista viestintää (Juholin 2009a, 22). Organisaatioviestintä on organisoitua, työyhteisön tavoitteita tukevaa ja käytössä on teknisiä viestimiä. Näillä tavoilla se eroaa tavallisesta ryhmien välisestä viestinnästä. (Åberg

2006, 96.) Tieteenalana organisaatioviestintä on nuori ja hajanainen. Ensimmäiset teorit syntyivät vasta 1960-luvulla. Ensimmäisissä tarkasteluissa organisaatioviestintää ei määritelty lainkaan kirjoissa, sillä käsite koettiin itsestään selvänä. Organisaatioviestintä on viestintää työyhteisössä. Tällöin ulkopuolelle jää sidosryhmäviestintä ja muu työyhteisön ulkopuolella oleva viestintä. Joissain määrittelyissä epävirallinen viestintä eli päivittäiset kahvihuonekeskustelut on jätetty organisaatioviestinnän ulkopuolelle. Silloin organisaatioviestintää ovat pelkästään työtehtävät ja organisaation tavoitteet. (Åberg 2000, 91.) Organisaatioviestinnän synonyymeinä käytetään työyhteisön viestintää, sisäistä viestintää sekä henkilöstöviestintää. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän erot eivät ole enää nykyään niin selkeitä kuin ennen. Kyse on enemmän näkökulmasta, painotuksesta ja intressistä kuin viestinnän lajista. (Juholin 2009a, 22–23.) Organisaatioviestinnän tarkoitus on lisätä organisaation tietämystä ja tuntemusta henkilöstölle (Siukosaari 2002, 65).

Åbergin (2006, 97) mukaan organisaatioviestinnän sisältöä tutkittaessa voidaan käyttää kahta ulottuvuutta: konteksti ja sisällön painopiste. Viestinnän konteksti tarkoittaa sitä onko viestintä painottunut sisäiseen vai ulkoiseen viestintään. Sisällön painopiste tarkoittaa sanomien painottumista yksilön tai koko työyhteisön sanomiin. Näistä kahdesta ulottuvuudesta muodostuu kokonaisviestinnän malli. (Åberg 2006, 97–98.) Kokonaisviestinnän mallin synonyymi on tulosviestintämalli. Tulosviestintämalliin kuuluu viisi osaa, perustoimintojen tuki, kiinnittäminen, profilointi, informointi ja sosiaalinen vuorovaikutus. Nämä viisi osaa määrittelevät miksi työyhteisö viestii ja neljään ensimmäiseen osaan työyhteisö voi itse vaikuttaa. (Åberg 2000, 102.)

Perustoimintojen tuki on organisaation toiminnan eli tuotteiden, palveluiden ja työn tukemista. Siihen kuuluu tuotteiden tuottaminen ja siirtäminen asiakkaalle. Perustoimintojen tukeminen on organisaatioviestinnän tärkein tehtävä. Viestinnän kiinnittäminen tarkoittaa työhön ja työyhteisön perehdyttämistä. Profiloinnin eli tavoitekuvan tarkoituksena on luoda haluttu mielikuva yhteisöstä, esimiehestä ja palveluista. Tämä kohdistuu työyhteisön ulkopuolelle. Informointi tarkoittaa kaikkea tiedonvälitystä, jota organisaatio suunnittelee ja tekee tietoisesti. Informointi on myös muovausta, selitystä, tiedotusta ja tiedonantoa. (Juholin 2009a, 44.) Informointia on kahta lajia ulkoinen ja sisäinen (Åberg 2000, 152). Viidentenä syynä on sosiaalisten tarpeiden tyydytys. Tätä ovat

esimerkiksi puskaradiot ja läheisverkostot. Puskaradiot muodostuvat työpaikoilla opiskelu- tai työkavereiden välille. Läheisverkostot muodostuvat henkilöistä joita tunemme hyvin. Neljä ensimmäistä tehtävää vaikuttaa suoraan työyhteisön tavoitteisiin ja tulokseen ja viides tehtävä eli sosiaalinen vuorovaikutus toteutuu työyhteisössä vaikka organisaatioviestintää pyrittäisiin rajoittamaan säännöillä. (Åberg 2006, 96–97.)

Organisaatioviestintä voidaan myös jaotella erilaisiin kokonaisuuksiin. Niihin kuuluu yhteystoiminta, sisäinen markkinointi, perehdytys, sisäinen luotaus sekä työtehtävien informointi. Yhteystoiminnan avulla yhteisö pitää yhteyttä henkilöstöön. Sisäisellä markkinoinnilla on tarkoitus tuoda organisaation visio, tavoitteet sekä arvot henkilöstön tietoisuuteen. Sisäisestä luotauksesta eli henkilöstön kuuntelemisesta on tullut tärkeämpi asia 1990-luvun tutkimusten ansiosta. (Siukosaari 2002, 65.) Organisaatioviestintä voidaan jakaa myös toisella tavalla eri kokonaisuuksiin. Siihen kuuluu tavoitteellinen viestintä, työyhteisön sisäinen virallinen ja epävirallinen viestintä, työyhteisön toimintaa koskeva viestintä sekä tässä-ja-nyt-viestintä, taaksepäin ja tulevaisuuteen katsova viestintä (Åberg 2000, 96).

Åbergin (2006, 111) mukaan organisaatioviestinnässä on neljä haastetta. Ensimmäinen haaste on tietojen liikkuminen. Monissa organisaatioissa tietoa liikkuu liian vähän. Silloin syntyy uutistyhjiöitä, mikä tarkoittaa sitä että ihmiset tietävät että jotain on tapahtunut, mutta heille ei ole kerrottu siitä. Puskaradio siis täyttää tyhjiön. Tällaisia tilanteita syntyy usein suurten organisaatiomuutosten yhteydessä. (Åberg 2006, 111–112.) Puskaradio on verkosto, jonka kanssa olet säännöllisesti tekemisissä esimerkiksi työ- ja opiskelukaverit (Åberg 2006, 105). Toinen haaste on tietovarastot ja verkot. Tiedon pitäisi aina olla ajantasaista ja helposti löydettävää. Hajautetut tietokannat voivat aiheuttaa hankaluuksia, kun tieto pitää itse etsiä. Tällaiset tiedot ovat yleensä sellaisia mitä ei osata ennakoita kuten esimerkiksi menettelyt sairastapauksissa. Kolmas haaste on esimiehet, joilla on tiedotusvastuu. Esimies on linkki oman yksikön ja muun työyhteisön välillä. Esimiehen tehtävänä on räätälöidä yleistä tietoa omaa yksikkö varten ja toisaalta tuoda oman yksikön näkökantoja koko työyhteisöön. Neljäntenä haasteena ovat erilaiset tietotorit ja ahaa-aukiot. Yritykset tarvitsevat fyysisen tilan, jossa henkilöstö voi pitää taukoa ja heitellä ideoitaan. (Åberg 2006, 112.)

Yksi organisaatioviestinnän muodoista on opiskelijaviestintä. Opiskelijaviestintä on osittain sisäistä ja ulkoista viestintää. Opiskelijat viestivät saman yhteisön sisällä, jolloin viestintä voidaan kokea sisäiseksi viestinnäksi. Toisaalta henkilökunnalla on omat sisäisen viestinnän keinot ja silloin opiskelijaviestintä voidaan määritellä ulkoiseksi viestinnäksi. Opiskelijoilla on myös omat viestintävälineet keskenään, joita he käyttävät viestissään keskenään. Opiskelijan ja henkilökunnan välillä viestintä muistuttaa sidosryhmäviestintää, sillä kanssakäyminen on pääosin virallista. Sidoryhmäviestintä on yhteistyökumppanien tai esimerkiksi asiakkaiden ja henkilöstön välistä viestintää. Toisaalta kanssakäymiset eivät ole niin virallisia kuin sidoryhmien kanssa, joten viestintä voidaan kokea henkilöstöviestinnäksi. Opiskelijaviestintä voidaan kokea myös pelkästään henkilöstöviestinnäksi, sillä kaikilla on käytössä samat viestintäkanavat. Opiskelijaviestintä eroaa organisaatioviestinnästä esimerkiksi siinä miten epävirallinen ja virallinen viestintä eroaa toisistaan. Organisaatiossa epäviralliset keskustelut tapahtuvat kahvihuoneissa tai käytävillä. Opiskelijaviestinnässä epävirallinen viestintä on ainakin opiskelijoiden väliset kahvilakeskustelut, mutta onko opettajien ja opiskelijoiden välinen viestintä aina virallista. Joskus he saattavat keskustella käytävällä kurssien sisällöstä. Tämä voidaan kokea epäviralliseksi viestinnäksi, vaikka tieto tulee virallisena. Opiskelijaviestinnässä kaikki kurssin ulkopuolella tapahtuva viestintä voidaan nähdä epäviralliseksi. Toinen eroavaisuus opiskelijaviestinnässä organisaatioviestintään on sen määrittely. Åberg (2006, 96.) määritteli organisaatioviestinnän organisoiduksi, työyhteisön tavoitteita tukevaksi ja käytössä on teknisiä viestimiä. Näillä tavoilla se eroaa tavallisesta ryhmien välisestä viestinnästä. Kuitenkin vaikka opiskelijaviestintä on osa organisaatioviestintää, vain tekniset viestimet kuuluvat opiskelijaviestintään. Ainakin opiskelijoiden näkökulmasta toiminta ei ole organisoitua eikä opiskelijoille ole ainakaan kirjoitettuja viestinnäntavoitteita.

Verkkoviestintä on muuttanut opiskelijaviestintää merkittävästi. Yksi opiskelijaviestinnän erityispiirre on opiskelijoiden laaja teknologian käyttö. Teknologian käyttö vaikuttaa suoraan opiskelijoiden tiedonhakuun. Tiedonhaku tarkoittaa erilaisen tiedon etsimistä lähteiden avulla. Buchanan ym.(2012) tutkimuksen pohjalta tiedonhaku käsitteenä on muuttunut viimeisten vuosien aikana erityisesti opiskelijoiden keskuudessa. Tieto on helpompi löytää, mutta tietoa on myös paljon enemmän saatavilla. Opettajat olivat sitä mieltä että verkkoympäristöllä oli positiivisia vaikutuksia opiskelijoiden tiedonhakutaitoihin ja -tapoihin. Tutkimus toteutettiin sähköisellä kyselyllä 2,000 yläaste- ja lukio-

opettajille. Positiivisena koettiin tiedonhaun laajentuminen. Negatiivisena asiana pidettiin sitä että opiskelijat luottavat liikaa hakukoneisiin ja lähdekritiikki on heikkoa. Huonona koettiin myös internetin sisältämät häiriötekijät sekä suuremmat plagiointi riskit. Opiskelijat käyttävät enemmän hakukoneita kuin esimerkiksi tietokantoja, lehtien nettisivuja ja kirjastoja. Opettajien mukaan 95 % opiskelijoista käytti internetiä tiedonhaussa. Opiskelijat käyttivät tietokoneiden lisäksi myös kännyköitä ja digikameroita koulutehtävien tekemiseen. Eniten opiskelijat käyttivät kännykkä etsiäkseen tietoa oppitunnin aikana. (Buchanan ym. 2014.) Eisenberg & Head (2011) tekemässä tutkimuksessa ilmeni samoja asioita kuin Buchanan ym. tutkimuksessa. Suurin osa opiskelijoista käytti internetiä ja 95 % opiskelijoista käytti hakukoneita. Eisenberg & Head (2011) tutkimuksessa kysyttiin opiskelijoilta heidän tiedonhaku käyttäytymistä vapaa-ajalla ja Buchanin ym.(2014) tutkimuksessa selvitettiin opiskelijoiden tiedonhakua opiskeluun liittyvissä asioissa. Vapaa-ajalla opiskelijat käyttivät myös sosiaalista mediaa (70 %) sekä perheen jäsenten ja ystävien apua (87 %). Osa käytti myös materiaalia, jota heiltä jo löytyi valmiiksi (75 %). (Eisenberg & Head 2011.)

Mielestäni organisaatioviestintä käsitteenä on erittäin laaja ja vaikeaselkoinen. Eri organisaatioviestinnän määrittelyistä minusta sopivin on työyhteisöviestintää, johon kuuluu sekä viralliset että epäviralliset keskustelut. Tämä on minusta paras kuvaus, sillä organisaatioissa keskustellaan virallisesti ja epävirallisesti ja näiden välimuodoissa. Opiskelijaviestinnästä ei löytynyt kirjallisuutta, mutta minusta opiskelijaviestinnässä voidaan nähdä yhtäläisyyksiä organisaatioviestintään. Opiskelijaviestintä voidaan jakaa samalla tavalla kokonaisuuksiin kuin organisaatioviestintä, esimerkiksi opiskelijoille järjestetään perehdytystä koulun alkaessa samalla tavalla kuin organisaatioissakin. Yhteystoimintaa järjestävät opiskelijajärjestöt ja esimerkiksi tutorit. Opiskelijaviestintä voidaan jakaa myös organisaatioviestinnän tavoin esimerkiksi tavoitteelliseen viestintään ja toimintaa koskevaan viestintään. Näiden kahden ero on hyvin pieni, mutta tavoitteellinen viestintä liittyy enemmän opiskelutavoitteisiin sekä valmistumiseen ja toimintaan liittyy enemmän yksittäiset kurssit ja muu opiskelijatoiminta. Opiskelijaviestintää tutkiessa siitä voisi muodostaa oman tulosviestintämallin, jossa olisi paljon yhtäläisyyksiä organisaatioviestinnän tulosviestintämallin kanssa. Yhtäläisyyksiä ovat esimerkiksi perustoituminnan tuki, jonka tarkoituksena on opiskelijoiden tukeminen valmistumista kohti sekä

profilointi, jossa opiskelijat omalla viestinnällä vaikuttavat suoraan koulunsa maineeseen. Opiskelijaviestinnässä on myös samanlaisia haasteita kuin organisaatioviestinnässä, esimerkiksi tietojen liikkuminen ja tietovarastot sekä verkot. Tietojen liikkuminen näkyy myös opiskelijaviestinnässä, sillä tietoa tulee erilaisilta tahoilta paljon. Tähän liittyy myös tietovarastot ja verkot, joita opiskeluympäristössä on paljon ja tiedon etsimiseen menee paljon aikaa. Tieto pyritään pitämään ajan tasalla, mutta se on myös opiskelijaviestinnässä haaste.

2.2 Kanavat, foorumit ja areenat

Viestintäkanavan synonyymeinä voidaan käyttää sanoja viestintäfoorumi ja viestintäareena. Tässä työssä viestintäkanava, viestintäfoorumi ja viestintäareena ovat toistensa synonyymejä, vaikka ne voidaan ajatella tarkoittavan hieman eri asioita. Viestintäkanavan ajatuksen on se että viesti kulkee suoraviivaisesti lähettäjältä vastaanottajalle. Viestintäfoorumi puolestaan tarkoittaa fyysistä tai virtuaalista tilaa, jossa yhteisön jäsenet voivat toimia ja kommunikoida. Viestinnänvälineitä on erilaisia ja ne muuttuvat jatkuvasti muun muassa teknologian kehityksen myötä. Välineiden kehittyminen on johtanut siihen että sähköinen viestintä koostuu enimmäkseen kirjallisesta viestinnästä eli teksteistä. (Juholin 2009a, 96–97.) Foorumit voidaan jakaa seuraaviin pääluokkiin: työfoorumit, hybridifoorumit, sisäiset ja ulkoiset verkostot ja niiden laajentuma sosiaalinen media, puoliviralliset foorumit ja viralliset foorumit. (Juholin 2009b, 72–73.)

Työfoorumit ovat organisaation fyysinen työtila, joka on keskeinen viestintäfoorumi. Viestintäteknologia on osittain korvannut ja täydentänyt fyysisiä tiloja. Verkkopohjaiset yhteistyöalustat tai ympäristöt toimivat fyysisten yhteistilojen korvikkeena ja täydentäjänä. Osa opetuksesta on siirtynyt osittain tai kokonaan verkkoon. Verkkokokoukset ovat osittain korvanneet perinteiset kokoukset. Hybridifoorumit ovat sekoitus eri viestintämuotoja, joita kehitetään työfoorumeissa. Hybridifoorumit ovat yhdistelmä erilaisia foorumeja ja oleellista on digitaalisen viestinnän kietoutuminen työskentelyyn, esimerkiksi lähetetään sähköposti, huudetaan sermin ylitse kollegalle. (Juholin 2009b, 73–74.) Vapaamuotoisempiin foorumeihin kuuluu sisäiset ja ulkoiset verkostot. Sisäiset verkostot muodostuvat spontaanisti tai tarkoituksen mukaisesti, samoista asioista kiinnostuneiden ihmisten välille samassa organisaatiossa, esimerkiksi jalkapallon harrastajien tai

insinöörien välille. Sisäpiiri välittää toisilleen tietoa, mutta ei eristäydy muista. Ulkoiset verkostot muodostuvat omien kiinnostusten ympärille yli organisaatorajojen. Verkostoituminen on tärkeä osa asiantuntijatyötä, joten ihmisten on hyvä tuntee muut alalla toimijat. (Juholin 2013, 218.) Puoliviralliset ja viralliset foorumit ovat vaikea erottaa toisistaan. Viralliset foorumit ovat esimerkiksi säännölliset palaverit ja yt-neuvottelut. Puoliviralliset foorumit ovat vähän vapaamuotoisempia esimerkiksi kehittämisspäivät ja asiantuntijoiden välinen yhteistyö. Viralliset foorumit ovat hyvä tapa jakaa samaa tietoa kaikille yhteisesti. Puolivirallisissa foorumeissa tiedonjako on vapaamuotoisempaa ja asiat voidaan yhdistää jonkun vapaan tekemisen yhteyteen, kuten virkistyspäivä tai kahvipalaveri. (Juholin 2009b, 78–79.)

Foorumi- sana on minusta hyvä, sillä se antaa käsityksen että siellä ihmiset keskustelivat keskenään. Viestintäkanava ajattelussa viesti menee vain toiselle eikä siitä odoteta mitään vastausta. Minusta hybridifoorumit- termi on liian epämääräinen käsite ja siksi ymmärrän että sitä ei uudemmissa kirjoissa esiinny. Olen sitä mieltä että erilaisille sosiaalisen median foorumeille voisi muodostaa myös jonkun tarkemman jaottelun. Ymmärrän kuitenkin että sosiaalisen median foorumit ovat vielä niin uusia, ettei tietoa kenties ole tarpeeksi niiden jaotteluun.

2.3 Viestintäkanavien eri jaottelutavat

Viestintäkanavat voidaan jaotella eri tavoin. Ensimmäinen kanavien jaottelutapa on välittömät ja välilliset kanavat. Välittömällä kanavilla tarkoitetaan ihmisten välistä vuorovaikutusta kasvokkain, eikä siinä käytetä mitään välineitä. Ihmiset kohtaavat toisensa tavalla tai toisella erityyppisissä tapaamisissa ja voivat keskustella ja saada heti kommenttia toisiltaan. Tehokkain tällainen viestintäkanava on puhuminen ja kuunteleminen. Tässä viestintäkeinossa arvokkainta on keskustelun aikana saatu välitön palaute ja ihmisillä on mahdollisuus selittää ja varmistaa että on tullut ymmärretyksi. Välitön palaute voi olla esimerkiksi tieto siitä miten viesti vaikuttaa vastaanottajaan. (Siukosaari 2002, 92.) Välilliset kanavat ovat myös erittäin tärkeitä yhteisölle. Suurin ero välittömään kanavaan on välittömän vuorovaikutuksen puuttuminen. Välillisissä kanavissa käytetään jotain välinettä joko sähköistä tai paperista, esimerkiksi tietokonetta tai tiedotetta. (Siukosaari 2002, 104.)

Toinen tapa jaotella kanavat on myös neljään ryhmään sen mukaan, ovatko ne lähikanavia vai kaukokanavia, suoraa keskinäisviestintää vai välitettyä pienjoukko- ja verkkoviestintää. Lähikanavat palvelevat vain omaa työyksikköä ja sen jäseniä. Kaukokanavat välittävät tietoa koko organisaatiolle. Suora keskinäisviestintä on henkilökohtaista vuorovaikutusta. Suorassa viestinnässä hyötynä on välitön palaute ja haittoina ovat aikataulujen yhteensovittaminen sekä kustannukset. (Åberg 2000, 173.) Välitetty pienjoukko- ja verkkoviestintä käyttää joukkoviestinnän tekniikoita, mutta viestintä on silti rajattu valitulle kohderyhmälle. Verkkoviestinnässä käytetään yleensä intranetiä sekä muita sähköisen viestinnän tarjoamia sovelluksia. (Åberg 2000, 173.) Välitetty viestintä on usein kirjallista. Sen hyötynä on tiedon tarkkuus ja pysyvyys. Haittoja ovat tiedon tuottamisen ja lähettämisen hitaus sekä vuorovaikutuksen puute. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 16.)

Kolmas tapa jaotella kanavat on myös rikkaisiin ja vähemmän rikkaisiin. Kanava on rikas tai vähemmän rikas neljästä syystä siitä, miten nopeasti palautetta saadaan, rinnakkaisen vihjeiden käytön mahdollisuus, luonnollisen kielen käyttö sekä viestimen henkilökohtaisuus. Rikkain viestin sallii välittömän palautteen, välittää tietoa usealla tavalla rinnakkain, hyödyntää luonnollista kieltä sekä voidaan osoittaa henkilökohtaisesti vastaanottajalle. Rikkain viestin luokituksen mukaan on henkilökohtainen vuorovaikutus. Tämän jälkeen rikkain viestin on kokoukset ja puhelin. (Daft ym. mukaan teoksessa Åberg 2000, 218.)

Neljäs tapa jaotella kanavat on kasvokkaisviestintään, painettuihin, suullisiin ja sähköisiin/tietokonepohjaisiin kanaviin. Viestintä voidaan jakaa kasvokkaiseen, ei kasvokkaiseen, samaan ja eri tilaan sekä samaan ja eri aikaan. (Juholin 2009a, 170–171.) Viestintäkanavat voidaan jakaa myös kirjallisiin ja suullisiin. Internet on tarjonnut myös näiden kahden onnistunutta yhdistämistä. Samaan aikaan voi pitää videoneuvottelua ja käyttää verkkojuttelua eli chatiä. Mahdollisuutena on myös jakaa tiedostoja ja muokata niitä verkkoympäristössä. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 51.) Kun tekniikka on kehittänyt riittävästi, kasvokkaisen ja sähköisen viestinnän eroja ei välttämättä ole (Juholin 2013, 212). Viestintäkanavat voidaan jakaa myös face-to-face-viestintään, kirjalliseen

viestintään ja sähköiseen viestintään. Rajan veto on hämärtynyt tekniikan kehityksen myötä. (Åberg 1997, 102.)

Viidentenä tapana jaotella kanavat on myös virallisiin ja epävirallisiin kanaviin. Suunnittelussa viestinnässä käytetään virallisia kanavia. Epävirallisia kanavia ovat keskustelut esimerkiksi kahvihuoneessa. Epäviralliset kanavat auttavat henkilöstöä selkeyttämään virallisen kanavan kautta saatua tietoa. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 53.)

Seuraavaksi esittelen muutamia välittömiä kanavia. Henkilökohtaiset tapaamiset ovat erittäin tärkeä organisaatioviestinnän kannalta, varsinkin omaan työhön ja yksikköön liittyvissä asioissa (Åberg 2000, 217). Suora yhteydenpito vaihtelee sidosryhmittäin sekä kulttuureittain. Länsimaissa koetaan että suora yhteydenpito vie aikaa ja rahaa, joten sitä pyritään minimoimaan. Muissa kulttuureissa arvostetaan perusteellista tutustumista. (Juholin 2013, 253.) Henkilökohtaiset tapaamiset auttavat viestin ymmärtämistä paremmin, sillä molemmat näkevät toistensa reaktiot, fyysisen olemukset sekä kuulevat toistensa äänenpainot. Tämä kanava on hyvä vaihtoehto, silloin kun keskustelun aiheena on joku tunteita herättävä tai vaikea asia. Näissä tilanteissa vuorovaikutus vähentää väärinymmärryksiä. (Williams 2014.) Henkilökohtaisen tapaamisen haittana on se että se voi olla vaikea järjestää, sillä se on kallista ja aikaa vievää. Tapaamiset voivat myös herättää työntekijöissä epäilyä siitä liittykö tapaamiseen jotain negatiivista. (Colvin-Smith 2014.)

Toinen välitön viestintäkanava on tiedotustilaisuus. Hyvin suunniteltu ja toteutettu tiedotustilaisuus voi olla hyvä kanava organisaatioviestinnälle. Tiedotustilaisuutta ei kuitenkaan kannata järjestää turhaan, jos viesti menee perille jollain välillisellä keinolla. Tiedotustilaisuus kannattaa järjestää jos esimerkiksi pitää esitellä joku uusi tuote tai näyttää piirustuksia. (Siukosaari 2002, 101.) Tiedotustilaisuus pidetään kun suurempi asia koskee useampaa yksikköä (Åberg 2006, 108). Tilaisuus on hyvä pitää myös jos halutaan luoda kaksisuuntainen vuorovaikutustapahtuma. Tällöin osa tiedosta jää henkilöstön kysymysten varaan. Tiedote voi korvata tiedotustilaisuuden, mutta tiedotustilaisuus ei korvaa tiedotetta. Tiedote voidaan tehdä tiedotustilaisuudesta ja se voidaan jakaa niille, jotka eivät päässeet tiedotustilaisuuteen. Tiedotustilaisuuden pitää olla aiheel-

linen ja ajankohta pitää valita niin että mahdollisimman moni pääsee paikalle. Kutsu tilaisuuteen pitää olla hyvin valmisteltu, niin että se ei tule yllätyksenä henkilöstölle. Jos henkilöstö pitää jakaa, niin kaikille pitää antaa samat tiedot. Tilaisuuden ohjelma kannattaa suunnitella tarkkaan ja tilaisuuden ydin kannattaa sijoittaa heti alkuun. Tilaisuuden kesto pitäisi olla enimmillään tunti, johon on sisällytetty kysymykset ja kommentit. Esiintyjät pitää valita sen mukaan, kuka tietää asiasta eniten. Tiedotustilaisuus mielletään usein sosiaaliseksi tapahtumaksi, jossa ollaan vuorovaikutuksessa henkilöstön kanssa ja jaetaan tärkeää tietoa henkilöstölle. (Siukosaari 2002, 101–103.) Tiedotustilaisuudet toistuvat säännönmukaisesti ja tarpeen mukaan. Konkretisointiin kannattaa silti panostaa, vaikka kyse on omasta henkilöstöstä. (Juholin 2009, 161.)

Seuraavaksi esittelen joitakin välillisiä keinoja. Intranet on organisaation sisäinen verkosto, jonne ulkopuoliset eivät pääse. Intranet on osittain korvannut ja vähentänyt sähköpostin käytön. (Juholin 2009a, 176.) Intranetit syntyivät 1990-luvun lopulla lähinnä tietovarastoiksi. Silloin taso vaihteli paljon organisaatiosta toiseen. Vähitellen useampi organisaatio on ottanut intranetin käyttöönsä ja se voi olla joissain organisaatioissa ainoa tapa saada tietoa ajasta ja paikasta riippumatta. Intranetistä on nykyään tullut virtuaalinen työskentely -ympäristö, jossa voidaan opiskella ja tehdä yhteistyötä. Yritysjohdon näkökulmasta intranet on kasvokkaisen viestinnän jälkeen henkilökohtaisin ja tehokkain tapa viestiä. (Juholin 2009a, 266.) Tärkeää on vain että kaikilla on mahdollisuus käyttää samaa intranetiä (Siukosaari 2002, 119).

Intranet mahdollistaa avoimemman tiedon jaon ja ilmapiirin, kun tieto on kaikille nähtävissä. Tieto pysyy ajan tasalla kun sivustolla voi kommentoida ja joku on vastuussa intranetin päivityksestä. Intranetin sisältöön vaikuttaa organisaation omat tarpeet. Intranetissä voi olla tietoa organisaatiosta, koulutuskalenteri sekä työohjeita. Tiedonhakua voidaan helpottaa sivuston hakukoneiden, sivukartan tai sisällysluettelon avulla. Intranetin avulla voidaan keskustella julkisesti ja antaa palautetta. Henkilöstön tietämys organisaatiosta kasvaa ja intranetiä on helppo käyttää myös oppimisen tukemiseen. (Siukosaari 2002, 210–211.) Intranetin hyötyinä on myös nopeus ja luotettavuus. Intranetiin voi laittaa kuvia tai taulukoita helposti. Tieto säilyy ja on helposti jaettavissa eteenpäin. Intranetiin voi laittaa ilmoitustauluja sekä keskustelufoorumeja. Intranetin kävijöitä on helppo seurata. Haittana on että kaikilla ei ole välttämättä mahdollisuutta päästä siihen

käsiksi ja tietoa pitää osata etsiä. Varsinkin pitkiä juttuja kaikki eivät jaksaa lukea. Jotkut intranetit voivat olla vaikeita navigoida ja tieto voi olla vanhentunutta. (Dewhurst ja Fitzpatrick, 2014.)

Toinen välillinen kanava on sähköposti. Sähköposti on keskinäis- ja ryhmäviestintäkeino ja aina henkilökohtainen (Siukosaari 2002, 119). Sähköpostit voidaan jakaa kolmeen luokkaan: ilmoitustaulutyypiset viestit, postinkantajaviestit sekä dialogityypiset keskusteluviestit. Dialogiviestit ovat vapaamuotoisempia kuin muut. Postinkantajaviestit ovat liitteitä ja toimenpiteitä vaativia viestejä. Sähköpostia käytetään työyhteisön yhteydenpitoon. (Aula & Jokinen teoksessa Juholin 2009a, 177–178.) Sähköpostin tekniset hyödyt ovat nopeus, helppo vastaanminen ja edelleen lähetys. Jakelulistojen avulla pystyy jakamaan ja välittämään viestejä monelle vastaanottajalle. Viestiin voi lisätä kuvia, tiedostoja ja linkkejä. Viestit voi kätevästi arkistoida ja viesteihin on helppo palata myöhemmin. Sähköposteja voidaan lähettää ajasta ja paikasta riippumatta. Sähköpostien sisältö voi olla vapaamuotoisempi. (Åberg 2006, 115.) Sähköpostin heikkoutena on riippuvuus teknologiaan. Sähköpostin kautta verkot ovat enemmän alttiita viruksille ja roskaposteille. Sähköposteja saatetaan lähettää turhan monelle tiedoksi. Sähköpostiosoitteiden päivittäminen vaatii aikaa ja viesteihin odotetaan nykyään nopeita vastauksia. Viestejä on helppo lähettää väärille henkilöille. Sähköpostiviestit voivat aiheuttaa myös väärinymmärryksiä ja sävyeroja ei ole yhtä helppo tulkita. (Åberg 2006, 116–117.) Sähköpostin lähetyksessä ei voi olla varma onko toinen saanut sitä ja tietoa saattaa tulla liikaa sähköpostitse (Dewhurst & Fitzpatrick 2014). Ongelmana voi olla myös se, etteivät kaikki lue viestejään. (Siukosaari 2002, 119). Sähköpostin alkuperäinen idea on kadonnut suurien sähköposti määrien ja roskapostien takia. Viestinnän teho laskee ja tiedon saatavuus kärsii. Sähköpostin avulla pyritään ratkomaan ongelmia ja keskustelemaan isoissa ryhmissä, mikä ei aina toimi. (Juholin 2009a, 178.)

Uudempi välillinen kanava on sosiaalisen median kanavat. Internetin kehityksessä ollaan siirtymässä yksisuuntaisesta julkaisemisesta ja tiedon siirrosta seuraavaan vaiheeseen. Sille on ominaista julkinen keskustelu, osallistuminen ja käyttäjät luovat ja muokkaavat sivustojen sisältöä. (Ojala & Pöysti teoksessa Juholin 2009a, 172.) Sosiaaliset mediat ovat internetpalveluja, joihin käyttäjät itse luovat ja muokkaavat sisältöä ja ovat

vuorovaikutuksessa. Sosiaalisen median palveluita on sekä organisaation sisäisessä viestinnässä että avoimessa internetissä. Näitä työvälineitä ovat esimerkiksi blogit ja keskustelupalstat. Työyhteisön jäsenet voivat myös käyttää erilaisia verkostoitumismedioita, joissa erilaiset verkostot voivat olla vuorovaikutuksessa. Tunnetuimpia yhteisösivustoja ovat Facebook ja LinkedIn, joihin kirjaudutaan omalla nimellä ja kuvalla ja niissä pystyy pitämään yhteyttä muihin. Nämä sivustot ovat korvanneet osittain kasvokkaista yhteydenpitoa. (Juholin 2009a, 173.)

Yritykset käyttävät nykyään sosiaalista media uusien kontaktien löytämiseen, potentiaaliin työntekijöiden taustojen selvittämiseen sekä työnantajankuvan parantamiseen (Kortesuo 2014, 16–17). Sosiaalisen median palvelut voidaan jakaa kuuteen tyyppiin: sisällön tuottaminen ja julkaiseminen (esim. wikit), sisällön jakaminen esimerkiksi kuvin ja videoin (esim. YouTube), verkostoitumis- tai yhteisöpalvelut (esim. Facebook), yhteistuotanto (esim. Wikipedia), virtuaalimaailmat (esim. Habbo Hotel) sekä liitännäiset (esim. Google). (Matikainen teoksessa Juholin 2013, 217–218.) Sosiaalisessa mediassa pitää muistaa että joidenkin kautta voidaan jakaa arkaluontoistakin asiaa, mutta toisaalta on hyvä tiedostaa tietoturvakysymykset. Sosiaalisen median kanssa toimimisessa saattaa tarvita yrityksen omia pelisääntöjä. (Juholin 2013, 218.) Hernandez (2010) tekemän haastattelun mukaan sosiaalinen media on hyödyllinen viestintäkanava, joka toimii hyvin sähköpostin rinnalla. Sosiaalinen media nopeuttaa tiedonkulkua, sillä esimerkiksi 75 prosenttia nuorista aikuisista käyttää sosiaalisen median palveluita. Sosiaalisen median kautta keskustelu voi olla vapaamuotoisempaa. (Hernandez 2010.)

Facebook on tunnetuin yhteisöpalvelu. Siellä voi jakaa kuvia, linkkejä, videoita sekä tilapäivityksiä. Facebookissa voi keskustella muiden ihmisten kanssa. Facebookissa voi luoda henkilöprofiiliin, yrityssivun ja ryhmäsivun. (Kortesuo 2014, 111–112.) Facebookin myötä useampi ihminen on sisällöntuottaja. Kommentoiminen on tehty helpoksi ja sen myötä useampi käyttäjä kirjoittaa viestejä nettiin. (Kortesuo 2014, 56.) Facebookissa voi markkinoida omaa yritystä ja sen tapahtumia. Oman organisaation sivut ovat organisaation virallinen profiili. Mahdollisuus on myös luoda ryhmiä ja kerätä palautetta. Ryhmät luodaan, jotta ihmiset voivat keskustella yhteisistä kiinnostuksen kohteista. Facebookissa voi myös keskustella ja jakaa tietoa. (University of Sussex 2014.)

Rikkaiden kanavien jako on mielestäni perusteltu hyvin, mutta ilmaisu rikkaat kanavat ei kerro mitään sen sisältämisestä kriteereistä. Viralliset ja epäviralliset kanavat ovat myös selkeä jaottelu, vaikka joskus nämä kaksi jakoa saattavat mennä osittain minusta päällekkäin. Sama tilanne on kirjallisessa ja suullisessa viestinnässä. Kaikkia jaotteluja voidaan nykyään käyttää rinnakkain. Tekniikka vaikuttaa varmasti myös jatkossa siihen, miten kanavat jaotellaan ja milloin kaksi jaottelua menevät useammin päällekkäin. Esimerkiksi suora keskinäinen viestintä voi tapahtua sekä tietokoneen välityksellä että paikan päällä, vaikka samassa jaottelussa on myös verkkoviestintä erikseen. Mielestäni jako välilliseen ja välittömään kanavaan on kaikista jaottelu tavoista selkein, sillä jaottelut eivät mene päällekkäin. On hyvä, että erilaisia viestintäkanavia on paljon, koska jokaisessa on omat hyödyt ja haitat. Käyttäisin enemmän intranetiä suuremman tiedon jakamiseen ja sähköpostia enemmän lyhyiden yksinkertaisten asioiden jakamiseen. Facebook voi olla minusta hyvä tapa olla asiakkaisiin yhteydessä, mutta se on harvoissa yrityksissä vielä sisäisessä käytössä. Useammin sen käyttö on kokonaan kielletty. Henkilökohtaisten tapaamisten merkitys ei tule koskaan vähentymään. Enemmänkin niin päin että henkilökohtaisia tapaamisia osataan arvostaa enemmän.

2.4 Viestinnän suunnittelu

Viestintä on prosessi tai tapahtuma, jossa ihminen tulkitsee asioita ja jakaa tämän tiedon vuorovaikutteisten verkostojen kautta. (Åberg 2000, 54.) Organisaatioviestintää suunnitellaan, jotta viesti saadaan liikkumaan organisaatiossa. Jotta organisaatio osaisi valita oikeat viestintäkanavat ja työntekijät osaisivat käyttää kanavia, pitää organisaation laatia viestintäsuunnitelma. Organisaation perustehtävät, tavoitteet ja visio toimivat viestinnän suunnittelun pohjana (Juholin 2013, 86). Viestinnän suunnittelu perustuu myös organisaation sidosryhmien odotuksiin (Siukosaari 2002, 20). Sidosryhmät tarkoittavat asiakkaita ja muita yhteistyö- ja kohderyhmien edustajia, jotka ovat yrityksen ulkopuolella (Juholin 2009a, 40). Sidosryhmät odottavat organisaatiolta muun muassa sitä, mitä tietoa yrityksestä pitäisi olla saatavilla tai minkälaisia mielikuvia ihmisillä tulee organisaatiosta tai sen palveluista. Suunnittelu pitää sisältää yhteistyö- ja kohderyhmien määrittelyä sekä kirjaamista, esimerkiksi keiden kanssa organisaatio haluaa tehdä yhteistyötä ja keiden toiminta vaikuttaa suoraan organisaatioon. Suunnittelussa pitää miettiä

myös miksi organisaatio viestii eli mikä on organisaation toiminta-ajatus. Toiminta-ajatus muodostuu organisaation yleisistä viestintä tavoitteista ja keinoista sekä esimerkiksi viestintävastaavien sijoittuminen organisaatiokaavion ja heidän tehtävät organisaatiossa. (Siukosaari 2002, 20–21.)

Viestinnän suunnittelun on tarkoitus ohjata viestinnän toteutusta. Suunnitelma on tarkoitus ottaa esille mahdollisimman usein, eikä pelkästään kerran vuodessa. (Juholin 2009a, 108.) Viestinnän suunnittelu auttaa yrityskuvan rakentamista sekä yllätystilanteihin varautumista ja parantaa ajankäyttöä. Viestinnän suunnittelu on tärkeää, jotta yritys tietää miten viestiä yllättävissä tilanteissa. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 93.) Viestinnän suunnittelulle on ominaista kolme tekijää. Ensimmäiseksi suunnittelua edeltää toimintaa. Toiseksi suunnittelua tarvitaan päätösketjujen sisäistämiseen sekä päätösten koordinointiin. Kolmanneksi suunnittelulla pyritään vaikuttamaan tulevaisuuteen. (Åberg 2006, 67–68.)

Viestinnän suunnittelu jaetaan strategiseen ja operatiiviseen tasoon. Strateginen suunnittelu toimii operatiivisen toiminnan perustana. Strateginen suunnittelu pohjautuu liiketoimintastrategiaan. Strategiseen suunnittelun työkaluihin kuuluu erilaiset tutkimukset ja analyysit, jotka selvittävät viestinnän kehitystä ja miten tavoitteet ovat saavutettu. (Juholin 2013, 92–93.) Strategista suunnittelua on esimerkiksi organisaation maineen kehittäminen sekä työyhteisön tunnelman parantaminen. (Juholin 2009a, 72). Strateginen suunnittelu luo erilaisia linjoja ja näyttää organisaatiolle sen suunnan (Åberg 2006, 68). Strategisella tasolla viestintäkanavien suunnittelua on esimerkiksi sosiaaliseen mediaan liittyvät pelisäännöt tai intranetin käyttötavoitteet. Operatiivinen suunnittelu käsittelee toimenpiteiden ideointia, ajoituksia ja järjestelyjä. Tähän kuuluvat esimerkiksi tapahtumien järjestelyt, internet sivujen luominen sekä päivittäisten asioiden suunnittelu. (Juholin 2013, 92–93.) Operatiivisessa suunnittelussa tähtäin on yleensä korkeintaan vuoden päähän (Åberg 1997, 175). Operatiivisella tasolla viestintäkanaviin liittyvää suunnittelua voi olla esimerkiksi kanavien valinta sekä luominen.

Strategisen ja operatiivisen suunnittelun lisäksi voidaan puhua taktisesta suunnittelusta. Taktinen suunnittelu on organisaation voimavarojen selvittämistä, esimerkiksi miten

pääsemme strategiisiin tavoitteisiimme. (Åberg 2006, 68.) Taktista suunnittelua edustavat esimerkiksi kriisiviestinnän ohjeisto sekä viestinnän osa-alueiden toimintaohjeet. Viestinnän toimintaohjeita ovat mm. viestintätehtävissä olevien toimenkuvat sekä sponsoroinnin säännöt (Åberg 2000, 237–238). Kriisiviestinnän ohjeisto on ohje, jossa kerrotaan miten toimitaan erilaisissa kriisitilanteissa (Åberg 2000, 241). Suunnitelman on tarkoitus toimia muistilistoina, jotka on otettava huomioon muutaman vuoden sisällä. (Åberg 2000, 235.)

Mielestäni viestinnän suunnittelu on tärkeä, jotta jokainen osaisi toimia oikein erilaisissa tilanteissa, varsinkin kriisitilanteissa. Erityisesti viestintäkanavia suunniteltaessa pitää miettiä kohderyhmä ja mitkä heidän odotukset ovat viestintää kohtaan. Tärkeintä minusta viestinnän suunnittelussa on se että organisaatiossa tiedetään miksi organisaatio viestii ja tämä on kirjattu kaikille ymmärrettävään muotoon. Viestintää kannattaa suunnitella sillä se vähentää väärinymmärryksiä ja aikaa, kun on selkeät ohjeet kirjallisena. Minusta strateginen suunnittelu on enemmän teoreettista ja operatiivinen suunnitteluun liittyy yleensä joku viestintäkanava tai muu väline. Strateginen suunnittelu ja operatiivinen suunnittelu pitäisi olla käytössä samaan aikaan, sillä esimerkiksi Facebookin käytöstä saattaa olla ohjeita päivittäiseen käyttöön ja pitkän tähtäimen tavoitteisiin. Tärkeää on että yrityksessä on suunniteltu strategista ja operatiivista puolta. Taktinen suunnittelu on hyvin vaikea käsite, sillä se on osittain strategista suunnittelua ja osittain operatiivista suunnittelua. Taktinen suunnittelu on lähempänä operatiivista suunnittelua, sillä siihen liittyy enemmän käytännön ohjeistusta.

2.5 Kohderyhmien tavoittaminen ja tiedon jakaminen

Organisaatiossa on tärkeää valita juuri ne keinot ja kanavat jotka parhaiten vastaavat oman organisaation kohderyhmien tarpeita ja odotuksia, esimerkiksi jotkut organisaatiot eivät tarvitse intranetiä ja toiset eivät tarvitse viikoittaisia yksikköpalavereja. Valinnassa auttaa hyvän yhteisöviestinnän osaaminen sekä talontuntemus. Kanavien valinnassa on tullut selkeä muutos kun kirjalliset viestintäkanavat ovat muuttuneet käytännössä pelkästään sähköisiksi, muutamaa yritystä lukuun ottamatta. (Siukosaari 2002, 91.)

Tärkeää on huomioida kohderyhmän odotukset ja kiinnostukset, jotta viestinnässä onnistutaan. Vastaanottajan tunteminen on siis tärkeä osa viestin välittämisessä. Vastaanottajan tarpeita on hyvä huomioida. Samanlaisen kielenkäyttö kuin kohderyhmällä ja tiedon tason huomioiminen auttavat viestien mielenkiinnon säilyttämistä. (Siukosaari 2002, 80.) Kohderyhmän tunnistamisen lisäksi pitää miettiä miten kohderyhmä kerää tietoa ja minkälainen sisältö sopii kyseiselle kohderyhmälle. Lyhyet informaatiot on helppo jakaa esimerkiksi sähköpostin välityksellä. Laajempiin tietopaketteihin sopii paremmin esimerkiksi intranet. Kanavien vuorovaikutteisuus on myös otettava huomioon. Jatkuvan palautteen saamiseksi vuorovaikutteinen kanava on tarpeellinen. (Linton 2014.)

Viestintä tehostuu kun viesti välitetään useamman eri kanavan kautta. Viestintäkanavan valinta on erittäin tärkeää, sillä väärän viestintäkanavan valinta saattaa vaikuttaa siihen, ettei viesti tavoita kohderyhmää ja viesti vääristyy. Tärkeää on myös viestin tarkkuus, ettei oleellisia tietoja jää pois. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 20.) Ongelmana on monessa organisaatiossa tieto tulva, silloin tiedon hallitseminen käy hankalaksi. Viestintäkanavan valinnassa kannattaa miettiä kuka on viestin vastaanottaja ja erityisesti ketä asia koske. Viestiä on turha lähettää sellaisille tiedoksi, joita asia ei koske. Eri organisaatioissa suositaan eri viestinnän muotoja. Organisaation viestintäkulttuuri vaikuttaa siihen mitä viestintäkanavaa käytetään eniten. Eri kanavat toimivat eri tilanteissa. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 50.)

Stack (2014) jakaa kanavat vuorovaikutteisiin ja yksisuuntaisiin sekä henkilökohtaisiin ja ei-henkilökohtaisiin. Nämä jaot vaikuttavat siihen, mikä kanava kannattaa valita. Tapauksia ei kannata sopia ellei fyysinen läsnäolo ole tarpeellista. Jos kokous ei tarvitse ongelman ratkaisua, ideointia tai työntekijöiden näkemyksiä, niin ehkä muut kanavat ovat tiedon jaolle parempia. (Stack 2014.) Colvin-Smith (2014) mukaan kanavan valintaan vaikuttaa se onko esimerkiksi kuvat tarpeellisia ja halutaanko vastausta viestiin. Kanavien valintaan vaikuttaa myös se haluatko nähdä kuka on nähnyt/lukenut viestisi ja minkä hintainen kanava on. Jos organisaatio investoi enemmän kanavaan, niin saako hän investoinnille vastinetta. (Colvin-Smith 2014.)

Valittaessa minkä sosiaalisen median kanavan valitsee, kannattaa huomioida mikä on kanavan tarkoitus, pystyykö organisaatio sitoutumaan kanavaan ja onko organisaatiolla riittävästi sanottavaa. Sosiaalisen median kanavat vaativat työtä, myös kanavan perustamisen jälkeen ja organisaatiolla pitää olla tarkka tieto siitä kuka päivittämisen hoitaa ja miten. Sosiaalisessa mediassa on myös tarkkaa että tieto on koko ajan päivitettyä. (University of Sussex 2014.) Sivuston päivittäminen voi olla erittäin aikaa vievää (Colvin-Smith 2014).

Suurin osa suomalaisista yhteisöistä viestii verkossa. Yhteisöillä on omat verkkosivut ja sähköpostit. Välineiden kehittyminen on vaikuttanut siihen että tieto on enemmän kuin ihmiset voivat sulattaa. Lukijoilla on siis varaa valita mielenkiintoiset tekstit ja hallita tietotulvaa. (Siukosaari 2002, 205.) Internet on aiheuttanut organisaatioille lisää työtä, mutta toisaalta internet tuo tiedon nopeammin ja samanaikaisesti kaikille organisaatiossa (Siukosaari 2002, 207). Verkkoviestintä on vaikuttanut kielenkäytön ja työtapojen muuttumiseen. Verkon kautta vaikuttamiskynnys on alentunut, sillä verkon kautta on helppo lähestyä tahoja, joita ei muuten lähestyttäisi. (Åberg 2006, 116.) Verkkoviestinnällä saattaa olla kielteisiä vaikutuksia työtapoihin, sillä se syö työaika. Sähköposteja pitää siivota ja arkistoida. Joskus joku muu viestintämuoto voi olla parempi vaihtoehto kuin joku verkkoviestinnän muoto. (Åberg 2006, 118.)

Verkkoviestintä edellyttää uusien taitojen omaksumista ja oman organisaatio osaamisen kehittämistä. Verkkoviestintä edellyttää medialukutaitoa, jossa pitää ymmärtää vuorovaikutuksen ja audiovisuaalisen kokonaisuuden viestinnälliset rakenteet. Mediataju on se taito jota kehittämällä pystyy ymmärtämään paremmin mediaympäristöä. (Juholin 2009a, 255–257.) Verkkoviestinnässä ei ole kovin henkilökohtainen viestintäkanava, mutta hyvin tehokas (Williams 2014). Digitaalisessa strategiassa on tietoa siitä miten verkkoviestintä voi parhaiten tukea yrityksen päivittäistä liiketoimintaa ja organisaation tavoitteita. Digitaaliseen viestinnän tehtävänä on esimerkiksi selvittää milloin viestinnässä siirrytään digitaalisiin menetelmiin sekä ohjeistetaan siirtyminen. Tärkeä osa viestinnän digitalisointia on ylläpito ja seuranta. Ylläpito voidaan jakaa kolmeen tasoon: tekninen ylläpito, sisältöjen ylläpito sekä käyttökokemuksen ylläpito. Seurannan kuuluisi olla J3Y eli jatkuvaa, yhteismitallista sekä ymmärrettävää. (Juholin 2009a, 252–255.)

Verkkoviestinnän tutkimuksessa on noussut kaksi paradigmaa: vihjeettömyys-paradigma sekä kybertila-paradigma. Vihjeettömyys-paradigma lähtee tutkimaan vanhoista viestinnän muodoista ja vertaa vanhoja viestinnän muotoja uuteen. Verkkoviestintä ja perinteinen viestintä täydentävät toisensa, mutta verkkoviestintä ei voi olla yhtä rikasta kuin reaalin viestintä. Kybertila-paradigma lähtee siitä että verkkoviestintä on uusi viestinnän muoto. Verkko on yhteisöllinen vuorovaikutustila. (Åberg 2006, 113.)

Tiedon jakaminen on tärkeä osa organisaatioviestintää. Organisaatiossa tiedon jakamista voidaan toteuttaa erilaisissa foorumeissa, kuten verkossa. Tiedon jakamiseen liittyvät käsitteet ovat tiedonvaihdanta, vuorovaikutus ja tunnelma. Tieto kulkee eteenpäin kun ihmiset ajattelevat ja keskustelevat keskenään. Onnistunut tiedon jakaminen tapahtuu yhdessä tekemisen kautta. Yhdessä pohdittuna voi syntyä sellaisia ideoita mitä yksin ei tulisi mietittyä. Avoimuus, luotettavuus ja kilpailun vähäisyys tai puuttuminen edistää tiedon jakamista. Jotta yhteinen tiedon jako onnistuisi, pitää pystyä tunnistamaan ihmisten nykyiset tiedot ja ne tiedot joita pitää kartuttaa. Tiedon ajantasainen välittäminen on tärkeä osa tiedon jakamista. Työtilat ovat hyvä foorumi tiedon jakamiselle. (Juholin 2009b, 174–184.)

Tärkeintä viestintäkanavien valinnassa on minusta juuri kohderyhmien määrittely, sillä sen avulla voi olla helppo jättää jotain viestintäkanavia käyttämättä. Esimerkiksi nuoret haluavat mieluummin viestintää sosiaalisessa mediassa, kun esimerkiksi jonkin paperisen lehden avulla. Minusta vuorovaikutteisten kanavien merkitys on viime vuosina kasvanut sosiaalisen median myötä. Tässäkin pitää huomioida kohderyhmä, sillä monet yritykset ovat esimerkiksi Facebookissa, mutta heidän seinälle ei kommentoida eikä heillä kukaan vastaa Facebookin päivittämisestä. Tällöin kanavan vuorovaikutteisuus katoaa. Monessa yrityksessä ei ole suunniteltu sosiaalisen median käyttöä. Samalla tavalla kun viestintää suunnitellaan, niin myös sosiaalisen median toimintaa kannattaisi mielestäni suunnitella, jotta työntekijät tietävät aina miten toimia. Paljon viestintäkanavien kautta tulee myös minusta turhaa tietoa, joka ei koske kaikkia vastaanottajia. Verkkoviestintä on nopeuttanut joitakin asioita, kuten tekstien muokkausta. Toisaalta tekniset ongelmat hidastavat mielestäni työtä. Kybertila-paradigma on yksi verkkoviestinnän tutkimus muoto, jonka mukaan verkkoviestintä on uusi viestinnän muoto

(Åberg 2006, 113). Tätä samaa tutkimusta voisi käyttää myös sosiaalisen median tutkimuksessa, sillä sosiaalista mediaa olisi hyvä tarkastella uudenaikaisena viestinnän muotona eikä vertailla sitä aikaisempiin viestinnän muotoihin. Sosiaalisen median kanavat ovat täysin erilaisia viestinnän muotoja, jota ei minusta voi juurikaan vertailla toisiin viestinnän muotoihin.

3 HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palvelujen viestintäkanavat

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu on yksityinen ammattikorkeakoulu, jossa on 31 koulutusohjelmaa. 18 koulutusohjelmaa tarjotaan suomeksi ja 13 koulutusohjelmaa englanniksi. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014a.) HAAGA-HELIA toimii kuudella kampuksella: Pasila, Haaga, Malmi, Vallila, Porvoo ja Vierumäki (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014b). HAAGA-HELIAsta lähtee vaihtoon noin 400 opiskelijaa vuodessa. Kansainväliset palvelut, joista käytän lyhennettä kv palvelut, palvelee sekä Suomesta lähteviä opiskelijoita että Suomeen tulevia opiskelijoita. Kansainvälisissä palveluissa työskentelee seitsemän kansainvälisten asioiden koordinaattori, josta käytän lyhennettä kv koordinaattori sekä kansainvälisten asioiden päällikkö. Jokaisella koulutusohjelmalla on oma kv koordinaattori, joka auttaa juuri sen koulutusohjelman opiskelijoita. Kv palvelut ohjaavat ja neuvovat opiskelijoita opiskelijavaihtoon liittyvissä asioissa. (Holmström, S. 13.8.2014.) HAAGA-HELIA:n kansainväliset palvelut käyttävät opiskelijaviestintään neljää viestintäkanavaa: MyNetiä, henkilökohtaisia tapauksia, sähköpostia ja Facebookia. MyNet on HAAGA-HELIA:n opiskelijoille tarkoitettu ekstranet, joka sisältää tietoa opiskelusta ja esimerkiksi opiskelijavaihdosta. MyNetistä löytyy esimerkiksi HAAGA-HELIA:n vaihtokohteet ja yhteistyökoulut. Sieltä löytyy myös tietoa miten vaihtoon voi hakea. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014c.) Kv palvelut ovat hiljattain uusineet MyNet sivujaan ja tähän palaan myöhemmin MyNetiin liittyvässä kappaleessa.

Tässä luvussa käsitellään opiskelijaviestintää ja sitä, miten kv palvelut suunnittelevat viestintäänsä. Luvussa käsitellään myös kv palveluiden viestintäkanavia: MyNetiä, Facebook-ryhmää, sähköpostia ja henkilökohtaisia tapaamisia sekä opiskelijoiden tavoittamista.

3.1 Opiskelijaviestintä ja sen suunnittelu

Organisaatiossa laaditaan viestintäsuunnitelma muun muassa siksi, että voidaan valita oikeat kohderyhmät ja kanavat (Juholin 2013, 86). Kv-palvelut suunnittelee viestintänsä sisällöt ja toteutuksen, mutta viestinnän yleiset linjaukset tulevat HAAGA-HELIA:n

opiskelijaviestinnästä. HAAGA-HELIAssa ei ole varsinaisesti kirjattua viestintäsuunnitelmaa opiskelijaviestintään, mutta joitakin yleisiä linjauksia opiskelijaviestintään on kirjattu HAAGA-HELIA:n opiskelijaviestinnän kehittämisryhmän vuonna 2010 laatimaan opiskelijaviestinnän politiikkapaperiin. (Holmström, S. 13.8.2014.) Kv-palvelut pyrkivät aina osallistumaan viestinnän suunnitteluun liittyviin palavereihin HAAGA-HELIAssa. Siellä he yrittävät tuoda vaihtoon lähtevien ja tulevien opiskelijoiden sekä partneriyliopistojen viestinnällisiä tarpeita. Sähköpostin ja Facebookin käytössä linjat tulevat HAAGA-HELIAsta. Esimerkiksi sähköpostiin pyritään vastaamaan kolmessa päivässä. (Mertala J. 2.9.2014.) Tämä on suunnittelun operatiivista tasoa (Juholin 2013, 93). Kv palveluilla on kolme Facebook-ryhmää: kv palveluiden yleinen HAAGA-HELIA International Facebook-ryhmä sekä lähtevien ja saapuvien vaihto-opiskelijoiden Facebook-ryhmät (Holmström, S. 13.8.2014).

Kv palveluiden opiskelijaviestintä on opiskelijalähtöistä. Se näkyy siinä, että kv palvelut perustelevat asioita ja esittävät asiat rennosti. Rentous näkyy myös opiskelijoiden kv palveluille lähettämässä viesteissä. Osa käyttää asiatyylisiä ja kirjoittaa ”ystävällisin terveisin etunimi ja sukunimi” kun taas osa aloittaa keskustelun ”moro kv koordinaattorin etunimi”. Kv koordinaattoreille on vaikeus pysyä virallisen ja rennon viestinnän välissä, etteivät opiskelijat koe laiminlyöntejä kun tietoa ei ole riittävästi. Kv palvelut tarjoavat kuitenkin palveluita eli viesteissä pyritään olemaan asiakeskeisiä ja selkeitä. (Mertala, J. 2.9.2014.) Viralliset viestintäkanavat ovat yleensä suunnittelua varten ja epäviralliset viestintäkanavat ovat kahvihuone keskusteluja varten (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 53). Joskus organisaatioviestinnässä ja erityisesti opiskelijaviestinnässä voi ilmetä virallisen ja epävirallisen viestintäkanavan välimuotoja, kuten opiskelijoiden viestintä kv palveluihin esimerkiksi sähköpostitse. Kv palveluiden suunnalta viestintä on hyvin organisaatioviestinnän mukaista eli organisoitua, työyhteisön tavoitteita tukevaa ja käytössä on tekniset viestimet (Åberg 2006, 96). Viestintä on pääosin englanniksi, koska osa opiskelijoista on englanninkieliltä koulutusohjelmilta eivätkä välttämättä puhu suomea. Näin tietoa ei tarvitse toistaa kahdella kielellä ja viestintä on sujuvampaa. MyNetissä pyritään helppoon englanttiin jota ymmärtää eritasoiset englanninosajat.

Opiskelijoita on pyritty auttamaan tiedon löytämisessä. Orientaatioinfossa dioilla luke mistä tietoa saa ja miten voi ottaa yhteyttä jo vaihdossa olleisiin. Myös MyNetissä on

tietoa siitä mitä kanavia kv palveluilla on tarjota. Kuitenkin mitään tarkkaa tietoa siitä missä tilanteessa mitäkin kanavaa pitäisi käyttää, ei löydy. Tämä johtuu siitä että kv palvelut toivovat että opiskelijat käyttävät ensisijaisesti MyNetiä ja sitten ottavat heihin yhteyttä. Tarkkoja linjoja ei ole siis siitä pitääkö opiskelijan ottaa yhteyttä sähköpostitse, kasvotusten vai puhelimitse, kaikkia viestintäkanavia voi käyttää. Uusien opiskelijavaihtosivujen myötä yksittäiset kysymykset tiedon löytämisestä ovat vähentyneet. (Mertala, J. 2.9.2014.) Yksi organisaatioviestinnän haasteista on tietovarastot ja verkot. Tiedon pitää olla ajan tasalla ja helposti löydettävissä. (Åberg 2006, 112.)

3.2 Viestintäkanavat ja niiden tehtävät

Kv palveluilla on neljä viestintäkanavaa: henkilökohtaiset tapaamiset, sähköposti, MyNet ja Facebook-ryhmä. Henkilökohtaisia tapaamisia käytetään jotta opiskelijoilla olisi mahdollisuus keskustella omaa vaihtokohdetta koskevista asioista ja muista vaikeammista asioista. Kv koordinaattoreilla on omia vastaanottoaikoja ja opiskelijat voivat myös sopia tapaamisia kv koordinaattorin kanssa. Kv palvelut kokevat tärkeäksi tarjota mahdollisuuden myös henkilökohtaiseen asioimiseen, jolloin on mahdollista olla vuorovaikutuksessa opiskelijoiden kanssa (Holmström, S. 13.8.2014). Henkilökohtaiset tapaamiset auttaa viestin ymmärtämistä ja sitä kautta näkee toisen reaktion. Kasvotusten on helpompi puhua myös vaikeammista asioista eikä silloin tule niin paljon väärin ymmärryksiä, kun esimerkiksi sähköpostitse (Williams 2014). Kv palveluille tulee kasvotusten enemmän tarkkoja kysymyksiä omasta vaihdosta ja erityisesti omista vaihtokohteista. Haastattelemani kv koordinaattori totesi että joskus hänelle tulevat kysymykset liittyvät sellaiseen mitä löytyy MyNetistä, mutta opiskelija ei ole löytänyt tai jaksanut lukea tietoa. Yleensä näissä tilanteissa ohjataan opiskelija lukemaan tiedot suoraan MyNetistä. Kv palvelut pyrkivät ettei tapaamisissa toistettaisi niitä tietoja, joita löytyy jo MyNetistä. Hakuvaiheessa tapaamiset ovat intensiivisiä sillä haku aika on niin lyhyt ja silloin tulee paljon kysymyksiä. Haun aikana opiskelijat tulevat yleensä vastaanottoaikoina 2-3 hengen ryhmissä, mitä kv palvelut kannustavat, siksi että opiskelijoilla on usein samoja kysymyksiä. Asiakirjojen allekirjoitusta varten opiskelijat tulevat usein vastaanottoaikoina. Vaihdon jälkeen kurssien hyväksi lukua varten kansainvälisten asioiden koordinaattori pyrkii varamaan erikseen tapaamisaikoja, sillä silloin on samaan aikaan

uusien opiskelijoiden vaihtohaku ja vanhojen jo vaihdossa olleiden paluu. Juuri kiireellisinä aikoina vastaanottoaikoina jonotusta on jonkin verran ja ihmisiä on kahden tunnin vastaanottoaikoina paljon. (Mertala, J. 2.9.2014.)

Sähköposti käytetään kv palveluissa, koska se on yksi HAAGA-HELIAN viestintäkanavista ja se on helppo tapa opiskelijoiden olla yhteydessä kv koordinaattoreihin. Vaikka HAAGA-HELIA käyttää sähköpostia, kv palvelut pyrkivät kuitenkin miettimään miten sähköposti toimii juuri heidän viestinnässä. (Holmström, S. 13.8.2014.) Sähköpostiviestit kv koordinaattoreilta ovat muistutusviestejä esimerkiksi orientaatiosta ja ohjeviestejä esimerkiksi mitä papereita vaihdon jälkeen pitää palauttaa. Viestit ovat yleensä kv palveluiden suunnalta massaviestejä ja viestit ovat joskus myös omille koulutusohjelmille, sillä koulutusohjelmilla on omat kv koordinaattorit. (Mertala J. 2.9.2014.) Viestit kv palveluilta ovat ilmoitustyyppisiä viestejä pääosin. (Juholin 2009a, 177.) Opiskelijoilta viestit ovat sekä yleisiin asioihin liittyviä viestejä sekä omaan vaihtoon liittyviä viestejä esimerkiksi omista kurssivalinnoista. Haastatteleman kv koordinaattori sanoi että hänelle tulee keskimäärin 5-10 viestiä viikossa vaihtoon lähteviltä opiskelijoilta ja HAAGA-HELIAN ohjeiden mukaisesti hän vastaa niihin kolmen päivän kuluessa. Kiireellisemmissä asioissa opiskelijoita pyydetään soittamaan. Haastatteleman kv koordinaattori käsittelee sähköpostit niin että jos hän pystyy vastaamaan viestiin kahdessa minuutissa niin hän vastaa siihen heti. Näitä on noin 7-10 viestiä viikossa. Kurssien vaihtamiseen ja muutenkin opintosuunnitelmaan liittyvissä kysymyksissä menee enemmän aikaa. Viestit tulevat yleensä omalle koordinaattorille, mutta ei aina. Kv palvelut ovat mietinneet mahdollisuutta keskistettyihin sähköpostiviesteihin opiskelijoiden kanssa, sillä suurin osa kysymyksistä opiskelijoilta ovat samanlaisia tai sivuavat samoja asioita. Se vähentäisi kv palveluiden työtä jonkin verran. (Mertala J. 2.9.2014.)

MyNet käytetään suurimpana tiedonjako kanavana, josta löytyy kaikki tieto jota vaihtoon lähtevä tarvitsee. MyNet on myös HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun käyttämä viestintäkanava. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu haluaa kaiken tiedon opiskelusta MyNetiin, joten myös kv palveluista on tietoa MyNetissä. (Holmström, S. 13.8.2014.) MyNet on HAAGA-HELIAN päätiedotuskanava samoin sitä ennen toiminut ekstranet. MyNetissä tieto on sellaista mitä opiskelijat tarvitsevat kokoajan. Tiedon-

haun kannalta on pyritty laittamaan tieto kansainvälistymisen- linkin alle ja siitä seuraavaksi opiskelijavaihtoon. Näillä linkeillä on pyritty siihen että ne ovat helposti opiskelijoiden löydettävissä. Käytännön järjestelyt linkki kertoo hyvin sisällöstä, josta löytyy kaikki vaihtoa ennen, aikana ja jälkeen tarvittavat asiat. Oletuksena on että opiskelijat lukevat kaiken tiedon ennen vaihtoon lähtöä. Noin puolitoista vuotta sitten sivut muutuivat kokonaan englanninkieliseksi. Tämä on otettu käyttöön sekä kv palveluiden ajansäästön takia että opiskelijoiden kielitaidon parantamiseksi. Vaihtoon lähtijät haluavat usein lähteä vaihtoon parantaakseen huonoa tai kohtuullista englannin kielentaitoa, joten kv palvelut kokivat että jo valmisteluiden teko englanniksi auttaisi kielitaidon kehitystä heti alussa. Kv palvelut päätyivät myös englanninkielisiin sivuihin siitä syystä että suomen- ja englanninkieliset sivut olivat aikaa vieviä ylläpitää ja koettiin että yksi paikka vähentäisi päivittämisen hankaluutta ja edistäisi työajan parempaa käyttöä. Sivulla on paljon tekstiä ja siinä kv palvelut ajattelevat että vaihtoon lähtijät ovat motivoituneita lähtemään ja siksi motivoituneita lukemaan myös osittain kertovaa tekstiä. MyNet päivitetään noin vuoden välein tekstien osalta. Sisällön osalta tietoa päivitetään sitä mukaan kun se muuttuu. Sivut pyritään pitämään mahdollisimman ajattomina, jotta tietoa ei tarvitsisi jatkuvasti päivittää. MyNet on tiedon jakamisen kanava, kun taas esimerkiksi orientaatioinfo on enemmän valmentamista vaihtoon. (Mertala J. 2.9.2014.)

Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä käytetään opiskelijoiden väliseen vuorovaikutukseen (Mertala J. 2.9.2014). Hernandez (2010) tutkimuksen mukaan 75 % nuorista aikuisista käyttää sosiaalista media ja siksi se on nopea tiedonkulkukanava erityisesti nuorille aikuisille. Kv palveluilla on vaihtoon lähtijöille oma Facebook-ryhmässä, jossa opiskelijat voivat verkostoitua, jakaa tietoa ja kysyä yleisiä kysymyksiä. Toistaiseksi Facebook-ryhmä on ollut opiskelijoiden välistä kanssakäymistä varten. Siellä on mahdollisuus kysyä jo vaihdossa olleilta tietoa ja saada vertaistukea. Ryhmän perustaminen lähti opiskelijoilta saadun palautteen perusteella. Ryhmä on ollut toiminnassa syksystä 2012 lähtien. (Holmström, S. 13.8.2014.) Organisaatiossa on tärkeä sopia kuka päivittää sosiaalisen median kanavaa. (University of Sussex 2014.) Yksi kv koordinaattori ylläpitää Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmää, johon pääasiassa kuuluu jäsenien hyväksymistä ja julkaisujen kommentoimista ja tykkäämistä. Jäseniä ei millään tavalla tarkisteta, mutta jos ilmenee että joku opiskelija alkaa mainostamaan aiheeseen liittymätöntä asiaa, tarkistetaan vaihtoon lähtijöiden listasta onko hän menossa

vaihtoon ja turhat mainokset poistetaan. Erityisesti orientaation jälkeen tulee kysymyksiä orientaatiossa ilmenneistä asioista, kuten milloin Kelaan piti ilmoittaakaan vaihdosta. Ryhmä luotiin alun perin koska se koettiin luonnolliseksi paikaksi kysyä muilta opiskelijoilta ja kv koordinaattoreilta yleisiä kaikkia koskevia kysymyksiä. Juuri Facebook valittiin siksi että puolitoista vuotta sitten Facebook oli suosituin sosiaalisen median kanava ja iso osa vaihtoon lähtijöistä oli siellä. Puolentoista vuoden aikana kv palvelut eivät ole miettineet muita mahdollisia sosiaalisen median kanavia. Alkuun jotkut kv koordinaattoreista vastustivat Facebook-ryhmää ja alkuun ryhmässä olikin koordinaattoreista asiattonta kommenttia, mikä sitten kuitenkin on erittäin harvinaista. Facebook-ryhmää varten ei ole määritelty mitään ajankäyttöä työajasta. Silloin kun Facebook-ryhmä otettiin käyttöön, sovittiin yleisiä periaatteita ja siitä kuka ryhmää ylläpitää (Holmström, S. 13.8.2014). Facebookissa kv palvelut käyvät noin kolme kertaa viikossa. Yleensä myös opiskelijat itse vastaavat toistensa kysymyksiin ja yleensä ne ovat positiivisia ja oikeaa tietoa. Yleisiä linjauksia Facebookin käytöstä ei ole ja esimerkiksi orientaatiosta ei lähetetä muistutusta Facebookin kautta. Yleensä kv palvelut tiedottavat Facebookissa esimerkiksi asuntojen vuokraamisesta tai jos jotkut dokumentit uusitaan. Parhaiten yhteyden saa Facebook-ryhmässä niihin opiskelijoihin jotka ovat tällä hetkellä vaihdossa. (Mertala, J. 2.9.2014.)

Lync-ohjelmaa on joskus mietitty asiakaspalvelun kanavana. Kv palvelut ovat jääneet seuraamaan sitä miten aktiivisesti opiskelijat käyttävät nyt ja tulevaisuudessa Lynciä ja ainakin toistaiseksi haastattelemalleni kv koordinaattorille ei ole tullut kysymyksiä Lyncin kautta. HAAGA-HELIAn sisäisessä viestinnässä Lync on aktiivisessa käytössä. Pelkona on että jos opiskelijat alkaisivat käyttää aktiivisesti Lynciä, niin tulisi liikaa kysymyksiä jo MyNetissä olevasta tiedosta, sillä viestin lähettäminen on tehty niin helpoksi ja tämä vaikuttaisi suoraan kv koordinaattoreiden työaikaan. Viestintäkanavista vastaa kv palveluissa kaksi kansainvälisten asioiden koordinaattoria. Toinen kansainvälisten asioiden koordinaattori päivittää MyNetiä ja Facebook-ryhmää sekä hoitaa ohjaukseen liittyvät tiedot viestintäkanavissa. Toinen kansainvälisten asioiden koordinaattori hoitaa enemmän hakuun liittyvät tiedot. (Mertala J. 2.9.2014.)

3.3 Kohderyhmien tavoittaminen

Yksi osa suunnittelua on kohderyhmien määrittely (Siukosaari 2002, 21). Opiskelijat ovat kv palveluiden asiakkaita, vaikka kv palveluilla onkin muita asiakkaita kuten HAAGA-HELIAN henkilöstö, yhteistyökorkeakoulut ulkomailla sekä muut ulkoiset sidosryhmät (Holmström, S. 13.8.2014). Kv palveluille tärkeää on opiskelijoiden eli asiakkaiden palvelu ja ohjaus sekä tiedotus (Holmström, S. 13.8.2014). Tavoitteena on myös palvella kaikkia tasalaatuisesti. Kv palveluilla ei ole tarkkaan määritelty mitä kanavia missäkin tilanteessa pitäisi käyttää, vaan jokainen valitsee itselle tilanteeseen sopivan kanavan. Haastatteleman kv koordinaattori arvioi että jotkut kv koordinaattorit suosivat erityisesti kasvokkais- ja puhelinviestintää kun taas toiset suosivat sähköpostiviestintää. Kv koordinaattorit järjestävät orientaatiotilaisuuden lisäksi omille opiskelijoille tapaamisia. Näiden sisältö on kv koordinaattoreilla vähän erilainen. (Mertala, J. 2.9.2014.)

4 Tutkimus HAAGA-HELIA:n kansainvälisten palveluiden viestintäkanavista

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön tutkimusmenetelmä ja kuvataan kyselyn suunnittelu ja toteutus. Luvussa käsitellään myös tulosten analysointia.

4.1 Tutkimuksen suunnittelu

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mitä mieltä opiskelijat ovat kansainvälisten palveluiden viestintäkanavista. Tutkija määrittelee perusjoukon ja valitsee tästä joukosta otoksen (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 180). Työn perusjoukko on HAAGA-HELIAsta koskaan vaihtoon lähtenyt opiskelija. Joka vuosi vaihtoon lähtee noin 400 opiskelija eli perusjoukko on noin 3 200 opiskelijaa. Otantamenetelmänä käytetään yksivaiheista ryväsotantaa, jossa esimerkiksi yhdestä koulusta valitaan neljä eri luokkaa otantaan ja tutkitaan niiden luokkien oppilaita. Aineistonkeruussa siis käytetään jo luotuja ryhmiä, kuten koulun luokkia. Yksivaiheinen ryväsotannan etuna on nopeus ja edullisuus, kun ei tarvitse lähteä eri paikkoihin tai ryhmiin tekemään tutkimusta. (Aaltola & Valli 2010, 116.)

Tämän tutkimukseen otokseen päätettiin ottaa 2014 keväällä, 2014 syksyllä ja 2015 keväällä vaihdossa olleet. Otoksen päädyttiin, koska näillä opiskelijoilla on tuoreimmat kokemukset viestintäkanavista. Niistä muodostuu 605 opiskelijan otos. Perussääntönä on että mitä suurempi otos on sitä tarkemmin se edustaa perusjoukon tuloksia (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 180).

4.2 Tutkimusmenetelmien valinta

Opinnäytetyöni on tutkimustyyppinen. Yhtenä aineistokeruumenetelmänä tehtiin kaksi haastattelua viestintäkanavien ja kv palveluiden nykyisestä tilanteesta. Ensimmäinen haastateltava oli kansainvälisten asioiden päällikkö, joka tietää yleisesti kansainvälisistä palveluista. Toinen haastateltava oli kansainvälisten asioiden koordinaattori, jonka päävastuualueena olivat viestintäkanavat. Haastattelujen ja tietoperustan avulla pystyttiin

luomaan tutkimus. Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus on tilastojen ja numeroiden tulkitsemista ja kuvaamista. (Jyväskylän yliopisto 2014). Kvantitatiivinen tutkimus avulla tarkastellaan tutkittavia ulkopuolisen näkökulmasta, kun kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkastellaan sisäpiirin tarkkailijan näkökulmasta (Aaltola & Valli 2010, 19). Kvantitatiivisessa tutkimuksessa päätetään jo hyvissä ajoin tutkimusongelmat ja tutkimusmenetelmät (Aaltola & Valli 2010, 22). Tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tutkimusta, koska sillä pystytään saamaan tietoa sujuvammin isolta otokselta. Kvalitatiivinen tutkimus päätettiin jättää tutkimuksesta pois, sillä sen avulla ei saada kaikkien vaihtoon lähtijöiden mielipidettä eli kokonaiskuva. Toimeksiantaja halusi saada myös mahdollisimman monen opiskelijan mielipiteen, siksi päädyimme kvantitatiiviseen menetelmään. Menetelmän valintaan vaikuttaa se minkälaista tietoa etsitään ja keneltä ja mistä sitä etsitään. Kun on tarkoitus selvittää mitä ihmiset ajattelevat, tuntevat, uskovat tai kokevat, käytetään kyselylomakkeita, haastatteluja tai asenneskaaloja. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 184–185.) Kysely on survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä. Kyselytutkimuksen etuna on että siinä voi kerätä laajan tutkimusaineiston. Mahdollisuus on kysyä monia kysymyksiä, usealta ihmiseltä. Kyselyn heikkoutena pidetään sitä että aineisto voi jäädä pinnalliseksi.

Kyselyä on kahta muotoa: posti- ja verkkokysely sekä kontrolloitu kysely. Posti- ja verkkokyselyssä lomake lähetetään tutkittaville. Suurimpana ongelmana tällaisissa kyselyissä on kato. Usein tutkija joutuu muistuttamaan kyselyn vastaamisesta eli karhumaan lomakkeita. Kontrolloitua kyselyä on kahdenlaista: informoitu kysely ja henkilökohtaisesti tarkistettu kysely. Informoitu kysely tarkoittaa että tutkija jakaa henkilökohtaisesti lomakkeet tutkittaville. Henkilökohtaisesti tarkistettu kysely lähetetään postitse, mutta lomakkeet kerätään henkilökohtaisesti. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 193–197.) Tutkimuksessa on käytetty verkkokyselyä. Paperiversio suljettiin heti pois, sillä tällaiselle otokselle vastausten käsittely ja kerääminen on helpompaa ja nykyaikaisempaa verkossa. Kyselylomakkeet keräävät tietoa esimerkiksi ihmisten arvoista, tiedoista tai mielipiteistä (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 197).

4.3 Kyselyn laatiminen ja toteutus

Kysely toteutettiin Webropol-kyselyn avulla, sillä sen avulla pystyy tavoittamaan kohde-ryhmän helposti ja ilmaiseksi. Tämä ohjelma oli myös saatavilla HAAGA-HELIAN kautta. Verkkokyselyyn vastaaminen sujuu nopeasti ja sillä pyritään samaan mahdollisimman moni vastaamaan. Verkkokysely sopii hyvin tähän kohderyhmään eli opiskelijoille. Kyselyjä tulee niin paljon että voi olla vaikea suostutella tutkimushenkilöt tekemään kyselyä. Tutkimuksen aihe, lomakkeen laadinta ja kysymysten tarkka suunnittelu vaikuttavat vastaamiseen. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 198.) Kyselylomake aloitetaan yleensä taustakysymyksillä esimerkiksi kysymykset liittyen sukupuoleen ja ikään (Aaltola & Valli 2010, 105). Kysymyksiä voi muotoilla eri tavalla. Kolme tavallisinta muotoa ovat: avoimet kysymykset, monivalintakysymykset sekä asteikkoihin perustuvat kysymykset. Avoimet kysymykset ovat sellaisia mihin jätetään tyhjä tila vastukselle. Monivalintakysymykset ovat sellaisia missä on laadittu valmiiksi numeroidut vastausvaihtoehdot. Vastaaaja merkitsee rastin tai ympyröi valmiin vastausvaihtoehdon tai useamman vastausvaihtoehdon. Näiden kahden kysymyksen välimuoto tarkoittaa sellaista kysymystä missä on vastausvaihtoehdot, mutta viimeiseen vastausvaihtoehtoon kuuluu myös avoin kysymys. Asteikkoon perustuva kysymys tarkoittaa sellaista kysymystä missä esitetään väittämiä ja vastaaaja valitsee sen miten eri tai samaa mieltä hän on väitteen kanssa. Avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden sanoa mitä hän oikeastaan ajattelee asiasta. Avoimia kysymyksiä voi toisaalta olla hankala käsitellä, sillä vastaukset voivat olla hyvin erilaisia. Monivalintakysymykset sitovat vastaajan tiettyihin valmiiksi laadittuihin vaihtoehtoihin. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 198–201.)

Kyselyn alussa on 4 taustakysymystä. Niissä selvitettiin opiskelijoiden sukupuolta, koulutusohjelmaa ja toimipistettä sekä vaihdossa olo aikaa. Kv palvelut kokivat nämä kiinnostavimmiksi taustatiedoiksi. Eri koulutusohjelmista tulee varmasti eri määrä vastanneita, sillä jokaisesta koulutusohjelmasta ei lähde saman verran ihmisiä vaihtoon. Esimerkiksi liiketaloutta voi opiskella neljässä eri toimipisteessä kun journalismia voi opiskella vain yhdessä. Eniten vaihtoon lähtee liiketalouden ja johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmista. Iän kysyminen päätettiin jättää pois, koska joillekin voi olla kynnys vastata kyselyyn ja sen ei oletettu vaikuttavan vastauksiin. Sillä otokseen oli valittu 2014 keväällä, 2014 syksyllä ja 2015 keväällä vaihdossa olevat, niin nämä toimivat

suoraan vaihtoehtoina, mutta vaihtoehtoihin lisättiin myös 2014 syksyllä ja 2015 keväällä, sillä jotkut opiskelijat saattavat olla vuoden vaihdossa.

Lomakkeessa on lisäksi 14 kysymystä, joista 11 on monivalintakysymyksiä ja kaksi asteikkoon perustuvia kysymyksiä. Yksi kysymyksistä on avoin kysymys. Pidin monivalinta- ja asteikkokysymyksiä helpoimpina vastata ja näin myös vastausprosentti olisi parempi. Asteikkokysymyksissä käytän 4-portaista asteikkoa, sillä halusin että joukosta erottuisi ääripäät. Ensimmäisessä asteikkokysymyksessä on asteikkona 1-4 (1= täysin eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 3= jokseenkin samaa mieltä, 4= täysin samaa mieltä). Toisessa asteikkokysymyksessä vaihtoehdot ovat 1-4 (1= hyödyllinen, 2= jokseenkin hyödyllinen 3= jokseenkin hyödytön, 4= hyödytön). Muutama kysymys on myös monivalinnan ja avoimen kysymyksen välimuoto eli valmiiden vastausvaihtoehtojen jälkeen esitetään avoin kysymys. Niiden tarkoituksena on selvittää jos monivalintakysymyksistä on jäänyt joku vastausvaihtoehto huomioimatta. Viimeinen kysymys on avoin kysymys, joka tarjoaa mahdollisuuden kommentoida viestintäkanavia. Kaikki muut kysymykset olivat pakollisia paitsi viimeinen avoin kysymys. Vastaajille tarjotaan myös vaihtoehtoa: en ole käyttänyt viestintäkanavaa. En osaa sanoa vaihtoehto päätettiin jättää pois, sillä monet saattavat turvautua tähän vaihtoehtoon, kun he ovat epävarmoja mikä parhaiten kuvaa omaa mielipidettä. Tämä vaihtoehto ei olisi auttanut kv palveluita kehittämään viestintäkanaviaan.

Kysely perustuu tietoperustaan sekä tutkimuskysymyksiin. Taustatietojen jälkeen kysytään kolme kysymystä viestintäkanavista. Näihin kaikkiin oli samat vastausvaihtoehdot: MyNet, Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä, tapaamiset kv koordinaattorin kanssa sekä sähköposti ja lopuksi vielä avoimen ja monivalintakysymyksen välimuoto eli ”joku muu, mikä?”. Ensimmäinen kysymys on mitä kanavaa käyttää ensimmäisenä. Valitsevatko opiskelijat mahdollisesti ensimmäisenä epävirallisen vai virallisen viestintäkanavan. Epävirallinen kanava on keskustelelevampi ja virallinen kanava on taas suunniteltua viestintää (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 53). Epävirallinen kanava on esimerkiksi Facebook-ryhmä ja virallinen kanava on esimerkiksi MyNet.

Seuraava kysymys on mitä viestintäkanavaa käyttää mieluiten. Tämä vastasi tutkimuskysymykseen: miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita. Viestintä välineitä on erilaisia ja ne muuttuvat jatkuvasti. Teknologian myötä kirjallista viestintää on käytössä enemmän. (Juholin 2009a, 97.) Suositaanko enemmän siis kirjallista vai suullista viestintää.

Kolmas kysymys on mitä kanavaa käytetään eniten. Kv palveluilta tuli pyyntö lisätä tämä kysymys. Kv palveluiden oletus oli että vaihtoon lähtijät käyttävät ensimmäisenä ja eniten MyNetiä (Mertala, J. 2.9.2014.) Onko rikkain viestintäkanava eniten käytössä? Rikkaan kanavan etuna ovat vihjeet, luonnollinen kielen käyttö, henkilökohtaisuus ja palaute (Daft ym. mukaan teoksessa Åberg 2000, 218). Tapaamiset ovat kv palveluiden rikkain kanava.

Neljäs kysymys on miten vaihto-opiskelijat käyttävät viestintäkanavia. Viestintäkanavina olivat MyNet, Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä, sähköposti ja henkilökohtaiset tapaamiset. Tarkoituksena oli vastata yksi väittämä per viestintäkanava. Tällä kysymyksellä haetaan vastausta tutkimuskysymyksiin: miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita ja miten helposti tieto on löydettävissä. Kysymyksessä haetaan myös sitä käyttävätkö vaihtoon lähtijät näitä kanavia vai eivät. Osa väittämistä perustuu kv palveluiden oletukseen, että MyNetin opiskelijavaihtosivut luetaan läpi heti kun on valittu vaihtoon, MyNetiä käytetään ensimmäisenä tiedonhaussa ja että heidän lähettämät sähköpostit luetaan (Mertala, J. 2.9.2014). Pyrin tuomaan myös eri kanavien käytön eri variaatiota, esimerkiksi tapaamisia voi sopia tai käydä vastaanottoaikana tai käydä vain pakollisissa tapaamisissa. Sähköpostiin pyrin tuomaan esille sen luetaanko viestejä tai lähetetäänkö niitä. Sähköposteja on helppo lähettää ajasta ja paikasta riippumatta ja sisältö voi olla vapaamuotoisempaa. Jakelulistojen avulla on helppo lähettää myös massaviestejä. (Åberg 2006, 115.) Ongelmana voi olla että kaikki eivät lue sähköpostiaan (Siukosaari 2002, 119). Facebookiin liittyvät väittämät koskevat sitä kommentoiko ihmiset toisten julkaisuja tai esittävätkö he omia kysymyksiä. Vaihtoehtona oli myös: en ole mukana Facebook-ryhmässä. Facebookissa kommentointi on tehty helpoksi ja siksi useampi kirjoittaa sinne (Kortesuo 2014, 56). Tapaamisten osalta kysyn käyvät opiskelijat pelkästään pakollisissa tapaamisissa vai käyvätkö he myös vastaanottoaikana tai sopiiko opiskelija erikseen tapaamisajan.

Viides kysymys on mikä kuvaa parhaiten tiedonhakuasi vaihtoa koskien. Tällä kysymyksellä pyritään selvittämään palvelun laatua sekä osittain tiedon löydettävyyttä. Vaihtoehdot perustuivat kv palveluiden oletuksiin, joiden mukaan opiskelijat käyttävät MyNetiä, orientaatiotilaisuutta, sähköpostia sekä tapaamisia ja vastaanottoaikoja (Holmström, S. 13.8.2014). Loput vaihtoehdot olivat niitä opiskelijoita varten, jotka käyttivät vain jotain näistä kv palveluiden oletuksista. Oletuksena on että 95 % opiskelijoista käyttää internetiä tiedonhaussa. Tiedonhaku on muuttunut viimeisten vuosien aikana erityisesti opiskelijoiden keskuudessa. (Buchanan ym. 2014.) Vapaa-ajalla opiskelijat käyttävät sosiaalista mediaa tiedon haun lähteenä 70 % (Eisenberg & Head 2011).

Kuudes kysymys on asteikkokysymys. Tarkoituksena on arvioida eri viestintäkanavia väittämien avulla. Tämä on 4-portainen asteikkokysymys. Jokaisesta viestintäkanavasta esitetään kaksi väittämää kanavien käytettävyydestä ja tarpeellisuudesta. Sähköpostin osalta laitoin väittämiksi: sähköpostiviestejä tulee liikaa ja sähköpostiviestit ovat tarpeellisia. Sähköposteja saatetaan lähettää turhan monelle (Åberg 2006, 116). Sähköpostiviestinnän teho ja saatavuus on laskenut, kun viestejä tulee liikaa (Juholin 2009a, 178). Tapaamisien osalta laitoin väitteet: tapaamisten sopiminen on helppoa ja sujuvaa ja lähetän mieluummin sähköpostin tai soitan kun tulen vastaanottoaikana. Henkilökohtaiset tapaamiset ovat erittäin tärkeitä organisaatioviestinnässä (Åberg 2000, 217). Tapaamisien järjestely voi olla aikaa vievää (Colvin-Smith 2014). MyNetin väittämät ovat: MyNetin vaihtosivustot ovat helppokäyttöisiä ja MyNetin vaihtosivustosta sisällön löytäminen on helppoa. Joissain organisaatioissa intranet on ainut tapa saada tietoa ajasta ja paikasta riippumatta (Juholin 2009a, 266). Facebook-ryhmään liittyvät väittämät ovat: Outgoing Exchange Students FB ryhmässä saa vastauksia kysymyksiin ja Outgoing Exchange Students FB ryhmässä on mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa muiden vaihto-opiskelijoiden ja kansainvälisten palveluiden kanssa. Ryhmät luodaan yhteisestä kiinnostuksesta ja tietoa on mahdollista jakaa sitä kautta (University of Sussex 2014). Tämän kysymyksen tarkoitus on vastata kolmeen tutkimuskysymykseeni, miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita, miten helposti tieto on löydettävissä ja miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat.

Seuraavat kysymykset liittyvät jokainen ainoastaan yhteen tiettyyn kanavaan. Seitsemäs kysymys on missä tilanteessa opiskelija sopii erikseen tapaamisen kv koordinaattorin kanssa. Tarkoituksena tässä kysymyksessä on selvittää vastaus tutkimuskysymykseen, miten selvää viestintäkanavien valinta on opiskelijoille. Vaihtoehdot olivat suoraan haastattelussa ilmenneet asiat, mutta viimeisenä oli taas vaihtoehto ”joku muu, mikä?”.

Kahdeksas kysymys liittyi siihen kun kv palvelut siirtyivät noin kaksi vuotta sitten pelkkiin englanninkielisiin sivuihin. Tarkoituksena on selvittää, Mitä mieltä olet MyNetissä englanninkielisistä opiskelijavaihtosivuista. Englanninkielinen kysely oli muuten identtinen käännös suomenkieliseen kyselyyn, mutta tämä kysymys päätettiin jättää pois. Tämä koettiin turhaksi kysymykseksi, sillä sitä pidettiin todennäköisenä, että englanninkieliseen kyselyyn vastanneet eivät osaa suomea eivätkä siksi kaipaisi suomenkielisiä sivustoja.

Yhdeksäs kysymys on mitä tietoa kaipasit sähköpostitse kansainvälisiltä palveluilta ja kymmenes kysymys on miten kansainvälisten palveluiden pitäisi viestiä Facebookissa, jotta se auttaisi sinua. Tarkoituksena oli selvittää mitä tietoa opiskelijat haluaisivat sähköpostin ja Facebook-ryhmän kautta. Osa vaihtoehdoista ilmeni kv palveluiden haastatteluissa. Sähköpostin alkuperäinen idea on ehkä kadonnut suurien sähköposti määrien ja roskapostien takia, näin viestinnän teho laskee ja tiedon saatavuus kärsii. (Juholin 2009a, 178.) Tätä pyritään selvittämään kysymyksellä yhdeksän. Kysymyksessä kymmenen pyritään selvittämään miten sosiaalisen median aktiivisempi käyttö saattaisi muuttaa opiskelijoiden tarvetta esimerkiksi Facebook-ryhmässä. Vuorovaikutteisuus ja jatkuva palaute vaikuttavat siihen mitä kanavaa pitäisi käyttää (Linton 2014). Tutkimuskysymys tähän kysymykseen liittyen oli miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat.

Yhdestoista kysymys liittyy myös sosiaaliseen mediaan. Kysymys on pitäisikö kansainvälisten palveluiden käyttää viestinnässä muita sosiaalisen median kanavia kuin Facebookia. 75 % opiskelijoista käyttää sosiaalisen median palveluja (Hernandez 2010). Sisäiset verkostot muodostuvat spontaanisesti tai tarkoituksen mukaan samoista asioista kiinnostuneiden välille (Juholin 2013, 218). Myös kv palvelut voivat muodostaa ryhmiä tarpeen mukaan esimerkiksi Twitteriin. Tämä kysymykseen liittyy tutkimuskysymys miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat.

Kahdestoista kysymys on miten hyödyllisiä seuraavat viestintäkanavat ovat. Tämä on 4-portainen asteikkokysymys. Tällä kysymyksellä pyritään selvittämään viestintäkanavan tarpeellisuutta ja mahdollista tyytyväisyyttä palveluun. Onko välilliset vai välittömät kanavat suositumpia. Välittömät kanavat ovat vuorovaikutteisia (Siukosaari 2002, 92). Välilliset kanavat toimivat välineen avulla (Siukosaari 2002, 104). Tutkimuskysymyksenä tässä oli miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita.

Kolmastoista kysymys on yleisempi kysymys: kansainvälisten palveluiden viestintä toimii mielestäni. Tässä kysymyksessä on annettu muutama väittämä. Kysymyksellä pyritään selvittämään miten helposti tieto on löydettävissä ja miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat. Mahdollisuus on myös kertoa miten vuorovaikutteisuutta ja tiedon löydettävyyttä voitaisiin kehittää. Tämän kysymyksen taustalla oli myös yksi organisaatioviestinnän haasteista. Tietovarastot ja verkot ovat organisaatioviestinnän haaste, sillä tieto ei ole välttämättä ajan tasalla tai tieto voi olla vaikeasti löydettävissä. Tieto voi myös olla hajautettu useaan eri paikkaan. (Åberg 2006, 112.) Tässä kysymyksessä siis on tarkoitus selvittää onko tieto helposti löydettävissä. Nykyään tieto on myös enemmän saatavilla internetin kautta, mutta onko sitä helpompi löytää (Buchanan ym. 2012). Viimeisessä kysymyksessä pyydettiin kommentoimaan viestintäkanavia vapaasti avoin kysymyksen muodossa. Tämä ei ollut pakollinen kysymys.

Kyselylomake pitää kokeilla ennen sen lähettämistä eteenpäin. Lomakkeen pitäisi näyttää helposti täytettävältä ja avovastauksille pitää olla tarpeeksi tilaa. Kyselyn saatteessa on tärkeä kertoa vastaajalle kyselyn merkitys. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 204.) Kyselylomakkeen kysymykset suunniteltiin yhdessä kv palveluiden kanssa. Tavoitteena on selvittää opiskelijavaihtoon lähtevien HAAGA-HELIAN opiskelijoiden näkemystä koulun kansainvälisten palveluiden viestintäkanaviin. Kysymykset pyrittiin laatimaan niin että niiden avulla saataisiin vastaukset seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Miten selvää viestintäkanavien valinta on opiskelijalle?
2. Miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita?
3. Miten helposti opiskelija löytää tarvitsemansa tiedon?
4. Miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat?

Kyselylomake pyrittiin suunnittelemaan niin että se olisi vastaajalle mahdollisimman helppo ja nopea vastata. Kysymysten ja vastausvaihtoehtojen haluttiin olevan mahdollisimman helppoja ymmärtää ja selkeitä. Ennen kyselyn lähettämistä kyselyn ymmärrettävyyttä ja toimivuutta kokeiltiin muutamalle opiskelijalle. Toimeksiantaja antoi palautetta kyselystä ennen sen lähettämistä. Olin itse ajatellut kyselyn tekemistä myös englanniksi, mutta prosessin aikana unohdin sen. Tämä tuli mieleen siitä että monet koulutusohjelmat ovat HAAGA-HELIAssa tarjolla englanniksi ja osa vaihtoon lähtijöistä eivät osaa suomea. Toimeksiantajalta tuli englanninkielinen kysely myös mieleen, mutta vasta kun suomenkielistä kyselyä oltiin hiomassa. Päätin että tärkeintä olisi että mahdollisimman monella olisi mahdollisuus tehdä kysely, joten tein käännöksen suoraan suomenkielisestä kyselystä. Kysely löytyy suomeksi liitteestä 3 ja englanniksi liitteestä 4. Suomenkielisen kyselyn avulla pyrittiin saamaan enemmän vastauksia, sillä osa vastaa mieluummin omalla äidinkielellään.

Valitulle otokselle lähetettiin kv palveluiden kautta Webropol-kyselyn avoin linkki sähköpostitse 3.10.2014. Sähköpostiin kirjoitettiin saatekirje, jolla pyrittiin esittelemään tutkimuksen tarkoitus ja syy vastata kyselyyn. Saatekirjeessä myös vakuutettiin vastaajien anonymiteetti ja vastausten luottamuksellinen käsittely. Kysely koettiin hyväksi lähettää sen jälkeen kuin myös syksyllä vaihtoon hakeneet ovat valittu mahdollisesti kevääksi 2015, näin otokseen saatiin kaikki 2015 keväällä vaihtoon lähtijät. Elokuussa koulu ei ollut vielä alkanut, joten kyselyä ei koettu hyväksi lähettää silloin. Joulukuussa keväällä 2015 vaihtoon lähtevät valmistautuvat vaihtoon ja 2014 syksyllä vaihdossa olevat ovat valmistautumassa Suomeen paluuta. Syyskuu, lokakuu ja marraskuu koettiin kaikki yhtä hyväksi vaihtoehtoiksi. Ajankohdaksi valittiin siis lokakuun alku. Vastausaikaa kyselyyn annettiin reilu viikko, 3.10.–13.10.2014. Otokselle lähetettiin muistutusviesti 11.10, jossa pyydettiin niitä vastaamaan jotka eivät olleet vielä ehtineet ja kiitettiin niitä jotka olivat jo vastanneet.

4.4 Tulosten analysointi

Toin kaikki tulokset Webropolista Exceliin, jossa analysoin tulokset. Muutin kuvioiden ulkoasua yhtenäiseksi. Joidenkin kysymysten kohdalla muutin taulukon muotoa selkeyttämään vastauksia, mutta sain myös hyödynnettyä suoraan Webropolista tuotuja taulukoita. Esittelen suomenkielisen kyselyn tulokset ja englanninkielisen kyselyn tulokset yhdessä, sillä kyselyiden tarkoituksena ei ollut selvittää miten näiden kahden kyselyn tulokset erosivat. Asteikkokysymyksissä laskin keskiarvot uudestaan, sillä yhdistin kahden kyselyn tulokset. Asteikkokysymyksissä oli laskettu myös ”en ole käyttänyt”, jätin sen keskiarvosta pois. Kuvioita on laitettu tulosten tueksi selkeyttämään ja vertailemaan tuloksia. Käytän tuloksissa vastausprosentteja ja keskiarvoja. Tarkat luvut löytyvät kysymystä koskevasta kuviosta.

5 Tutkimustulokset

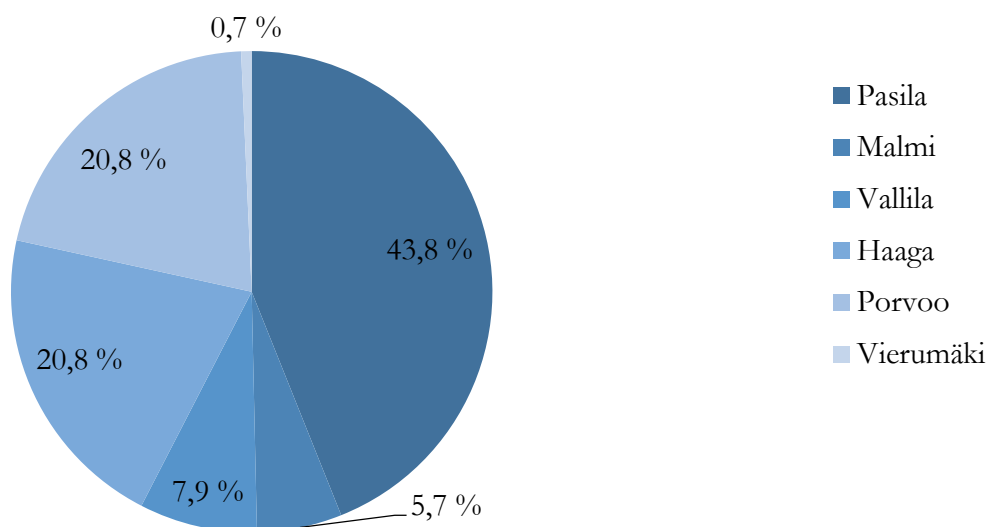
Tässä luvussa esitellään tutkimustulokset. Ensin esitellään taustatietojen tulokset ja sen jälkeen kysymykset tutkimuskysymyksittäin. Lopuksi teen yhteenvedon kysymyksistä ja mitä vastauksia ne antavat taustakysymyksiin.

5.1 Vaihdoissa-olleiden opiskelijoiden taustatiedot

Vastauksia kyselyyn tuli 139. Vastausprosentti oli 23 eli kohtalainen. Kv palveluiden mukaan heidän palautekyselyihinsä vastaa yleensä 10 - 50 % vaihto-opiskelijoista. Vastajista enemmistö oli naisia (83 %) ja loput miehiä (17 %). Kyselyssä enemmistö vastaajista (33 %) opiskelee liiketalouden koulutusohjelmassa ja johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa (11,5 %). Joistakin koulutusohjelmista vastasi vain muutama opiskelija. Joistakin koulutusohjelmista ei vastannut kukaan opiskelija.

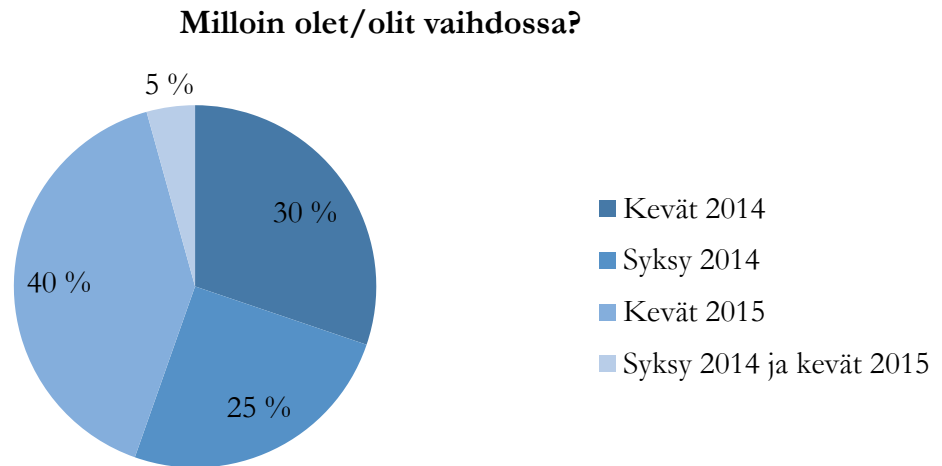
Koulutusohjelman lisäksi vaihtoon lähtijöiltä kysyttiin missä toimipisteessä he opiskelevat ja milloin heidän vaihto oli tai on. Suurin osa vastanneista opiskelijoista opiskelee Pasilan toimipisteessä (43,8 %). Haagan ja Porvoon toimipisteistä tuli yhtä monta vastausta (20,8 %). Vähiten vastaajista oli Vierumäen toimipisteestä. Tarkemmat luvut näkyvät kuviossa 1.

Missä toimipisteessä opiskelet?



Kuvio 1. Toimipisteet, joissa vaihtoon lähteneet opiskelevat

Sain vastauksia kolmesta vaihtoaikankohdasta tasaisesti. Eniten vastaajista lähtee vaihtoon keväällä 2015. Syksyllä 2014 ja keväällä 2014 vaihdossa olleista vastasi lähes yhtä paljon opiskelijoita. Tarkat luvut näkyvät kuviossa 2.



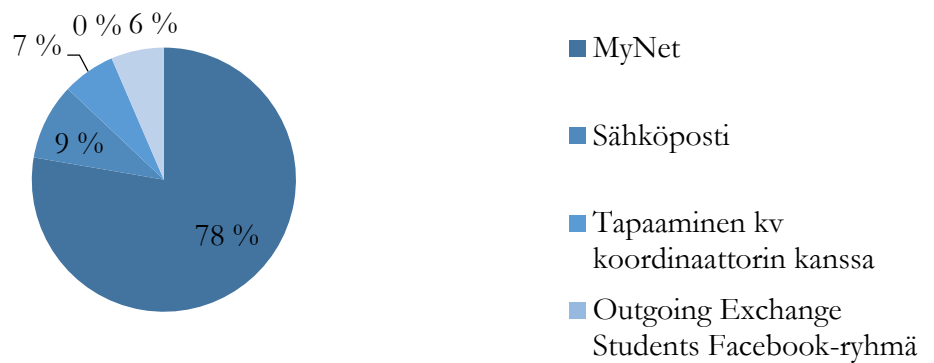
Kuvio 2. Vaihdossa olo-aika.

5.2 Viestintäkanavien valinta

Suurin osa vastaajista käyttää ensimmäisenä tiedonhaussa MyNetiä (87,7 %). Vain osa opiskelijoista käyttää ensimmäisenä tapaamisia kv koordinaattorin kanssa (7,2 %) tai sähköpostia (1,4 %). Kukaan ei käytä ensimmäisenä Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmää. Jotkut opiskelijat olivat myös valinneet joku muu -kohdan (3,5 %). He käyttivät ensimmäisenä tiedonhaussa vaihtokoulun kotisivuja, aikaisemmin vaihdossa olleita, internetiä ja oman koulutusohjelman opinnonohjaajaa.

Suurin osa käyttää eniten myös MyNetiä (78 %). Vastaajista osa vastasi myös joku muu. Nämä vastaajat etsivät eniten tietoa vaihtokoulunsivuilta, kohdemaassa olleilta vaihto-oppilailta ja HAAGA-HELIAan tulleilta vaihto-oppilailta. Näiden kahden kysymyksen avulla näyttäisi siltä että viestintäkanavien valinta on selvää, sillä kv palvelut toivovatkin että suurin osa opiskelijoista käyttää pääosin MyNetiä. Tarkemmat vastaukset löytyvät kuviosta 3.

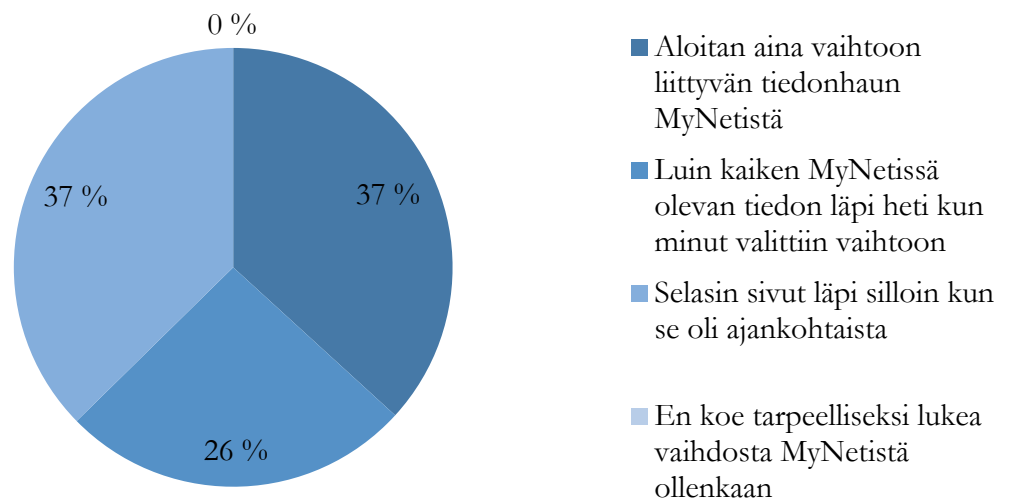
Mitä seuraavista kanavista käytät eniten etsiessäsi tietoa vaihtoasi varten?



Kuvio 3. Eniten käytetty viestintäkanava.

MyNetiin liittyvissä väittämässä suurin osa vastaajista sanoi että sivuja luetaan silloin kun se on ajankohtaista. Melkein saman verran oli vastattu että tiedonhaku aloitetaan MyNetistä. MyNetin käytössä näkyi se että vastaajat lukivat sivut jossain vaiheessa eli kukaan ei laittanut että ei käytä ollenkaan MyNetiä. Tarkemmat luvut löytyvät kuvioista 4.

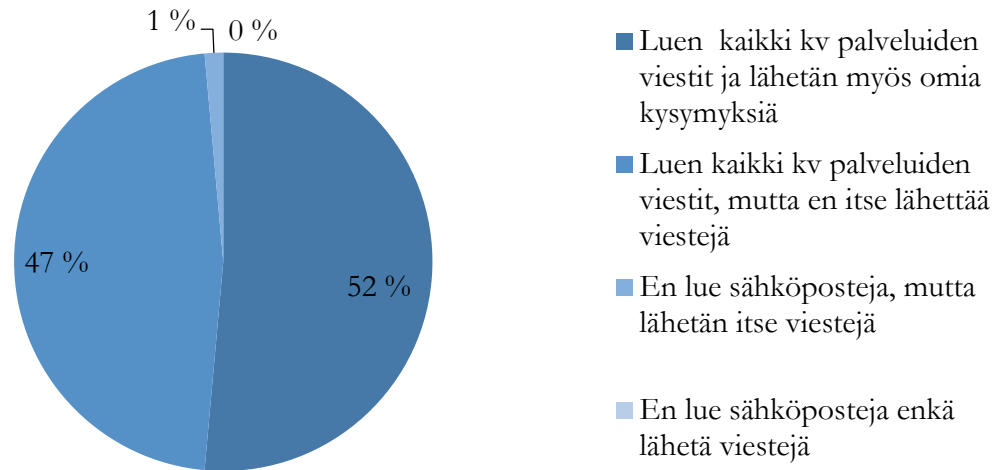
MyNet



Kuvio 4. MyNetin käyttö.

Seuraavaksi väitteet liittyivät sähköpostiin. Suurin osa vastaajista lähettää itse sähköpostia ja lukee kaikki sähköpostit, jotka he saavat (52 %). Kaikki vastaajat joko lukivat sähköpostit kv palveluilta tai lähettivät itse viestejä. Tarkemmat luvut näkyvät kuviossa 5.

Sähköposti

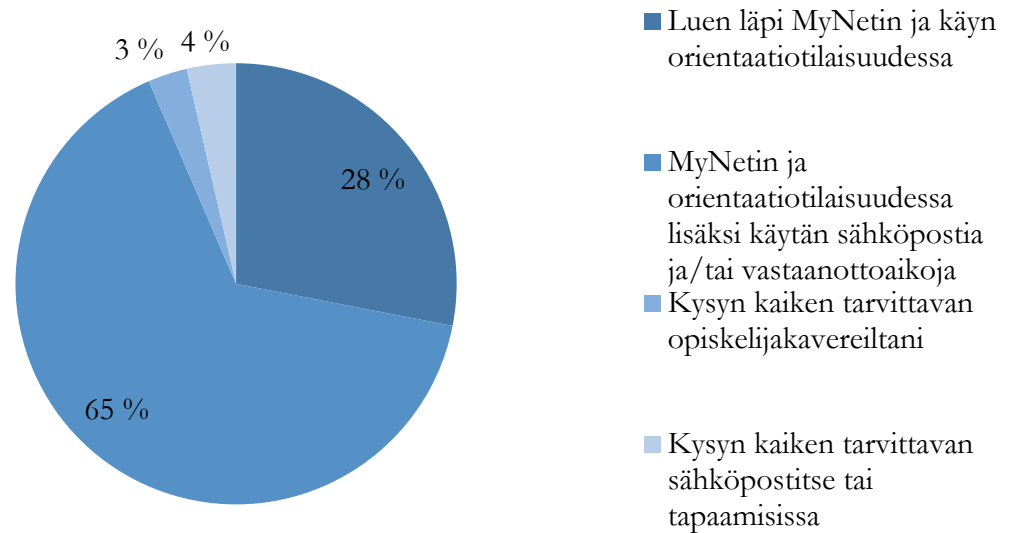


Kuvio 5. Sähköpostin käyttö.

Seuraavat väitteet liittyivät tapaamisiin kv koordinaattorin kanssa. Eniten vastanneista sanoi että he käyvät pakollisissa tapaamisissa esimerkiksi orientaatiotilaisuudessa sekä käyvät vastaanottoaikana (36,4 %). Melkein saman verran vastanneista käy pakollisissa tapaamisissa sekä sopii kv koordinaattorin kanssa tapaamisia (31,1 %). Tästä huomaa sen että suurin osa tarvitsee pakollisten tapaamisten lisäksi yksilötapaamisia. Viimeksi väitteet liittyivät HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmään. Yli puolet opiskelijoista ei ole mukana Facebook-ryhmässä (54,3 %) ja vähän alle puolet eivät kommentoi toisten julkaisuja eivätkö esitä kysymyksiä ryhmässä (40,5 %). Facebook-ryhmän väitteistä huomaa sen että suurin osa ei käytä Facebook-ryhmää.

Tiedonhaussa suurin osa vastaajista käyttää MyNetiä, orientaatiotilaisuutta sekä sähköpostia ja vastaanottoaikoja yhteisesti (65 %). Tästä näkee sen että kaikki viestintäkanavat paitsi Facebook-ryhmä ovat suurimman osan käytössä. Tarkemmat tiedot näkyvät kuviosta 6.

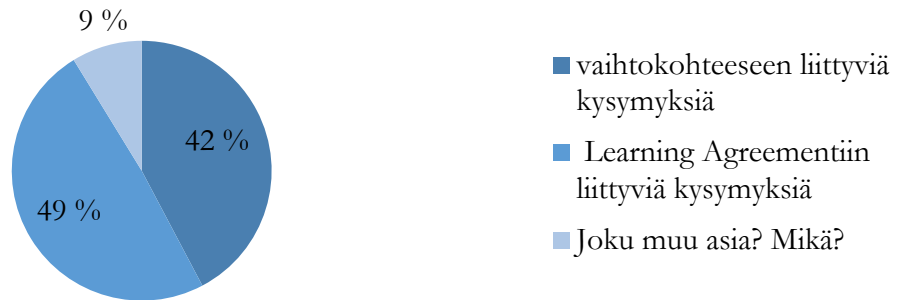
Mikä kuvaa parhaiten tiedonhakuasi vaihtoa koskien?



Kuvio 6. Tiedonhaku vaihtoa varten.

Suurin osa opiskelijoista sopii tapaamisen erikseen, jos hänellä on kysyttävää Learning Agreementistä, mutta melkein yhtä moni opiskelija sopii tapaamisen kun kysymykset liittyvät juuri omaan vaihtokohteeseen. Moni opiskelija vastasi myös joku muu asia. Nämä opiskelijat sanoivat sopivansa tapaamisen erikseen kun heillä on kysymyksiä kurssien hyväksi luvusta, HAAGA-HELLIAssa vielä suoritettavista kursseista, kurssivaihtokohteesta ja apurahasta. Tässä kysymyksessä ilmeni se että opiskelijat sopivat hyvin erilaisissa tilanteissa tapaamisen, mutta erityisesti omiin opintoihin tai vaihtokohteeseen liittyvissä tilanteissa. Tässä kysymyksessä näkyy se että kv palveluiden oletus siitä että Learning Agreementin sekä vaihtokohteeseen liittyvissä kysymyksissä sovitaan eniten tapaamisia (Mertala, J. 2.9.2014). Tarkemmat luvut löytyvät kuvioista 7.

Missä tilanteessa sovit kansainvälisten asioiden koordinaattorin kanssa erikseen henkilökohtaisen tapaamisen?

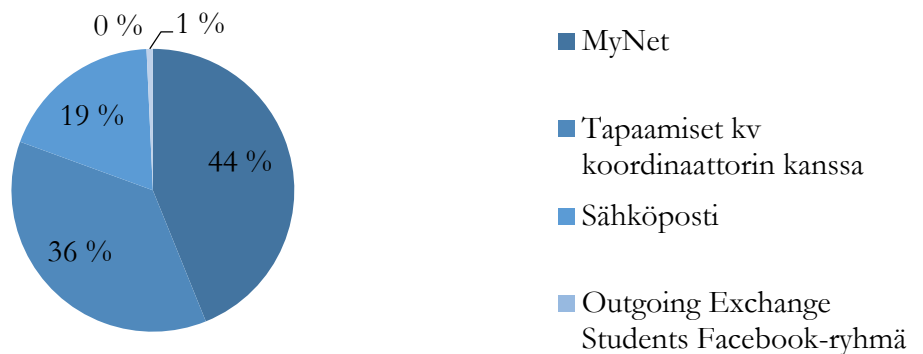


Kuvio 7. Tapaamisten sopiminen erikseen.

5.3 Palvelu viestintäkanavien kautta

Suurin osa vastaajista piti MyNetiä (44 %) ja tapaamisia kv koordinaattorin kanssa (36 %) mieluisimpina kanavina. Tässä näkyy se että tapaamisten merkitys ei katoa koskaan, vaikka tekniikka kehittyy ja ihmiset käyttävät paljon enemmän internetiä. Tarkemmat luvut löytyvät kuviosta 8.

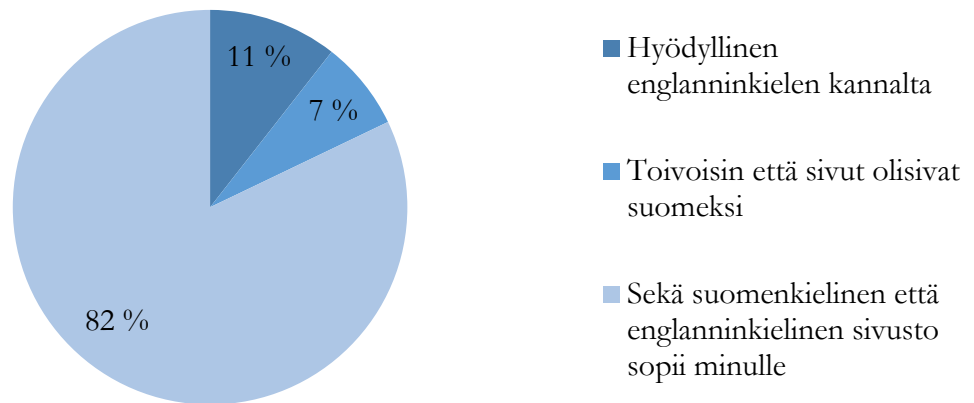
Minusta mieluisimmat kanavat saada tietoa ja olla vuorovaikutuksessa kansainvälisiin palveluihin on.



Kuvio 8. Mieluisimmat kanavat saada tietoa ja olla vuorovaikutuksessa kv palveluihin.

Suurin osa piti suomenkielistä ja englanninkielistä sivustoa parhaimpana vaihtoehtona (82 %). Tämä näyttäisi toimivan hyvin tällä hetkellä. Ketään ei siis haittaa että sivut ovat pelkästään englanniksi. Tarkemmat luvut löytyvät kuviosta 9.

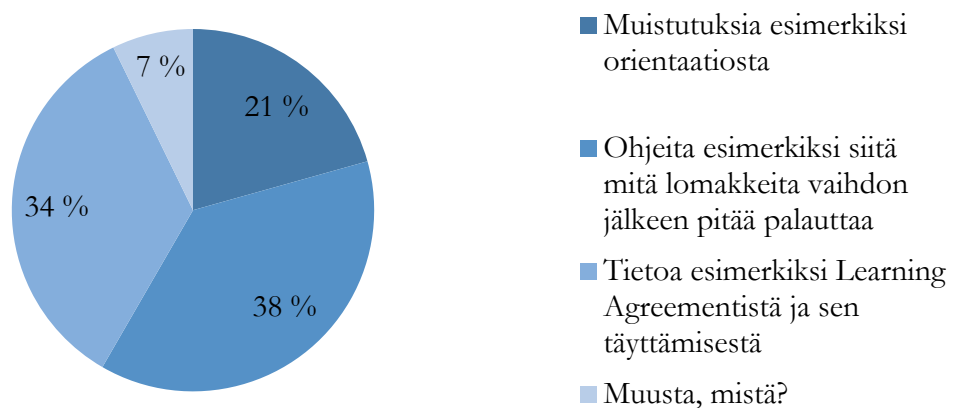
Mitä mieltä olet MyNetissä englanninkielisistä opiskelijavaihtosivuista?



Kuvio 9. MyNetin opiskelijavaihtosivustot englanniksi.

Suurin osa opiskelijoista haluaisi sähköpostitse ohjeita siitä mitä lomakkeita pitää vaihdon jälkeen palauttaa (38 %) sekä Learning Agreementistä ja sen täyttämisestä (34 %). Tässä näkyy selvästi että palvelu toimii hyvin sellaisena kun se on tälläkin hetkellä. Tarkemmat luvut löytyvät kuvioista 10.

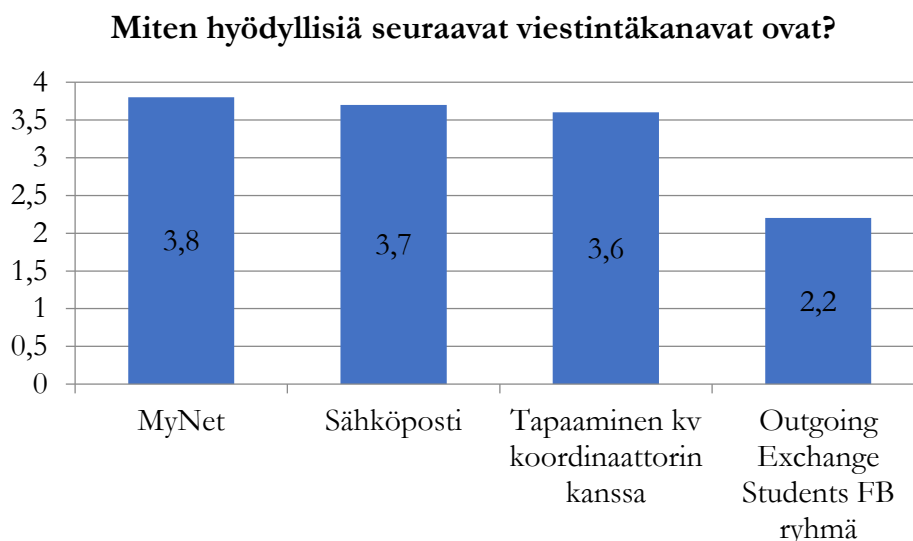
Mitä tietoa kaipasit sähköpostitse kansainvälisiltä palveluilta?



Kuvio 10. Sähköpostin kautta saatu tieto.

Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä viestintäkanavien hyödyllisyyteen. Laskin tässä kanavien keskiarvot selkeyttääkseni vastauksia. Alun perin asteikko oli 1-4 (1=hyödyllinen

ja 4= hyödytön), mutta tulosten kannalta muutin asteikon toisinpäin, jotta se olisi selkeämpi. Uusi asteikko oli 1-4 (1= hyödytön, 2= jokseenkin hyödytön, 3= jokseenkin hyödyllinen, 4= hyödyllinen). MyNet, sähköposti ja tapaamiset olivat melko tasaisesti kaikkien mielestä hyödyllisiä tai jokseenkin hyödyllisiä. Tarkemmat vastausten keskiarvot löytyvät alla olevasta kuviosta 11.



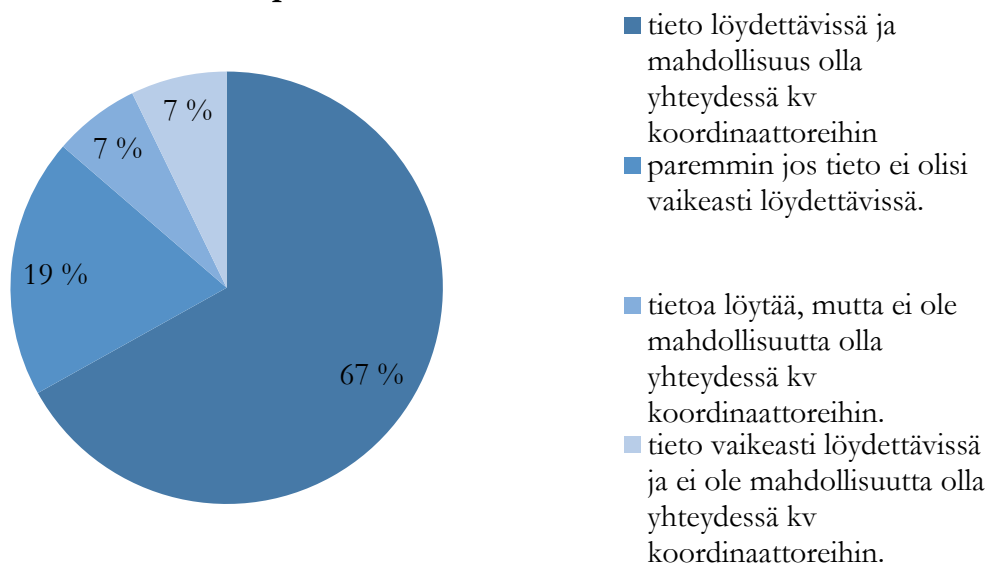
Kuvio 11. Kanavien hyödyllisyys.

Avoimeen kysymykseen vastasi 48 opiskelijaa eli noin 34,5 prosenttia koko vastaajamäärästä. Tässä annettiin vapaasti mahdollisuus antaa kommentteja, ideoita ja toiveita liittyen viestintäkanaviin. Osa opiskelijoista antoi palautetta siitä että he eivät ennen kyselyä tienneet Facebook-ryhmästä ja siitä voisi tiedottaa kaikille heti kun heidät valitaan vaihtoon. Moni mainitsi että tiedot MyNetissä pitäisi olla paremmin päivitetty. Yksi opiskelija sai vaihdon aikana käsityksen että kv palvelut ovat motivoituneita ja ammattitaitoisia ja toinen opiskelija sanoi että kaikki kv palveluiden osalta sujui ongelmitta ja kannustavalla otteella. Erityisesti tapaamisista tuli hyvin erilaista palautetta, joidenkin mielestä ne toimivat hyvin ja osan mielestä ne eivät toimi. Jotkut toivoivat että kv koordinaattorit olisivat paremmin saatavilla kun taas toiset sanoivat että kv koordinaattorille pääsee käymään helposti ja heiltä saa hyödyllistä tietoa. MyNetistä oli suurin osa sitä mieltä että sen pitäisi olla selkeämpi. Facebook-ryhmästä toivottiin tiedotusta ja ryhmän kehittämistä. Erityisesti toivomuksia tuli siitä että ryhmästä pitäisi kertoa kaikille heti kun hänet on valittu vaihtoon ja toivomuksia tuli myös siitä että kv koordinaattorit käyttäisivät aktiivisemmin ryhmää.

5.4 Tiedon löydettävyys

Suurin osa opiskelijoista on tyytyväisiä tiedon löydettävyyteen ja vuorovaikutukseen. Osa opiskelijoista oli sitä mieltä että tieto oli vaikeasti löydettävissä. Heitä auttaisi muun muassa ajan tasalla oleva ja paikkaansa pitävää tieto, opiskelun ajankohdan tarkat tiedot, joko alavalikot tai sisältösivu ja kaikkien linkkien toimivuus. Muutama opiskelija oli sitä mieltä että tieto on löydettävissä, mutta vuorovaikutteisuuden mahdollisuutta ei ole riittävästi. Näistä opiskelijoista koki että vuorovaikutuksen mahdollisuutta parantaisi muun muassa kv koordinaattoreiden parempi tavoitettavuus ja sähköposteihin vastaaminen, erilliset tai maakohtaiset tapaamiset, rohkaisu tapaamisiin ja infotilaisuudesta ajoissa tiedottaminen. Alla olevassa kuviossa 12 löytyvät tarkemmat luvut.

Kansainvälisten palveluiden viestintä toimii mielestäni



Kuvio 12. Kv palveluiden viestintä.

Jokaisesta kanavasta esitettiin kaksi väittämää ja tarkoituksena oli arvioida väittämiä asteikolla 1-4 (1= täysin samaa mieltä, 2=jokseenkin samaa mieltä, 3=jokseenkin eri mieltä, 4=täysin eri mieltä). Päätin valita 4-portaisen asteikon, sillä se ohjaa opiskelijoiden mielipidettä jompaankumpaan suuntaan. Näin myös ääripäät näkyvät selvemmin. Laskin vastausten keskiarvon, sillä se antaa kuvan vastanneiden mielipiteistä parhaiten. Vaihtoehtona oli myös ”en ole käyttänyt”, sillä osa opiskelijoista ei välttämättä käytä kaikkia viestintäkanavia. MyNetin helppokäyttöisyyteen oltiin melko tyytyväisiä (3,0/4).

MyNetin sisällön löytämisestä suurin osa vastasi jokseenkin samaa mieltä (2,9). Seuraavat väittämät liittyivät sähköpostiviesteihin. Suurin osa vastaajista oli täysin eri mieltä viestien suuresta määrästä (1,6). Sähköpostiviestien tarpeellisuudessa suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä (3,4). Seuraavat väittämät liittyivät Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmään. Suurin osa opiskelijoista oli täysin samaa mieltä siitä että vastauksia kysymyksiin saa Facebook-ryhmän kautta (2,8), mutta suurin osa opiskelijoista vastasi tähän ”en ole käyttänyt” (95 opiskelijaa). Seuraava Facebook-ryhmään liittyvä väittämä koski vuorovaikutteisuutta muiden vaihto-opiskelijoiden ja kansainvälisten palveluiden kanssa (2,9). Tähän väittämään 81 opiskelijaa vastasi ”en ole käyttänyt”. Seuraavat kaksi väittämää liittyy kv koordinaattoreiden tapaamisiin. Suurin osa vastaajista koki että tapaamisia on jokseenkin helppo ja sujuva sopia (3,3). Seuraava tapaamisiin liittyvä väite liittyi siihen käyttääkö mieluummin sähköpostia ja puhelinta kuin tapaamisia. Tähän kysymykseen vastaajat olivat jokseenkin eri mieltä tai jokseenkin samaa mieltä. Ohessa väittämät ja niistä saadut keskiarvot.

a) MyNetin opiskelijavaihtosivustot ovat helppokäyttöisiä	3,0
b) MyNetin opiskelijavaihtosivustosta sisällön löytäminen on helppoa	2,9
c) Sähköpostiviestejä tulee liikaa	1,6
d) Sähköpostiviestit, joita olen saanut, ovat olleet tarpeellisia	3,4
e) Outgoing Exchange Students FB ryhmässä saa vastauksia kysymyksiin	2,8
f) Outgoing Exchange Students FB ryhmässä on mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa muiden vaihto-opiskelijoiden ja kansainväliseen palveluiden kanssa	2,9
g) Tapaamisten sopiminen on helppoa ja sujuvaa	3,3
h) Lähetän mieluummin sähköpostin tai soitan kun tapaan kv koordinaattorin vastaanottoaikana	2,5

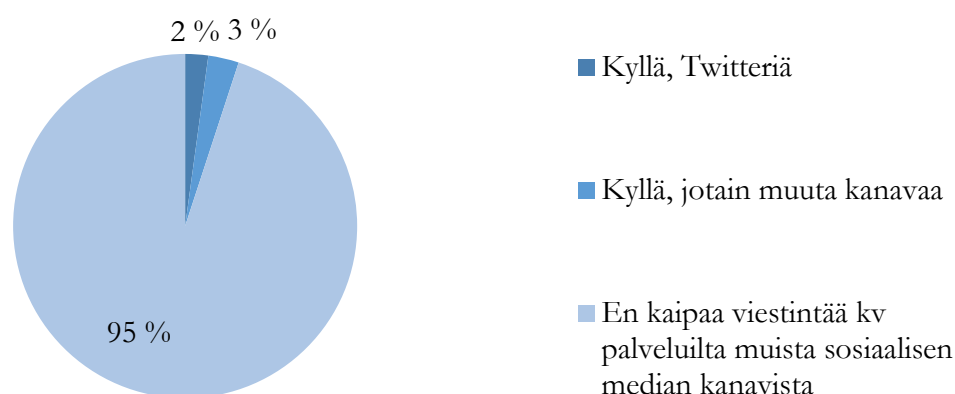
5.5 Viestintäkanavien vuorovaikutteisuus

Suurin osa ei tiennyt Facebook-ryhmästä (29 %) tai ei ole siinä mukana (29 %). Ne jotka olivat ryhmässä, halusivat muistutuksia esimerkiksi orientaatiosta (16 %) ja osa ei halunnut viestejä Facebookin kautta (16 %). Opiskelijoista ne jotka vastasivat jotain

muuta, sanoivat että kv palveluiden pitäisi käyttää Facebookia omien tarpeiden mukaan, mutta sähköposti on parempi.

Suurin osa sanoi että ei kaipaa viestintää kv palveluilta muista sosiaalisen median kanavista (95 %). 3 opiskelijaa sanoi että kv palveluiden pitäisi käyttää Instagramia. Tarkemmat luvut löytyvät kuviosta 13.

Pitäisikö kansainvälisten palveluiden käyttää viestinnässä muita sosiaalisen median kanavia kuin Facebookia?



Kuvio 13. Kv palveluiden viestintä muissa sosiaalisen median kanavissa.

5.6 Yhteenveto

Ensimmäinen tutkimuskysymyksenäni oli miten selvää viestintäkanavien valinta on opiskelijoille. Suurin osa vaihtoon lähtijöistä käyttää ensimmäisenä ja eniten MyNetiä tiedonhaussa. Opiskelijat käyttävät paljon teknologiaa, mikä näkyi myös siinä esimerkiksi että opiskelijat käyttävät eniten MyNetiä. Kv palvelut käyttävätkin MyNetiä päätiedotuskanavana (Mertala J. 2.9.2014). Vain 26 % opiskelijoista sanoi että luki heti opiskelijavaihtosivut MyNetistä kun hänet valittiin vaihtoon. Kv palveluiden oletuksena on että kaikki MyNetissä oleva tieto luetaan heti läpi. (Mertala J. 2.9.2014.) Lähes kaikki opiskelijat lukevat sähköpostiviestit jotka tulevat kv palveluilta. Suurin osa opiskelijoista pakollisten tilaisuuksien lisäksi sopii tapaamisia tai käy vastaanottoaikana. Näiden vastausten pohjalta voi päätellä että kanavien valinta ja käyttö on melko selvää opiskelijoille. 29 % vastaajista ei tiennyt Facebook-ryhmästä, joten tämän kanavan osalta voi-

daan ajatella että valinta ei ole selvää. Facebook-ryhmästä ei vastausten perusteella tiedoteta riittävästi, joten siitä voi päätellä että vastaajat eivät myöskään tiedä mitä varten Facebook-ryhmä on. Facebook-ryhmä ei kuitenkaan ole kv palveluiden päätiedotuskanava (Mertala J. 2.9.2014).

Toinen tutkimuskysymys on miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita. Yksi kyselyn kysymyksistä oli mikä kuvaa parhaiten tiedonhakuasi vaihtoa koskien. Tässä kysymyksessä näkyi se että MyNet ja orientaatiotilaisuus ei monellekaan riitä tiedonhakuvälineinä ja silloin ne eivät yksin palvele opiskelijoita. Tiedon liikkuminen onkin yksi organisaatioviestinnän haaste. Tietoa liikkuu liian vähän ja näin syntyy uutistyhjiöitä. Uutistyhjiöt muodostavat puskaradioita. (Åberg 2006, 111–112.) Kv palveluilla puskaradioiksi voidaan ajatella tapaamisia kv koordinaattoreiden kanssa sekä Facebook-ryhmää, sillä sitä kautta opiskelijat voivat kysyä puuttuvasta tai puutteellisesta tiedosta MyNetissä. Tähän haasteeseen vaikuttaa myös se että monet sanoivat että kaikki tiedot pitäisi löytää MyNetistä, niin että uutistyhjiöitä ei syntyisi. 52 opiskelijaa sanoi että ei tienynyt Facebook-ryhmästä, joten se osoittaisi että viestintä Facebook-ryhmästä ei toimi. Näin Facebook-ryhmä ei palvele opiskelijat niin kuin sen pitäisi. Mieluisimmat kanavat saada tietoa ovat tapaamiset ja MyNet. Sähköpostiviesteissä opiskelijat toivovat pääosin sellaisia viestejä, joita kv palvelut jo lähettääkin eli muistutusviestejä ja ohjeviestejä. Yksi kysymyksistä oli miten hyödyllisiä seuraavat viestintäkanavat ovat. Tässä suurin osa piti MyNetiä, sähköpostia ja tapaamisia hyödyllisenä. Facebook-ryhmää ei pidetty niin hyödyllisenä, kun muita kanavia. Suurin osa oli sitä mieltä että MyNet on helppokäyttöinen ja sähköposteja ei koettu tulevan liikaa kv palveluilta. Voi siis päätellä että viestintäkanavat palvelevat ihan hyvin opiskelijoita, vaikka joitakin asioita voitaisiin vielä kehittää.

Kolmas tutkimuskysymys on miten helposti opiskelija löytää tarvitsemansa tiedon. Valtaosa opiskelijoista oli sitä mieltä että tieto on helposti löydettävissä. Ne jotka eivät löytäneet tietoa, kaipasivat ajantasaisempia ja selkeämpiä MyNet sivustoja. Tiedon ajantasaisuus on tärkeä osa tiedon jakamista (Juholin 2009b, 184). Tiedon löydettävyyteen liittyy myös yksi väittämistä: MyNetin opiskelijavaihtosivustosta sisällön löytäminen on helppoa. Tämän väittämän keskiarvo asteikolla 1-4 oli 2,9, joten suurin osa oli sitä mieltä että sisältö on helppo löytää. Opiskelijat kokivat myös että Facebook-ryhmässä

vastattiin heidän kysymyksiin, joten sitä kautta tietoa on myös helppo löytää. Toisaalta 29 % opiskelijoista ei ole mukana ryhmässä. Voidaan siis päätellä että opiskelijan on helppo löytää tarvitsemaansa tietoa ainakin MyNetistä.

Neljäs tutkimuskysymys on miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat. Suurin osa opiskelijoista piti vuorovaikutteisuutta hyvänä. Osa toivoi kehitystä kv koordinaattoreiden tavoitettavuuteen. Facebook-ryhmän vuorovaikutteisuuteen oltiin melko tyytyväisiä. 29 % opiskelijoista ei ole käyttänyt Facebook-ryhmää ja 29 % opiskelijoista ei tiennyt Facebook-ryhmän olemassaolosta. Kun niin moni opiskelija ei tiennyt tai ei ole mukana Facebook-ryhmässä, ei voi sanoa onko Facebook-ryhmä riittävän vuorovaikutteinen. 95 % opiskelijoista ei kaipaa viestintää muiden sosiaalisen median kanavien kautta kv palveluilta. Tämä osoittaa mielestäni että vuorovaikutteisuutta ei kaivata lisää. Näiden tulosten pohjalta voidaan sanoa että viestintäkanavat ovat riittävän vuorovaikutteisia.

6 Pohdinta

Työn tavoitteena oli tutkia HAAGA-HELIAN kansainvälisten palveluiden viestintäkanavia. Tarkoitus oli selvittää vaihtoon lähtijöiden mielipidettä viestintäkanaviin. Tutkimusote oli kvantitatiivinen ja tutkimus oli kysely. Opinnäytetyö aloitettiin kesäkuussa 2014 ja se valmistui marraskuussa 2014. Verkkokysely toteutettiin 3.10–13.10.2014. Kysely lähetettiin 626 HAAGA-HELIAN opiskelijalle. Vastauksia kyselyyn tuli 139 ja vastausprosentti oli siis 23.

Tässä luvussa esittelen tutkimustulosten pohdintaa, miten hyvin tavoitteet saavutettiin sekä miten onnistunut tutkimusmenetelmä oli. Luvussa käsitellään myös tietoperustaa verrattuna tutkimukseen sekä tutkimuksen reliabeliutta ja validiutta. Lopuksi käsitellään tutkimuksessa ilmenneitä kehittämiskohteita ja jatkotoimenpiteitä sekä omaa oppimistani.

6.1 Tulosten pohdinta

Jokaiseen tutkimuskysymykseen saatiin vastauksia. Uskon että toimeksiantajalle on paljon hyötyä tutkimuksestani, sillä kyselyyn vastaajat edustivat hyvin koko HAAGA-HELIAN opiskelijoita. Yleisesti kv palveluiden viestintäkanaviin ollaan melko tyytyväisiä. Vastaajat edustivat hyvin eri koulutusohjelmia, eri vaihdossa olo-aikoja ja eri toimipisteitä. Naisia vastasi miehiä huomattavasti enemmän. Siihen vaikuttaa tietysti se että naisia lähtee vaihtoon HAAGA-HELIAsta enemmän kuin miehiä. Avoimeen kysymykseen saatiin myös hyvin vastauksia, vaikka kysymys ei ollut pakollinen (34,5 %). Näistä vastauksista saatiin monipuolisesti näkemyksiä kaikista viestintäkanavista.

Erityisesti MyNet, tapaamiset kv koordinaattorin kanssa ja sähköposti koetaan hyödyllisinä kanavina. Monet opiskelijat hakivat eniten ja mieluiten tietoa MyNetin kautta, mikä on osoitus siitä että opiskelijat käyttävät laajasti teknologiaa tiedonhaussa. Osa opiskelijoista toivoi että MyNet olisi selkeämpiä ja tieto olisi enemmän ajan tasalla. Kv palveluiden voi olla vaikea luoda esimerkiksi alavalikoita, sillä MyNet on koko HAAGA-HELIAN käytössä. Sähköpostista tuli hyvin vähän kommentteja eli voin olettaa että siihen ollaan tyytyväisiä.

29 % opiskelijoista ei tiennyt Facebook-ryhmästä. Ajattelin että 2015 keväällä vaihtoon lähtijät eivät olleet välttämättä vielä olleet orientaatiotilaisuudessa, joka pidettiin 10.10.2014 (kesken kyselyn), joten siellä ehkä osa sai tiedon Facebook-ryhmästä. Silti 52 opiskelijasta 27 opiskelijaa oli lähdössä keväällä 2015 vaihtoon. 25 opiskelijoista olivat siis varmasti käyneet orientaatiotilaisuudessa, mutta eivät silti tienneet Facebook-ryhmästä. Facebook-ryhmän tarkoituksena on kuitenkin vaihtoon lähtevien opiskelijoiden mahdollisuus kysyä jo vaihdossa olleilta esimerkiksi vaihtokohteesta. Tämä ei toteudu jos vaihdossa jo olleet eivät tiedä Facebook-ryhmästä. Facebook-ryhmästä tuli toiveita siitä että kv koordinaattorit olisivat aktiivisempia ja että ryhmässä voitaisiin julkaista muistutuksia esimerkiksi orientaatiosta. Aika moni piti myös Facebook-ryhmää turhana, mikä voi johtua joko siitä että se ei ole hyvä tiedonhakukanava tai siitä että tietoa ei jaeta ryhmässä oikealla tavalla. Itse olen sitä mieltä että Facebook-ryhmä voidaan pitää sellaisena kun se on nyt, mutta sitä voisi myös vähän enemmän käyttää tiedon jakamiseen. Tieto voisi jakaa esimerkiksi tulevista orientaatiotilaisuuksista.

Mieluisimmaksi kanavaksi suurin osa laittoi MyNetin, mutta monet olivat myös laittaneet tapaamiset. Tapaamisten merkitys ei varmastikaan vähene jatkossa. Katsottuani yleistä tyytyväisyyttä erityisesti tapaamisten osalta, jotka ovat kuitenkin melko toimipistekohtaisia, huomasin että erityisesti liiketalouden opiskelijat ovat olleet tyytyväisiä tapaamisiin. Toisaalta erityisesti Porvoossa olevat opiskelijat eivät olleet niin tyytyväisiä tapaamisiin. Huomasin yhden kommentin orientaatiotilaisuudesta, jonka itsekin allekirjoitan, sillä orientaatiotilaisuus on minustakin liian myöhään. Tänä syksynä se oli lokakuussa. Minusta olisi hyvä antaa mahdollisuus niille jotka ovat esimerkiksi valittu jo keväällä vaihtoon syksylle 2015 tulla orientaatiotilaisuuteen jo syksyllä 2014. Nyt orientaatiotilaisuus syksyllä 2015 vaihtoon lähteville on keväällä 2015. Erityisesti keväällä vaihtoon lähteville tulee kiire asuntojen ja muiden paperitöiden kanssa, jos orientaatiotilaisuus on lokakuussa ja vaihtoon pitäisi lähteä tammikuussa.

6.2 Tavoitteiden saavuttaminen

Työn tavoitteena oli tutkia HAAGA-HELIAN kansainvälisten palveluiden viestintäkanavia. Tarkoituksena oli selvittää vaihtoon lähtijöiden mielipidettä viestintäkanaviin. Tutkimuskysymykset olivat seuraavat:

1. Miten selvää viestintäkanavien valinta on opiskelijalle?
2. Miten viestintäkanavat palvelevat opiskelijoita?
3. Miten helposti opiskelija löytää tarvitsemansa tiedon?
4. Miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat?

Minusta saavutin tavoitteeni ja kv palvelut saivat varmasti paljon hyvää tietoa kanavistaan. Sain vastauksia myös tutkimuskysymyksiini, mikä oli koko työn tarkoituksena. Kyselyn avulla saatiin hyvä käsitys viestintäkanavista ja niiden toimivuudesta. Tietoperustassa käsiteltiin mielestäni laajasti viestintäkanavia ja organisaatioviestintää. Jälkeenpäin harmittaa, ettei opiskelijaviestinnästä löytynyt lähteitä, sillä siitä olisi kiinnostava tietää lisää ja aiheen käsittely oli aika hankalaa ilman lähteitä. Aiheeni rajaus oli minusta selkeä ja sisältö ei mennyt missään vaiheessa liian pitkäksi tai lyhyeksi. Sain myös paljon apua ohjaajaltani tietoperustan hiomiseen. Sain tietoperustasta loogisen kokonaisuuden, jossa etenin suurista asioista pienempiin.

6.3 Tutkimusmenetelmän toimivuus

Taustatietoa varten tekemäni haastattelut kv palveluille toimivat minusta hyvin osana kokonaisuutta. Näin kaikki lukijat ymmärtävät miksi kysyin juuri tiettyjä asioita kyselyssä ja miten kanavat toimivat tällä hetkellä. Tutkimusotteena kv kvantitatiivinen tutkimus sopi hyvin, sillä tietoa saatiin monelta opiskelijalta. Tutkimusmenetelmänä kyselylomake toimi hyvin, sillä tuloksista saatiin haluttu tieto ja tuloksia oli helppo analysoida. Otoksen tavoittaminen sähköpostitse toimi hyvin kv palveluiden kautta. Kyselyssä oli monivalintakysymyksiä, asteikkokysymyksiä sekä yksi avoin kysymys. Nämä vaikuttivat varmasti siihen että kyselyyn vastasi 139 opiskelijaa, sillä monivalintakysymyksiin ja asteikkokysymyksiin on helppo vastata.

Sain joitakin huomioita kysymyksistä. Yksi kysymys oli: mitä tietoa kaipasit sähköpostitse kansainvälisiltä palveluilta. Tähän kysymykseen yksi vastaajista olisi toivonut vastausvaihtoehtoa ”tyytyväinen nykyisiin sähköpostiviesteihin”. Itse olin siihen kysymykseen tyytyväinen, mutta luulen että siihen olisi voinut laittaa että mitä tietoa saat tai kaipaat sähköpostitse kv palveluilta, sillä se oli kysymyksen tarkoituskin. Sain myös kommenttia siitä että kysymysten vaihtoehdoissa oli liian monta eri asiaa ja joskus vain puolet piti vastaajan mielestä paikkaansa. Näissä olen sitä mieltä että kyselystä olisi tullut liian pitkä jos kysymykset eivät olisi kysyneet montaa asiaa ja tämän kommentin jättäjä ei maininnut mitään tiettyä kysymystä, joten jäin miettimään mitä kysymystä tai kysymyksiä kommentti koski. Pyrin tarjoamaan kaikki mahdolliset variaatiot sellaisissa kohdissa, missä en laittanut jokin muu -kohtaa.

Itse huomasin että olisin voinut tosiaan laittaa kahdessa asteikkokysymyksessä molemmat asteikot samoin päin, nyt he olivat eri päin, mikä hankaloitti omaa analysointiani. Yksi kysymys oli milloin sopii erikseen tapaamisen kv koordinaattorin kanssa. Tässä kysymyksessä ainakin yksi vastaaja oli ajatellut kaikkia tapaamisia eli sovittuja tapaamisia sekä vastaanottoaikoja, vaikka olin tarkoittanut vain sovittuja tapaamisia. Mietin että jossain vaiheessa olin asettanutkin kysymyksen niin että milloin sovit tapaamisen erikseen etkä mene vastaanottoaikana. Se olisi ehkä selkeyttänyt kysymystä. Yhden vaihtoehdon olisin halunnut muuttaa kysymyksessä: mitä mieltä olet MyNetissä englanninkielisistä opiskelijavaihtosivuista. En ollut ymmärtänyt että osa opiskelijoista ajatteli varmaan että he haluaisivat molemmilla kielillä MyNetin sivustot. Itse ajattelin että he valitsevat sen silloin kun heillä ei ole väliä millä kielellä sivut ovat. Yksi kysymys oli: arvioi viestintäkanavia, joilla kansainväliset palvelut viestii opiskelijavaihdosta. Jokaisesta kanavasta oli kaksi väitettä. Yksi vaihtoehdoista oli ”en ole käyttänyt”. Tähän olisin halunnut lisätä miksi et käytä. Kysymys: miten kansainvälisten palveluiden pitäisi viestiä Facebookissa, jotta se auttaisi sinua, oli hyvin muotoiltu. Huomattuani tulokset olisin halunnut lisätä avoimen kohdan vaihtoehtoon: en ole mukana Outgoing Exchange Students FB ryhmässä. Avoimeen kohtaan olisin laittanut: miksi et ole mukana ryhmässä.

6.4 Tietoperusta vs. tutkimus

Muodostin tietoperustan ja tutkimuskysymysten avulla kyselyn kysymykset. Esittelen tarkemmin luvussa 4 miten muodostin kysymykset tietoperustan avulla. Tutkimukseen liittyy oleellisesti myös kv palveluiden viestintä. Kv palveluiden viestintä on pääosin opiskelijaviestintää. Opiskelijaviestintä on osa organisaatioviestintää. Organisaatioviestintä on organisoitua, työyhteisön tavoitteita tukevaa ja siinä on käytössä sähköisiä viestimiä (Åberg 2006, 96). Kv palveluilla viestintä on organisoitua ja tavoitteet tulevat heiltä itseltään sekä HAAGA-HELIALta. Sähköisiä viestimiä kv palveluilla on pääosa kanavista: MyNet, sähköposti ja Facebook-ryhmä.

Organisaatioviestinnän tulosviestintämallia voidaan soveltaa hyvin myös kv palveluiden opiskelijaviestintään. Viestinnän kiinnittämistä on kv palveluilla orientaatiotilaisuudet. Perustoiminnan tukeminen on kaikki kv palveluiden tarjoamat palvelut opiskelijoille kuten tapaamiset. Profilointia ei kv palveluilla ole opiskelijoille, sillä kaikki tapahtuu HAAGA-HELIA:n sisällä, mutta tietysti vaihtoon lähtemistä mainostetaan erityisesti MyNetissä ja erilaisissa tilaisuuksissa. Sosiaaliset tarpeet huomioidaan sekä tapaamisten muodossa että vertaistuen muodossa Facebook-ryhmän kautta.

Myös organisaatioviestinnän jaotteluja voidaan soveltaa kv palveluiden opiskelijaviestintään. Organisaatioviestintä voidaan jaotella yhteystoimintaan, sisäiseen markkinointiin, perehdytykseen, sisäiseen luotaukseen ja työtehtävien informointiin (Siukosaari 2002, 65). Yhteystoimintaa on opiskelijoiden Facebook-ryhmä sekä kaikille pakolliset orientaatiotilaisuudet. Sisäinen markkinointi näkyy pääosin MyNetissä. Perehdytystä opiskelijat saavat orientaatiotilaisuuksissa. Sisäistä luotausta tarjotaan tapaamisten muodossa. Työtehtävien informointi suoritetaan MyNetin ja sähköpostin kautta, eli mitä opiskelijan pitäisi tehdä ennen vaihtoa, vaihdon aikana ja vaihdon jälkeen, niin että hän saa vaihdon hyväksytysti suoritettua.

Organisaatioviestinnän haasteita voidaan soveltaa myös kv palveluiden opiskelijaviestintään. Ensimmäinen haaste on tietojen liikkuminen (Åberg 2006, 111). Tietojen liikkuminen on myös kv palveluiden haaste, sillä kyselyssäkin ilmeni että joidenkin opiske-

lijoiden mielestä MyNetistä ei löydy kaikkea tarvittavaa tietoa. Toinen organisaatioviestinnän haaste on tietovarastot ja verkot (Åberg 2006, 111). Tämä on myös kv palveluiden haaste, sillä tiedot muuttuvat jatkuvasti ja jotkut vastaajat juuri sanoivat että linkit tai tiedot eivät ole ajan tasalla. Hajautetut tietokannat eivät olleet opiskelijoiden mielestä ongelma, sillä heistä kaikki tieto melkein voidaan löytää MyNetistä. Kolmas haaste on esimiehet (Åberg 2006, 112). Kv palveluiden osalta voidaan myös ajatella kv koordinaattoreita opiskelijoiden esimiehinä. Kv palveluille on haaste jakaa tietoa muutoksista partneriyliopistoilta. Neljäs haaste on erilaiset tietotorit ja ahaa-aukiot (Åberg 2006, 112). Tässä on hyvä esimerkki siitä että yksi vastaajista ehdotti että vaihdossa olleet voisivat tavata vaihdon jälkeen ja jakaa kokemuksiaan. Tämä on myös haaste, sillä aikataulujen sovittaminen ja joiden opiskelijoiden motivaatio voi olla erilainen. Kv palveluiden opiskelijaviestintää voidaan siis soveltaa myös hyvin erilaisista näkökulmista organisaatioviestintään.

6.5 Reliaabelius ja validius

Tutkimuksissa pyritään välttämään virheet, mutta luotettavuus ja pätevyys voi vaihdella tuloksissa. Kaikissa tuloksissa pyritään tämän takia tutkimaan tulosten luotettavuutta. Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa tulosten toistettavuutta eli ei-sattumanvaraisia tuloksia. Esimerkiksi kun kaksi ihmistä tekevät saman tutkimuksen ja he saavat samanlaisia tuloksia, voidaan tuloksia pitää reliaabeleina. Tutkimuksen validius tarkoittaa tulosten pätevyyttä eli mittaako tutkimusmenetelmä sitä mitä sen on tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2013, 231.)

Minusta kyselyn reliaabelius oli hyvä, sillä kyselyyn vastasi 139 opiskelijaa ja otoksena oli valittu 626 opiskelijaa. Tässä 626 otoksessa oli edustettuna eri koulutusohjelmat, toimipisteet sekä kolme eri vaihtoajankohtaa. Myös 139 vastaajista oli eri koulutusohjelman, toimipisteen ja vaihtoajankohdan edustajia. Validiutta heikentää osittain se että joiltakin koulutusohjelmilta vastasi vain muutama opiskelija ja osasta koulutusohjelmista ei vastannut kukaan. Jotkut tulokset olivat yksittäisiä, mutta tuloksista löytyi myös selkeästi yhteisiä tekijöitä. Minusta tulokset eivät siis voi olla sattumanvaraisia. Tutkimusmenetelmällä saatiin vastauksia asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Kysymykset pyrittiin laatimaan niin selkeiksi että vastaajat ymmärtäisivät ne. Yksi kysymys oli: missä

tilanteessa sovit kansainvälisten asioiden koordinaattorin kanssa erikseen henkilökohtaisen tapaamisen. Huomasin että ainakin yksi opiskelija oli ymmärtänyt kysymyksen kattamaan sekä vastaanottoajat että erikseen sovitut tapaamiset. Tämä saattaa heikentää tulosten validiutta. Olen sitä mieltä kuitenkin että suurin osa vastaajista ymmärsi kysymyksen, sillä suurin osa vastauksista liittyi juuri sovittuihin tapaamisiin. 4-portainen asteikko asteikkokysymyksissä toimi minusta hyvin, sillä siitä erottui juuri ääripäät.

6.6 Kehittämisehdotukset ja jatkotutkimusaiheet

Tuloksista näkyi se että opiskelijat ovat pääosin tyytyväisiä viestintäkanaviin ja kanavien valinta on selkeää opiskelijoille. Vuorovaikutteisuuden ja tiedon löydettävyyteen oltiin myös suurimmaksi osaksi tyytyväisiä. Tuloksista ilmeni kuitenkin joitakin kehittämis-kohtia. Seuraavaksi esittelen kyselyssä toivotuista parannuksista lyhyen tiivistelmän:

1. MyNetin sivustot haluttiin selkeämmäksi, esimerkiksi alavalikoiden avulla tai sisällyssivun avulla.
2. MyNetin sivustojen parempaa päivitystä toivottiin. Osa opiskelijoista sanoi että kaikki linkit eivät toimi, joten ne pitäisi päivittää mahdollisimman usein.
3. Toivomuksia tuli myös siitä että MyNetin sivustoilla tärkeimmät asiat kuten Learning Agreement olisi jossain helposti löydettävässä paikassa.
4. Osa toivoi että MyNetin sivustot olisivat joko suomeksi kaikki tai englanniksi kaikki. Osa toivoi että sivustot olisivat sekä englanniksi että suomeksi.
5. Vastaajista osa oli sitä mieltä että kv koordinaattorit voisivat olla paremmin tavoitettavissa. Osa opiskelijoista toivoi myös erillisiä tapaamisia oman kv koordinaattorin kanssa tai mahdollisesti maakohtaisia tapaamisia.
6. Orientaatiotilaisuudesta toivottiin että tiedotettaisiin hyvissä ajoin.
7. Joku opiskelija ehdotti että orientaatiotilaisuus pidettäisiin jo aikaisemmin. Esimerkiksi syksyllä 2015 vaihtoon lähtijöille olisi jo mahdollisuus tulla orientaatiotilaisuuteen syksyllä 2014.
8. 29 % vastanneista ei tiennyt Facebook-ryhmästä, joten ryhmästä toivottiin parempaa tiedotusta. Jotkut vastaajista toivoivat myös että kv koordinaattorit olisivat aktiivisempia ryhmässä.
9. Jotkut opiskelijat toivoivat että Facebook-ryhmässä julkaistaisiin muistutuksia ja ohjeita, joita tulee myös sähköpostilla.

Muun muassa nämä asiat ilmenivät kehittämiskohtina kyselystä. Suurin osa opiskelijoista oli kuitenkin tyytyväisiä tämän hetkisiin viestintäkanaviin ja niiden toimivuuteen. MyNet, tapaamiset kv koordinaattorin kanssa sekä sähköposti koettiin kaikki hyödyllisinä. Facebook-ryhmään kaikki eivät ole tyytyväisiä ja mietin että sitä voisi kehittää joko enemmän tiedotuskanavaksi tai vuorovaikutuskanavaksi. Itse suosisin vuorovaikutuskanavaa ja tekisin vaikka tiedoston ryhmään, missä lukisi kaikki Facebook-ryhmässä olevat ja heidän vaihtokohteensa ja koulunsa. Näin vaihtoon lähtevien on helppo katsoa kuka on ollut samassa paikassa vaihdossa ja ottaa tähän ihmiseen yhteyttä tarvittaessa.

Kyselyn kysymyksiä voisi hyödyntää kv palveluiden palautekyselyissä mahdollisuuksien mukaan. Kv palveluiden sosiaalisesta mediasta voisi tehdä erikseen tutkimuksen. Facebook-ryhmän toimivuudesta ei saatu varmaa tietoa, kun suurin osa ei edes tiennyt ryhmän olemassaolosta. Myös suurin osa ei halunnut tietoa muista sosiaalisen median kanavista, jota voisi tutkia tarkemmin. Jossain vaiheessa olisi myös kiinnostava tietää onko mielipiteet muuttunut, vaikka viiden vuoden päästä. MyNetin, tapaamisten, sähköpostin, Facebook-ryhmän lisäksi voisi kysyä myös orientaatiotilaisuudesta.

6.7 Oman oppimisen arviointi

Heti opinnäytetyön prosessin alussa opin että vaikka aluksi joku aihe ei onnistu, niin siitä voi poikia muita hyviä aiheita. Halusin aluksi tehdä produktiivisen opinnäytetyön, mutta huomasin prosessin aikana että tutkimustyypinentyö voi myös olla erittäin mielenkiintoista ja tulosten saaminen oli erittäin palkitsevaa. Halusin tehdä työn, josta olisi oikeasti hyötyä jollekin. Mielestäni tästä työstä on varmasti hyötyä kv palveluille. Minusta olen oppinut paljon juuri tieteellisestä kirjoittamisesta ja tutkimuksen tekemisestä. Opin käyttämään myös Webropol-kyselyä ja suunnittelemaan kyselyä. Olen yleensä hyvin tarkka aikatauluista, mutta tämän prosessin aika minun piti myös muuttaa aikataulua ja se opetti minulle lisää ajanhallintaa. Muutokset eivät kuitenkaan vaikuttaneet minun lopulliseen aikatauluuni. Sain suunnitellussa aikataulussa opinnäytetyöni valmiiksi, mistä olen todella tyytyväinen, sillä välillä epäilin sitä.

Erityisesti tietoperustan tekeminen oli minulle hankalaa, sillä en oikein aluksi tiennyt mistä kirjoitan ja sitten löytyi paljon sellaista mistä ei löytynyt kirjallisuutta kuten opiskelijaviestinnästä. Sain hyvin tehtyä myös muita kursseja opinnäytetyön ohella, vaikka opinnäytetyö oli tärkein. Huomasin myös sen että versioiden lähettäminen helpotti prosessia, sillä sitä kautta sai palautetta ja siitä uusia ideoita jatkamiseen. Versioiden korjaaminen oli minusta erittäin työlästä ja haastavaa, mutta lopputuloksista tuli aina parempia ja siitä olin tyytyväinen.

Aluksi opinnäytetyö vaikutti todella työläältä, mutta kun keskittyi jokaiseen osaan erikseen, se ei tuntunut niin isolta työltä. Työtä auttoi myös se että versioita sai lähettää katsottavaksi erikseen, ettei sitten lopuksi joutunut korjaamaan koko työtä. Tärkein asia, jonka opin tämän prosessin aikana on, että lopputulos voi olla parempi kuin odotit, jos vaan jaksat työstää kirjoittamaasi tekstiä. Olen erittäin tyytyväinen lopputulokseen, sillä en ole yhtään tieteellisen kirjoittamisen tyyppiä ja sain tämän aikaiseksi omassa aikataulussani.

Lähteet

Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2002. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-kustannus. Jyväskylä.

Buchanan, J., Chen, C. Friedrich, L., Heaps, A., Jacklin, A., Purcell, K., Rainie, L. & Zickuhr K. 2012. How Teens do research in the Digital World. PewReaserch Internet Project. Raportti. Luettavissa: <http://www.pewinternet.org/2012/11/01/how-teens-do-research-in-the-digital-world/>. Luettu: 25.8.2014.

Colvin-Smith, K. 2014. Selecting the Right Communication Channels. Council for Advancement and Support of Education. Publications & Products. Luettavissa: http://www.case.org/Publications_and_Products/Fundraising_Fundamentals_Intro/Fundraising_Fundamentals_section_11/Fundraising_Fundamentals_section_111.html. Luettu: 18.8.2014.

Dewhurst, S. & Fitzpatrick 2014. Choosing the right communication channel. Melcrum. Luettavissa: <https://www.melcrum.com/research/strategy-planning-tactics-intranets-digital-social-media/choosing-right-communication>. Luettu: 18.8.2014.

Eisenberg, M. & Head A. 2011. How college students use the Web to conduct everyday life research. First Monday. Artikkelii. Luettavissa: <http://firstmonday.org/article/view/3484/2857>. Luettu: 25.8.2014.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014a. Degree Programmes in English. MyNet. Studies. Degree Programmes. Luettavissa: <https://mynet.haaga-helia.fi/en/studies/degreeprogrammes/Pages/default.aspx>. Luettu: 21.10.2014.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014b. Koulutusohjelmat. MyNet. Opiskelu. Koulutusohjelmat. Luettavissa: <https://mynet.haaga-helia.fi/fi/opiskelu/koulutusohjelmat/Pages/default.aspx>. Luettu: 21.10.2014.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2014c. Kansainvälistyminen. MyNet. Kansainvälistyminen. Luettavissa: <https://mynet.haaga-helia.fi/fi/kansainvalisyys/Pages/default.aspx>. Luettu: 21.10.2014.

Hernandez, S. 2010. Is Email Old News? Social Networks as the New Communications Channel. Idealware. Artikkele. Luettavissa: http://www.idealware.org/articles/Is_Email_Old_News.php. Luettu: 18.8.2014

Hirsjärvi, S., Remes P., Sajavaara P. 2013 (15. – 17. painos) Tutki ja kirjoita. Bookwell Oy. Porvoo.

Holmström, S. 13.8.2014. Kansainvälisten asioiden päällikkö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haastattelu. Helsinki.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Management Institute of Finland MIF. Helsinki.

Juholin, E. 2009a. (5. painos) Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2009b. Viestinnän vallankumous - löydä uusi työyhteisöviestintä! WSOYpro. Helsinki.

Jyväskylän yliopisto. Koppa. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Luettu: 23.9.2014.

Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 1 – ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen median. Helsingin Kamari Oy. Helsinki.

Linton, I. 2014. How to Determine the Appropriate Communication Channel. Houston Chronicle. Luettavissa: <http://smallbusiness.chron.com/determine-appropriate-communication-channel-24098.html>. Luettu: 19.8.2014.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. WSOYpro. Helsinki.

Media, D. & Williams, O. 2014. What are communication channels within an organization? Houston Chronicle. Luettavissa: <http://smallbusiness.chron.com/communication-channels-within-organization-61447.html>. Luettu: 19.8.2014.

Mertala, J. 2.9.2014. Kansainvälisten asioiden koordinaattori. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haastattelu. Helsinki.

Siukosaari, A. 2002.(2. tarkistettu painos) Yhteisöviestinnän opas: yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Tietosanoma. Helsinki.

Stack, L. 2014. Choose the most productive communication channel for your message. Office. Luettavissa: <http://office.microsoft.com/en-us/help/choose-the-most-productive-communication-channel-for-your-message-HA001194524.aspx>. Luettu: 19.8.2014.

University of Sussex 2014. Press and Communications Office. Luettavissa: <http://www.sussex.ac.uk/pressandcomms/communications/channels/socialmedia>. Luettu: 19.8.2014.

Åberg L. 2006. Johtamisviestintää! Inforviestintä. Jyväskylä.

Åberg L. 2000. Viestinnän johtaminen. Inforviestintä. Helsinki.

Åberg L. 1997. Viestinnän strategiat. Inforviestintä. Helsinki

Liitteet

Liite 1. Kyselyn saate suomeksi

Aihe: Vaihto-opiskelijoiden mielipiteitä kansainvälisten palveluiden viestintäkanaviin

Hei HAAGA-HELIAN opiskelija,

Haluatko osallistua kansainvälisten palveluiden viestintäkanavien kehittämiseen? Haluatko vaikuttaa siihen että opiskelijavaihtoon lähtijät löytävät helposti ja sujuvasti tarvitsemansa tiedon vaihdosta? Tämä kysely toteutetaan osana opinnäytetyötä, jonka tehdään HAAGA-HELIAN kansainvälisille palveluille. Kyselyn tarkoitus on selvittää 2014 vaihdossa olleiden sekä 2015 keväällä vaihtoon lähtevien opiskelijoiden näkökulmia kansainvälisten palveluiden viestintäkanaviin.

Tutkimuksen avulla on tarkoitus selvittää kuinka hyvin viestintäkanavat palvelevat vaihtoon lähtijöitä, miten helposti tieto on löydettävissä, miten vuorovaikutteisia viestintäkanavat ovat ja miten selvää viestintäkanavan valinta on opiskelijoille. Kansainväliset palvelut hyödyntää kyselyn tuloksia viestintänsä kehittämisessä. Kyselyn vastaamiseen menee 5-10 minuuttia. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Pyydän sinua vastaamaan 13.10 mennessä

Kiitos vastauksistasi etukäteen!

Lopetus:

Kiitos vastauksistasi!

Kia Söderholm

Jos sinulla on kysymyksiä liittyen kyselyyn, voit ottaa yhteyttä: kia.soderholm@myy.haaga-helia.fi.

Liite 2. Kyselyn saate englanniksi

Topic: Opinions of exchange students about the International Services communication channels

Dear HAAGA-HELIA student,

Would you like to help HAAGA-HELIA International Services to develop their communication channels? Would you like to contribute in helping outgoing exchange students to easily find all the information they need? This questionnaire is part of a thesis, which is done for HAAGA-HELIA International Services. The goal of the questionnaire is to find out the opinions of exchange students about the International Services' communication channels. The questionnaire is sent to students who did their exchange abroad in spring 2014 or are doing their exchange in autumn 2014 or spring 2015.

The purpose of this study is to find out how well the communication channels help the exchange students, how easy it is for the exchange students to find information, how interactive the communication channels are and how easy is it to select the right channel. The International Services will use the results of this questionnaire to develop their communication. Answering this questionnaire takes 5-10 minutes. All the responses will be handled confidentially.

Please answer by 13.10.

Thank you in advance for your responses!

Ending:

Thank you for answering!

Kia Söderholm

If you have any questions regarding the questionnaire, you can send an email to kia.soderholm@myy.haaga-helia.fi.

Liite 3. Kysely suomeksi

- Sukupuoli:
mies
nainen
- Koulutusohjelma

Finanssi- ja talousasiantuntijan koulutusohjelma
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma
Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma
Journalismin koulutusohjelma
Liiketalouden koulutusohjelma
Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma
Matkailun koulutusohjelma
Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma
Myyntityön koulutusohjelma
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Liikunta-alan kehittämisen ja johtamisen koulutusohjelma
Palveluliiketoiminnan johtamisen koulutusohjelma
Tietojärjestelmäosaamisen koulutusohjelma
Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma

Business Information Technology
Experience and Wellness Management
Hospitality, Tourism and Experience Management
Hotel, Restaurant and Tourism Management
International Business
Multilingual Management Assistants
Sports and Leisure Management
Tourism

Communication Management
Information System Management
International Business Management
- Missä toimipisteessä opiskelet?
Pasila
Malmi
Vallila
Haaga
Porvoo
Vierumäki

- Milloin olit/olet vaihdossa?
 kevät 2014
 syksy 2014
 kevät 2015
 syksy 2014 ja kevät 2015
1. Mitä seuraavista kanavista käytät ensimmäisenä etsiessäsi tietoa vaihtoasi varten? Valitse yksi.
 MyNet
 Sähköposti
 Tapaaminen kv koordinaattorin kanssa
 HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä
 Joku muu, mikä?
 2. Minusta mieluisimmat kanavat saada tietoa ja olla vuorovaikutuksessa kansainvälisiin palveluihin on. Valitse yksi.
 MyNet
 Henkilökohtaiset tapaamiset
 Sähköposti
 HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä
 Joku muu, mikä?
 3. Mitä seuraavista kanavista käytät eniten etsiessäsi tietoa vaihtoasi varten? Valitse yksi.
 MyNet
 Sähköposti
 Tapaaminen
 HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä
 Joku muu, mikä?
 4. Miten käytät seuraavia viestintäkanavia vaihtoasi varten? Valitse yksi vaihtoehto per kanava.
 1. MyNet
 - a) Aloitan aina vaihtoon liittyvän tiedonhaun MyNetistä
 - b) Luin kaiken MyNetissä olevan tiedon läpi heti kun minut valittiin vaihtoon
 - c) Selasin sivut läpi silloin kun se oli ajankohtaista
 - d) En koe tarpeelliseksi lukea vaihdosta MyNetistä ollenkaan
 2. Sähköposti
 - a) Luen aina kaikki kansainvälisten palveluiden lähettämät viestit ja lähetän myös omia kysymyksiä

b) Luen aina kaikki kansainvälisten palveluiden lähettämät viestit, mutta en koe tarpeelliseksi itse lähettää sähköpostiviestejä

c) En lue sähköposteja, mutta lähetän itse viestejä

d) En lue sähköposteja enkä lähetä itsekään viestejä

3. Henkilökohtaiset tapaamiset

a) Käyn vain pakollisissa tapaamisissa esimerkiksi vaihtoon lähtevien orientaatioinfossa

b) Käyn pakollisissa tapaamisissa esimerkiksi vaihtoon lähtevien orientaatiotilaisuudessa sekä käyn vastaanottoaikoina

c) Käyn pakollisissa tapaamisissa sekä sovin itse tapaamisen kv koordinaattorin kanssa

d) Käyn pakollisissa tapaamisissa, sovin itse tapaamisia ja käyn vastaanottoaikoina

e) En ole käynyt enkä tule käymään missään tapaamisissa

4. HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook-ryhmä

a) Esitän kysymyksiä ja kommentoin toisten julkaisuja

b) Esitän kysymyksiä, mutta en kommentoi toisten julkaisuja

c) Kommentoin toisten julkaisuja mutta en esitä kysymyksiä

d) En kommentoi toisten julkaisuja enkä esitä kysymyksiä

e) En ole mukana Facebook-ryhmässä

5. Mikä kuvaa parhaiten tiedonhakuasi vaihtoa koskien:
- Luen läpi MyNetissä olevan tiedon ja käyn vaihtoon lähtevien orientaatiotilaisuudessa, silloin saan kaiken tarpeellisen tiedon
 - MyNetin ja vaihtoon lähtevien orientaatiotilaisuudessa lisäksi otan yhteyttä sähköpostitse ja/tai vastaanottoaikoina
 - Kysyn kaiken tarvittavan opiskelijakavereiltani
 - Kysyn kaiken tarvittavan sähköpostitse tai tapaamisissa, en lue MyNetiä
6. Arvioi viestintäkanavia, joilla kansainväliset palvelut viestii opiskelijavaihdosta,

Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En ole käyttänyt
-------------------	-----------------------	-------------------------	---------------------	------------------

MyNetin opiskelijavaihtosivustot ovat helppokäyttöisiä

MyNetin opiskelijavaihtosivustosta sisällön löytäminen on helppoa

Sähköpostiviestejä tulee liikaa

Sähköpostiviestit, joita olen saanut, ovat olleet tarpeellisia

Outgoing Exchange Students FB ryhmässä saa vastauksia kysymyksiin

Outgoing Exchange Students FB ryhmässä on mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa muiden vaihto-opiskelijoiden ja kansainväliseen palveluiden kanssa

Tapaamisten sopiminen on helppoa ja sujuvaa

Lähetän mieluummin sähköpostin tai soitan kun tapaan kv koordinaattorin vastaanottoaikana

7. Missä tilanteessa sovit kansainvälisen asioiden koordinaattorin kanssa erikseen henkilökohtaisen tapaamisen?

Kun minulla on opiskelijavaihtokohteeseen liittyviä kysymyksiä

Kun minulla on Learning Agreementiin liittyviä kysymyksiä

Joku muu asia? Mikä?

8. Mitä mieltä olet MyNetissä englanninkielisistä opiskelijavaihtosivuista?

Hyödyllinen englanninkielen kannalta
Toivoisin että sivut olisivat suomeksi
Sekä suomenkielinen että englanninkielinen sivusto sopii minulle

9. Mitä tietoa kaipasit sähköpostitse kansainvälisiltä palveluilta?

Muistutuksia esimerkiksi orientaatiosta
Ohjeita esimerkiksi siitä mitä lomakkeita vaihdon jälkeen pitää palauttaa
Tietoa esimerkiksi Learning Agreementistä ja sen täyttämisestä
Muusta? Mistä?

10. Miten kansainvälisten palveluiden pitäisi viestiä Facebookissa, jotta se auttaisi sinua?

Lähetää muistutuksia esimerkiksi orientaatiosta
Lähetää henkilökohtaisia viestejä sähköpostien sijaan
En halua viestejä kansainvälisiltä palveluilta Facebookiin, mutta haluaisin itse ottaa yhteyttä Facebookin kautta
Jotain muuta. Mitä?
En tiennyt että Outgoing Exchange Students FB ryhmää on olemassa
En ole mukana Outgoing Exchange Students FB ryhmässä

11. Pitäisikö kansainvälisten palveluiden käyttää viestinnässä muita sosiaalisen median kanavia kuin Facebookia?

Kyllä, Twitteriä
Kyllä, jotain muuta kanavaa. Mitä?
En kaipaa viestintää kansainvälisiltä palveluilta muista sosiaalisen median kanavista

12. Arvioi miten hyödyllisiä seuraavat viestintäkanavat ovat sinulle opiskelijavaihtosi liittyvissä asioissa

Hyödyllinen	Jokseenkin hyödyllinen	Jokseenkin hyödytön	Täysin hyödytön
-------------	------------------------	---------------------	-----------------

MyNet
Sähköposti
Tapaamiset kv koordinaattorin kanssa
Outgoing Exchange Students
FB ryhmä

13. Kansainvälisten palveluiden viestintä toimii mielestäni:

- a) hyvin. Tieto on helposti löydettävissä ja minulla on mahdollisuus olla itse yhteydessä kv koordinaattoreihin
- b) paremmin jos tieto ei olisi niin vaikeasti löydettävissä. Mikä auttaisi tiedon löytämistä?
- c) hyvin ja tiedän mistä tietoa löytää, mutta minulla ei ole tarpeeksi mahdollisuutta olla yhteydessä kv koordinaattoreihin. Mikä parantaisi mahdollisuutta olla yhteydessä kv koordinaattoreihin?
- d) vaatii kehitystä, sillä tieto on vaikeasti löydettävissä ja minulla ei ole riittävästi mahdollisuutta olla yhteydessä kv koordinaattoreihin. Mikä auttaisi tiedon löytämistä ja yhteydenpitoa kv koordinaattoreihin?

14. Kommentteja, ideoita ja toiveita MyNetiin, Facebook-ryhmään, sähköpostiviesteihin ja henkilökohtaisiin tapaamisiin?

Liite 4. Kysely englanniksi

- Gender:
male
female

 - Degree Programme

Business Information Technology
Experience and Wellness Management
Hospitality, Tourism and Experience Management
Hotel, Restaurant and Tourism Management
International Business
Multilingual Management Assistants
Sports and Leisure Management
Tourism

Communication Management
Information System Management
International Business Management
Tourism

 - At which campus do you study?
Pasila
Malmi
Vallila
Haaga
Porvoo
Vierumäki

 - When was/is your exchange period?
spring 2014
autumn 2014
spring 2015
autumn 2014 and spring 2015
1. Which of the following channels do you use first when searching for information about your exchange? Choose one.
- MyNet
Email
Appointments with the International Coordinator
HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook group
Something else. What?

2. My preferred channel to search information about my exchange. Choose one.

MyNet

Appointments with the International Coordinator

Email

HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook group

Something else. What?

3. Which of the following channels do you use the most when searching for information about your exchange?

MyNet

Email

Appointments with the International Coordinator

HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook group

Something else. What?

4. How do you use the following channels concerning your exchange? Choose one alternative for each channel.

1. MyNet

a) I always start with MyNet when I research my exchange

b) I read everything in MyNet about the exchange when I was chosen to go

c) I glanced at the information when I need it

d) I don't think it is necessary to read about my exchange from MyNet

2. Email

a) I always read all the emails from the International Services and I send questions when needed by email

b) I read all the emails, but I don't send my own emails to the International Services

c) I don't read the emails sent to everyone by the International Services, but I send my own questions by email

d) I don't read emails from the International Services or send my own emails to them

3. Appointments
- a) I only attend the mandatory appointments e.g. the orientation info
 - b) I attend the mandatory appointments and visit during appointment hours
 - c) I attend the mandatory appointments and make appointments with the International Coordinator
 - d) I attend the mandatory appointments and visit during appointment hours or make appointments
 - e) I haven't attended and I won't attend any appointments

4. HAAGA-HELIA Outgoing Exchange Students Facebook group

- a) I ask questions and comment on other people's posts
- b) I ask questions, but I never comment on other people's posts
- c) I comment on other people's posts, but I don't ask questions myself
- d) I don't comment on other people's posts or ask questions
- e) I am not on the Outgoing Exchange Students FB group

5. Which describes you best when you research for your exchange?

- a) I read all the information on MyNet and I go to the orientation info that way I get all the necessary information
- b) In addition to MyNet and orientation info I contact the International Services by email or visit during appointment hours
- c) I ask all the information from my colleagues
- d) I ask all the information I need by email, visit the International Coordinator during appointments hours or make an appointment, I don't read MyNet

6. Evaluate the communication channel that the International Services use to communication about student exchange,

Completely disagree Somewhat disagree Somewhat agree Totally agree I don't use this channel

The student exchange pages in MyNet are easy to use

The information is easy to find in MyNet

The International Services send too many emails

The emails I have received from the International Services have been useful

Your questions are answered on the Outgoing Exchange Students FB group

It is possible to communicate in the Outgoing Exchange Students FB group with other exchange students and the International Coordinators

It is easy to make appointments with the International Coordinator

I prefer sending an email or calling then visiting the International Coordinator during appointment hours

7. In which situations do you make an appointment with the International Coordinator?

When I have questions regarding my exchange destination

When I have questions about the Learning Agreement

Some other reason. What?

8. What information would you like to have via email from the International Services?

Reminders about e.g. orientation info

Instructions about e.g. what documents you have to return after your exchange to get the credits

Information about e.g. Learning Agreement and how to fill it in

Something else. What?

9. How should the International Services communicate on Facebook, so that it would benefit you?

Send reminders about e.g. orientation info

Send personal messages instead of emails

I do not want messages from the International Services via Facebook, but I could contact the International Services myself via Facebook

Something else. What?

I did not know that there was an Outgoing Exchange Students FB group

I am not in the Outgoing Exchange Students FB group

10. Should the International Services use other social media channels then Facebook?

Yes, Twitter

Yes, some other channel. What?

I do not need communication from the International Services in other social media channels

11. Evaluate the following communication channels on how useful they are concerning your exchange

Useful	Somewhat useful	Somewhat useless	Completely useless
--------	-----------------	------------------	--------------------

MyNet

Email

Appointments with the International Coordinator

Outgoing Exchange Students FB group

12. In your opinion the communication of the International Services works:

a) well. All the information is easy to find and there is a possibility to contact the International Coordinators

b) better if the information was not so hard to find. What would help you find the information?

c) okay since I know where I can find the information, but I do not think there is enough ways to contact the International Coordinators. What would help you contact the International Coordinators

d) needs improvement since the information is hard to find and I do not have enough ways to contact the International Coordinators. What would help you find the information and contact the International Coordinators?

13. Comments, ideas or hopes regarding MyNet, the Facebook group, emails or appointments?