

SOMEA PORTAITTAIN

Sosiaalisen median koulutusohjelma Maanpuolustuskoulutus-
yhdistykselle

Riitta Törn-Säkkinen

Opinnäytetyö
Alueiden käytön suunnittelu
Koulutus
Agrologi (YAMK)

2015

Luonnonvara- ja ympäristöala
Alueiden käytön suunnittelun
koulutus

Tekijä	Riitta Törn-Säkkinen	Vuosi	2015
Ohjaaja	Tanja Rautiainen		
Toimeksiantaja	Maanpuolustuskoulutusyhdistys		
Työn nimi	Somea portaittain - Sosiaalisen median koulutusohjelma Maanpuolustuskoulutusyhdistykselle		
Sivu- ja liitemäärä	78 + 2		

Sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen merkitys on tunnistettu ja tunnustettu Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen (MPK) toiminnassa. Järjestelmällinen toimijoiden kouluttaminen on kuitenkin puuttunut, ja kurssien sisältöjä ei ole kirjoitettu mallikursseiksi. MPK toimii kolmiportaisen nousujohtaisen koulutuksen mallilla, mutta sosiaalisesta median käytöstä mallia ei ole ollut. Selvittämättä on myös ollut, miten ja millä tasolla aktiiviset toimijat ja toimihenkilöt käyttävät verkkokoulutuksen työkaluja ja sosiaalista mediaa.

Jotta sosiaalisen median käyttöä voidaan lähteä järjestelmällisesti kouluttamaan toimijoille (vapaaehtoistoimijat ja palkatut työntekijät), on ensin saatava selville käyttäjien lähtötaso, määritettävä tavoitteet ja kartoitettava käytössä olevien työkalujen mahdollisuudet. Opin-näytetyön toimeksiannon tavoitteena oli selvittää toimijoiden nykyhetkinen sosiaalisen median käytön taitotaso sekä toimijoiden asenteet sosiaalista mediaa ja verkkokoulutusta kohtaan. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda konstruktiona MPK:n käyttöön sosiaalisesta mediasta kolmiportainen malli, joka on mahdollista toteuttaa osittain verkossa.

Tutkimuksen viitekehyksessä pyrittiin kuvaamaan kansalaisjärjestöjen ja Puolustusvoimien sosiaalisen median käyttöä. Tavoitteena oli löytää kahden erilaisen toimintaympäristön luomassa kokonaisuudessa tapoja kouluttaa ja käyttää sosiaalista mediaa hyväksyttävällä tavalla ja turvallisesti ja hakea esimerkkejä hyviksi havaituista toimintamalleista. Sosiaalisen median koulutusohjelmaa rakentui konstruktiivisena osana opinnäytetyötä, ja siitä toteutettiin ensimmäinen porras eli perustaso. Lisäksi seuraavat koulutustasot eli jatkotaso ja eksperttitaso suunniteltiin osana opinnäytetyön toteutusta.

Asiasanat kokonaismaanpuolustus, maanpuolustustyö, Moodle, verkkokoulutus, sosiaalinen media

Muita tietoja Työhön liittyy verkkokurssi osoitteessa www.pvmoodle.fi

School of Natural Resources and
the Environment
Landscape Management of Master
Degree Programme

Author	Riitta Törn-Säkkinen	Year	2015
Supervisor	Tanja Rautiainen		
Commissioned by	The National Defence Training Association of Finland		
Subject of thesis	Three steps of social media - Training program of social media for The National Defence Training Association of Finland		
Number of pages	78 + 2		

The importance of social media and e-learning has been identified and recognized in the National Defence Training Association of Finland (MPK). However, there has not been any systematic training of operators and the course content is not written as model courses. The National Defence Training Association of Finland operates and educates by three-phase training, but there is no model course for social media. Nobody has researched how and at what level active operators and staff use e-learning tools and social media.

In order to educate systematically social media for volunteers and employees, must first be determined the output level of users, define objectives and survey opportunities of the tools available. The goal of the research was to examine the current skill level and the attitudes towards social media and e-learning. The aim of the thesis was to create three-phase model of social media as a construction for The National Defence Training Association of Finland. It is planned to be partly organized as an online course.

The frame of reference of the study was to describe the use of social media at non-governmental organizations and the Defence Forces. The aim was to find common perspectives and ways to train and use social media safely and in an acceptable manner, and to seek examples of good practices. The social media training program was structured as a constructive part of the thesis, and the first step or basic level were accomplished. In addition, the following levels of education, advanced level and expert level, were designed as part of the implementation of the thesis.

Key words social media, national defence, integral defence, e-learning, Moodle

Special remarks Part of the thesis is online course on www.pvmoodle.fi.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Tutkimuksen taustaa.....	6
1.2	Tutkimusongelmat ja viitekehys	7
1.3	Tutkimusmenetelmät ja luotettavuus	10
2	KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY.....	15
3	TOIMINTAYMPÄRISTÖN KUVAUS	19
3.1	Maanpuolustuskoulutusyhdistys	19
3.2	Some viestinnän kanavana MPK:ssä	20
3.3	Some viestinnän kanavana Puolustusvoimissa	22
3.4	Someviestintä kansalaisjärjestöissä	26
4	VERKKOKOULUTUS	31
4.1	Verkkokoulutuksen perusta.....	31
4.2	Verkkokoulutus PVMoodlessa	35
5	KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTUS	38
5.1	Kyselytutkimus.....	38
5.1.1	Taustatiedot	38
5.1.2	Sosiaalisen median käyttö.....	39
5.1.3	Sosiaalisen median käyttö eri vastaajaryhmissä	43
5.1.4	Verkkokoulutus.....	44
5.1.5	Sosiaalisen media koulutusohjelma	48
5.1.6	Vapaaehtoiset tiedottajat.....	54
5.1.7	Johtopäätökset kyselystä	56
5.2	Teemahaastattelut	58
6	TOIMINTATUTKIMUKSELLINEN OSIO	63
6.1	Sosiaalisen median koulutusohjelman rakenne	63
6.2	Perustason toteuttaminen PVMoodlessa.....	65
6.3	Kurssin testaaminen ja arviointi	69
6.4	Jatkotason ja eksperttitason suunnittelu	70
7	POHDINTA.....	72
	LÄHTEET	75

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Konstruktivisen tutkimusotteen keskeiset elementit (mukaellen Lukka 2001).....	11
Kuvio 2. Sosiaalisen median maailmankartta (Harto Pönkä, 2014, CC BY-NC-ND)	15
Kuvio 4. Verkkokurssin ja -oppimateriaalin laadunhallinnan ja kehittämisen sykli (VOPLA 2012, CC BY-NC)	34
Kuvio 7. PVMoodlen tunnukset.....	45
Kuvio 8. MPK:n toimijoiden tarve sosiaalisen median koulutukselle	48
Kuvio 9. Sosiaalisen median osaamisen taso	49
Kuvio 10. Sosiaalisen median koulutukseen osallistumisen todennäköisyys	52
Kuvio 11. Ohjeistuksen selkeys on kurssin tärkeä elementti.....	66
Kuvio 12. Materiaali toteuttaa verkko-oppimisen tähtimallia	67
Kuvio 13. Oppimateriaalina on käytetty ajankohtaisia uutisia	68
Kuvio 14. Tehtävät aktivoivat toimimaan ja tutustumaan	69

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen merkitys on tunnistettu ja tunnustettu Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen (myöhemmin MPK) toiminnassa. Päivitetty viestintästrategia vuodelta 2013 nostaa vahvasti esille yhtenä merkittävänä tiedottamisen kanavana sosiaalisen median. Paikallisiin koulutus- ja tukiyksiköihin on rakennettu omat Facebook-sivut vuosien 2013–2014 aikana ja piireihin sekä koulutus- ja tukiyksiköihin on valittu vapaaehtoisia tiedottajia ottamaan vastuulleen myös sosiaalisen median käyttöä. MPK on ottanut myös ensiaskelia muiden sosiaalisen median palveluiden käyttöön ja vuonna 2015 sille avattiin Instagram- ja Twitter-tilit.

Sosiaalisen median käyttöä on koulutettu jatkotasolla lähinnä tiedottajille. Osalla alueista on toteutettu myös viestinnän peruskursseja. Järjestelmällinen toimijoiden kouluttaminen on kuitenkin puuttunut ja kurssien sisältöjä ei ole kirjoitettu mallikursseiksi. MPK toimii kolmiportaisen nousujohtaisen koulutuksen mallilla, mutta sosiaalisesta median käytöstä mallia ei vielä ole. Selvittämättä on myös, miten ja millä tasolla aktiiviset toimijat ja toimihenkilöt käyttävät verkkokoulutuksen työkaluja ja sosiaalista mediaa. Jotta sosiaalisen median käyttöä voidaan lähteä järjestelmällisesti kouluttamaan toimijoille (vapaaehtoistoimijat ja palkatut työntekijät), on ensin saatava selville käyttäjien lähtötaso, määritettävä tavoitteet ja kartoitettava käytössä olevien sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen työkalujen mahdollisuudet.

Opinnäytetyön toimeksiannon tavoitteena on selvittää toimijoiden nykyhetkinen taso sekä suunnata katseet kohti tulevaisuutta. MPK uusii viestintästrategiaansa vuosien 2015–2016 aikana ja sen pohjaksi on hyvä selvittää toimijoiden osaamisen ja asenteiden nykytila sosiaalista mediaa

kohtaan. Lisäksi tavoitteena on luoda sosiaalisen median koulutusmalli, jonka ensimmäinen osa toteutetaan opinnäytetyn konstruktiona. Erityisesti Lapin olosuhteisiin verkkokoulutuksen ja sosiaalisen median käyttömahdollisuuksien selvittäminen sopii hyvin, sillä nousujohteisen kouluttautumisen mahdollistaminen myös pitkien välimatkojen maakunnassa tuo tasa-arvoa kouluttautumismahdollisuuksiin. Koulutusmahdollisuuksien lisääminen harvaan asutulla maaseudulla on aluekehityksen kannalta merkittävä asia. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisema Suomen aluekehittämisstrategia 2020 kannustaa työkäisiä osaamisen jatkuvaan ylläpitoon ja kehittämiseen. Raportissa tuodaan esille vahvasti harvaan asuttujen alueiden tasa-arvoista asemaa kasvukeskusten rinnalla sekä etä- ja monimuoto-opiskelun mahdollisuuksia paitsi tutkintotavoitteisessa, myös muussa osaamista lisäävässä koulutuksessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 98, 116–120.) Alueiden kehittämisen koulutusohjelman tavoitteisiin soveltui hyvin valtakunnallinen kehittämistehtävä, jonka tavoitteena on lisätä kansalaisten koulutusmahdollisuuksia ja toteuttaa konstruktiona MPK:lle uudenlaista koulutusta vastaamaan myös pohjoisen osaamistarpeiden kehittämiseen.

1.2 Tutkimusongelmat ja viitekehys

Tutkimusongelmat voidaan esittää seuraavasti:

- Millaisia sisältöjä sosiaalisen median koulutusportaisiin tuotetaan?
- Millä tasolla MPK:n sitoutuneiden ja palkattujen toimijoiden sosiaalisen median käyttötaito on?
- Mitä rajoitteita yhteistyö Puolustusvoimien kanssa asettaa sosiaalisen median käyttöön vapaaehtoisessa maanpuolustustyössä?
- Millaisia tarpeita organisaatiolla on ja millaisia tarpeita yksilöillä on sosiaalisen median käyttöön tulevaisuudessa?

Tutkimuksen aloitusvaiheena oli tutkimushypoteesi olemassa johtuen omasta MPK:n viestintäkouluttajan ja Kainuun koulutus- ja tukiyksikön tiedottajan

roolistani johtuen. Lisäksi olimme käyneet aiheesta keskusteluja toimeksiantajan kanssa, joka vahvisti omaa tutkimuksen lähtöoletustani. Tutkimushypoteesina oli, että sosiaalisen median koulutusta tarvitaan ja se voidaan toteuttaa osin verkkokoulutuksena. Lähtöoletuksena oli myös, että toimijoiden osaaminen sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen alueilla on kirjoltaan hyvin laajaa ja yli 2800 toimijan joukkoon mahtuu sekä erittäin osaavia "some-aktiiveja" että henkilöitä, joilla ei ole minkäänlaista kokemusta sosiaalisesta mediasta tai verkkokoulutuksesta. Tätä käsitystä tuki osaltaan vuoden 2015 alussa tehty kouluttajakysely, jossa kävi ilmi, että verkkokouluttajana toimiminen kiinnostaa 30,3 prosenttia sitoutuneista toimijoista. Myös sosiaalisen mediaan kouluttajakyselyssä suhtauduttiin melko positiivisesti, vaikka selvästi myös vastustusta käyttöä kohtaan ilmeni.

MPK:n tarpeet sosiaalisen median käyttöön sekä verkkokurssien toteutukseen tulivat ilmi jo toimeksiannon suunnitteluvaiheessa. Koulutuspäällikkö Juha Niemi esitti aiheeksi sosiaalisen median kolmiportaisen koulutusmallin luomista ja taustatutkimusta, jolla kerätään pohjatietoa koulutuksen sisältöä, rakennetta ja toteutusta varten. Viestintästrategiassa, joka oli päivitetty vuonna 2013, oli nostettu esille sosiaalisen median rooli markkinoinnissa, viestinnässä ja maineenhallinnassa. Strategiassa nostettiin esille myös vapaaehtoistoimijoiden merkitystä viestinnässä. MPK:ssä on toimittu päämäärätietoisesti viimeisten vuosien ajan sosiaalisen median palvelujen käyttöönotossa kouluttamalla paikallisia tiedottajia, mutta laajemmin vapaaehtoistoimijajoukon tavoittavaa koulutusta ei ole ollut tarjolla. Tähän koulutuspäällikkö Niemi halusi vaikuttaa verkkokoulutuksen keinoin. Organisaatiolähtöinen tarve oli olemassa tutkimuksen aloitusvaiheessa, mutta selvittämättä oli, miten yksilön tarpeet ja organisaation tarpeet kohtaavat toisensa.

Tutkimus keskittyy MPK:n toimijoiden asenteisiin sosiaalista mediaa ja verkkokoulutusta kohtaan sekä heidän nykyiseen taitotasoonsa palveluiden käytössä. Tavoitteena on luoda MPK:n käyttöön sosiaalisesta mediasta kolmiportainen malli, josta mahdollisesti joku osa toteutetaan verkossa. Tämän

vuoksi tutkimus on rajattu teoriapohjaltaan käsittämään sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen työkalujen käyttö kansalaisjärjestöissä sekä Puolustusvoimissa. MPK tekee tiivistä yhteistyötä Puolustusvoimien kanssa ja Puolustusvoimien linjaukset sosiaalisen median käytöstä harjoituksissa vaikuttavat osittain MPK:n toimintaan. Tavoitteena ei siis ole selvittää käsitteiden määrittelyä enempää, mitä sosiaalinen media tai verkkokoulutus on. Tavoitteena on selvittää, miten järjestötoiminnan ja maanpuolustustyön lomittaisessa kentässä voidaan hyödyntää sosiaalista mediaa ja kouluttaa toimijoita.

Tutkimuksen viitekehyksessä pyritään kuvaamaan kansalaisjärjestöjen ja Puolustusvoimien sosiaalisen median käyttöä. Tavoitteena on löytää kahden erilaisen toimintaympäristön luomassa kokonaisuudessa tapoja kouluttaa ja käyttää sosiaalista mediaa hyväksyttävällä tavalla ja turvallisesti. Tavoitteena ei ole kuitenkaan löytää pelkästään rajoitteita sosiaalisen median ja verkon käytölle vaan hakea esimerkkejä hyviksi havaituista toimintamalleista. Kehittämistutkimuksessa teoreettinen viitekehys keskustelee omien tutkimustulosten kanssa ja tutkija palauttaa lopuksi omat tutkimuslöydöksensä alan tietovarantoon (Kananen 2012, 17). Tutkimuksen tavoitteena on saada aiempi asiaa sivuava tutkimustieto ja tutkimuksen aikana syntyvä tieto vuoropuheluun, jonka seurauksena löytyy toimintamalleja ja ratkaisuja tutkimusongelmiin.

Tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen suoraan soveltuvaa materiaalia on olemassa melko vähän. MPK toteuttaa kouluttajakyselyitä sitoutuneille toimijoille. Edellinen kouluttajakysely lähetettiin vuonna 2015, mutta sen kysymykset kohdentuvat pääasiassa kouluttajana ja kurssinjohtajana toimimiseen sekä tyytyväisyyteen MPK:n toimintaan. Aiheita sivuavia selvityksiä on tehty, esimerkiksi Heli Häyrynen on vuonna 2009 tehnyt tutkimuksen ”Kouluttajan kintereillä. Tutkimusraportti MPK:n koostumuksesta, heidän motiiveistaan kouluttajina sekä siitä, miten yhdistys voisi tukea heidän toimintaansa”.

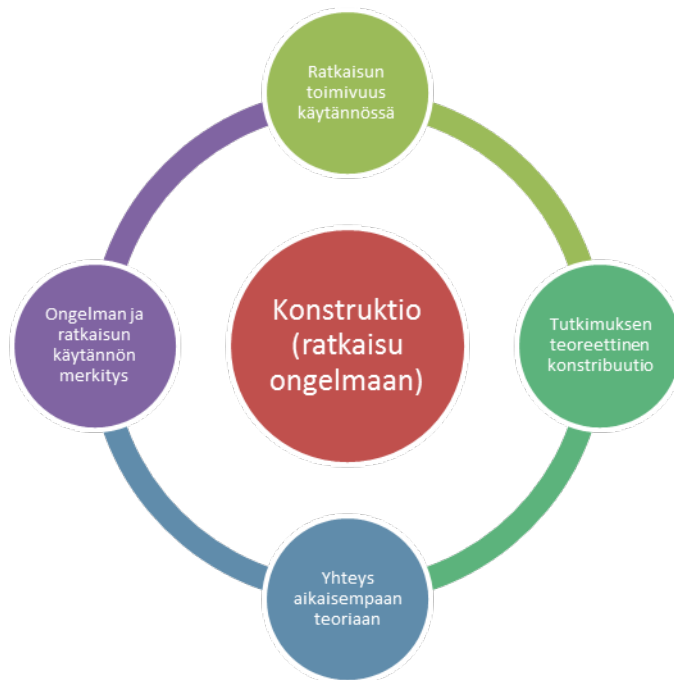
Myös Maanpuolustuskorkeakoulun tutkielmista ja julkaisuista löytyy aihetta sivuavia tutkimuksia. Matti Kuokkanen on julkaissut vuonna 2014 tutkielman ”Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen käytettävyys Puolustusvoimien reservin koulutuksessa”, Tommi Huttunen 2011 pro gradun ”Monimuoto-opetuksen hyödyntäminen reserviläiskoulutuksessa” ja Henrik Matilainen 2014 tutkielman ”Verkko-opetus - ratkaisu reserviläisten orientointiin kertausharjoituksessa.” Aihetta on lähestytty Maanpuolustuskorkeakoulussa uhkienkin näkökulmasta, Jari Holopainen on julkaissut vuonna 2011 tutkielman ”Sosiaalisen median mahdollisuudet ja riskit Puolustusvoimissa”. Kuitenkaan nämä tutkimukset ja selvitykset eivät suoraan sovi sovellettaviksi MPK:n toimintaan, joka ei ole kokonaisuudessaan sotilaallista. Yhtenäisiä näkökulmia on kuitenkin löydettävissä.

Sosiaalisen median käytöstä kansalaisjärjestöissä on tehty myös tutkimuksia ja selvityksiä. Mari Mäkinen on tehnyt Tampereen yliopiston pro gradu -työnsä vuonna 2013 aiheesta ”Jos ei meidän viestit mene läpi niin ei kukaan tiedä meidän olemassaoloa - Kansalaisjärjestöjen viestintä muuttuneessa mediassa”. Sosiaalisesta mediasta on kirjoitettu ja julkaistu paljon 2010-luvulla, mutta Facebookin käyttöön Suomessa pureudutaan Seija Ridellin vuonna 2011 julkaisemassa tutkimuksessa ”Elämää Facebookin ihmemaassa”. OK-opintokeskus on tehnyt vuonna 2012 selvitystä järjestöjen lähitulevaisuuden koulutus- ja osaamistarpeista, jossa sosiaalinen media nousi erityisesti esille. Kuitenkin suoraan julkisoikeudellisen järjestön sosiaalisen median käytöstä ja koulutuksesta on tutkimustietoa vähän.

1.3 Tutkimusmenetelmät ja luotettavuus

Tutkimus on konstruktivistisesta kehittämistutkimuksesta, sillä lopputuloksena syntyy kolmiportainen koulutusmalli sekä ensimmäinen osa mallista eli perustason verkkokurssi, joka myös evaluoidaan. Konstruktioivinen tutkimusote (Kuvio 1.) on innovatiivisia konstruktioita tuottava tutkimusote, jolla pyritään ratkaisemaan

reaalimaailman ongelmia. Tämän tutkimusotteen ydinkäsitteelle, konstruktiolle, on tunnusomaista, että se keksitään ja kehitetään, ei löydetä. Konstruktiivisessa tutkimuksessa keskitytään tosielämän ongelmiin, jotka koetaan käytännössä tarpeellisiksi ratkaista. Siinä tutkija ja käytännön edustajat tekevät läheistä tiimityötä, jossa tapahtuu kokemuksellista oppimista ja tuottaa konstruktion, joka on tarkoitettu ratkaisemaan alkuperäinen tosielämän ongelma. (Lukka 2001.)



Kuvio 1. Konstruktiivisen tutkimusotteen keskeiset elementit (mukaellen Lukka 2001)

Tutkimuksessa on menetelminä käytetty kyselyä ja teemahaastattelua sekä kirjallisuustutkimusta. Opinnäytetyöhön sisältyvä kyselytutkimus (Liite 1.) on kvalitatiivinen (laadullinen) ja luonteeltaan kartoittava. Tavoitteena on ollut antaa tilaa kyselyyn vastanneiden näkemyksille ja saada heidät kuvailemaan ja perustelemaan avoimissa vastauksissa tarkemmin vastauksiaan. Eskolan ja Suorannan (1999) mukaan laadullinen tutkimus ymmärretään karkeimmillaan yksinkertaisesti aineiston ja analyysin muodon kuvaukseksi, joka on ei-numeraalista. Tutkimukseni kyselyssä on avointen kysymysten ja

monivalintavaihtoehtojen mukana Likert-mallia soveltavia asteikkokysymyksiä. Nämä yleensä yhdistetään kvantitatiiviseen tutkimukseen. Shirani, Aiken ja Reithel kritisoivat Likert-tyyppisiä kyselyjä, sillä jokainen vastaaja arvioi omalla tavallaan mielipiteitään kysytyistä asioista. Toinen vastaaja voi olla erittäin tyytymätön kysytyyn asiaan ja toinen vain lievästi tyytymätön, mutta silti molemmat rastittavat kyselyssä ykkösen. Tällöin vastauksista ei ole vedettävissä täysin aukottomia johtopäätöksiä vastaajien mielipiteistä. (Shirani yms. 1994, 19.)

Tämän vuoksi kyselyssäni merkittävässä roolissa ovat avoimet kysymykset. Tällöin kysyttävä ei joudu arvottamaan asioita vaan saa kertoa omista kokemuksistaan vapaammin. Jotta verkkokurssi vastaisi sisällöltään ja toteutukseltaan mahdollisimman hyvin erilaisten toimijaryhmien tarpeita, on kyselyssäni niin asteikko-, monivalinta-, kuin avoimia kysymyksiäkin. Kun näiden tuloksiin yhdistetään teemahaastatteluista saatavat vastaukset, voidaan puhua menetelmätriangulaatiosta. Tällöin tutkimuskohdetta tutkitaan useilla eri aineistonhankinta- ja tutkimusmenetelmillä. Kyselyn avoimista vastauksista on nostettu esille teemoittelun ja käsitekartan avulla yleisiä teemoja. Teemoittelussa ja esiin nousevien aiheiden valinnassa on pitänyt kuitenkin varoa, etteivät tulokset kuvaa tutkijan omia käsityksiä, vaan pysytään tutkittavassa asiassa. (Eskola & Suoranta 1999, 179–180.) Avoimista vastauksista on eroteltu tutkimusongelman kannalta olennainen informaatio, jota on ensin analysoitu teemoittelemalla ja käsitekartan avulla tämän jälkeen sitten tulkittu. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 143-146.)

Tutkimustulosten luotettavuutta voidaan arvioida validiteetin ja reliabiliteetin näkökulmista. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä ja sitä, että tutkimuksessa on tutkittu, mitä on luvattu. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen toistettavuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136–137.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa on arvioitava kokonaisuutta. Tutkimuksen kohde ja tarkoitus, tutkijan oma sitoumus aiheeseen, aineiston keruutavat, tutkimuksen kesto, aineiston analyysi ja tutkimuksen raportointi ovat

esimerkkejä aiheista, joita luotettavuutta arvioitaessa on otettava huomioon. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140–141.) Kehittämistutkimuksessa yhtä tärkeä luotettavuuteen vaikuttava tekijä tieteellisyyden rinnalla on lopputulos. Tämän vuoksi kehittämistutkimuksessa on syytä muistaa koko työn ajan, että kyseessä on kaksi prosessia: kehittämistyö ja tutkimustyö. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta lisäävät paitsi tarkka dokumentointi myös teemoitellun aineiston ristiriidattomuus, teemahaastattelut sekä saturaatio eli havaintoyksiköiden tutkiminen siihen asti, kunnes havainnot alkavat toistamaan itseään. (Kananen 2012, 172–175.)

Työssäni korkea vastaajamäärä ja -prosentti lisäsivät validiteettia. Myös avointen vastausten määrä mahdollisti vastausten syvemmän analyysin kuin pelkät asteikkokysymykset olisivat mahdollistaneet. Menetelmätriangulaatio, jossa yhdistyivät erilaisin menetelmin saadut vastaukset, lisäsivät validiteettia. Validiteettia voi kuitenkin laskea vastauksista selkeästi esille noussut oletus, että vastaukset voidaan yhdistää vastaajaan. Vaikka saatteessa tuotiin esille vastausten anonyymi luonne, olettivat monet vastaajista, että tulosten käsittelijällä on käytössään hänen aiempi vastauksensa ja mahdollisuus yhdistää vastaus sähköpostiosoitteeseen, johon kysely lähti Surveypal-ohjelman kautta. Vastauksissa oli nähtävissä oman osaamisen yliarviointi suhteessa määriteltyyn osaamisen tasoon ja tämä voi osin selittyä tarpeella profiloitua ammattilaisena.

Kokonaisuudessaan 951 vastaajan ja 34 % vastausmäärän voidaan kuitenkin katsoa tekevän tutkimuksesta validiteetiltaan luotettavan. Toki kyselyyn jätti vastaamatta 1876 vastaajaa, joten voidaan spekuloida, ovatko vastaamatta jättäneet kokeneet aiheen itselleen kyselyyn vastanneita vieraammiksi. Olisiko heidän asenteensa ollut positiivisempi vai negatiivisempi, vai olisivatko he suhtautuneet aiheeseen välinpitämättömästi. Vaikka vastausaika oli pitkä (kolme viikkoa) ja vastaamisesta muistutettiin vastaamattomia, oli joukossa satoja henkilöitä, joiden sähköpostiosoite ei ollut enää toiminnassa. Lisäksi osa toimijoista ei välttämättä lukenut kyselyn aikana sähköpostiaan. Voidaankin

pohtia, olisiko näiden tietokoneen ja sähköpostin vähemmän aktiivisten käyttäjien vastausten sisältö muuttanut tuloksia. Kuitenkin vastaajien profiili sukupuolen, iän ja maantieteellisen sijainnin mukaan vastaa hyvin MPK:n toimijoita, joten voidaan olettaa, että myös vastaukset antavat luotettavan kuvan toimijoiden osaamisesta ja asenteesta.

Reliabiliteetin kannalta avointen vastausten määrä lisää luotettavuutta. Vastausten tulkintaa helpottaa teemoittelun ja käsitekartan avulla nostettujen perusteiden ja vastausten taustojen esiintuonti (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2015). Teemoittelun avulla esiin saatiin myös teemahaastattelujen aiheet ja kysymykset. Ongelmana teemoittelussa voi kuitenkin olla tutkijan oma suhde aiheeseen. Kun itse kuuluu vastaajajoukkoon ja toimii sosiaalisen median kouluttajana MPK:ssä, on riski tulkita vastauksia oman näkökulmansa kautta. Tähän piti kiinnittää erityistä huomiota ja teemoittelu tapahtuikin järjestelmällisesti taulukoimalla avoimista vastauksista löytyneitä sisältöjä. Vastauksissa näkyi paikoitellen myös hyvin kriittinen suhtautuminen sosiaaliseen mediaan ja tämä nousee myös taulukoinnissa esille.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat myös kysymysten asettelu eli ymmärsivätkö kaikki vastaajat kysymykset samalla tavalla (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2015). Kyselyssä kysyttiin sosiaalisen median osalta suhtautumista ja käyttötottumuksia. Lisäksi kysyttiin suhtautumista verkkokoulutukseen ja PVMoodleen, koska lähtöoletuksena oli mahdollisuus toteuttaa sosiaalisen median koulutusohjelma osittain verkkokoulutuksena. Osalta vastaajista meni sekaisin sosiaalinen media ja verkkokoulutus, mutta varsinaisiin tuloksiin käsitteiden sekaantuminen ei vaikuttanut. Avoimista vastauksista käy ilmi, että muuten kysymyksenasettelut oli ymmärretty oikein, vaikka muutamissa vastauksissa tuotiin esille kysymysten laaja-alaisuutta ja osittaista epätarkkuutta. Tavoitteena oli kuitenkin nostaa vastauksien kautta esille asenteita ja hiljaista tietoa, jonka vuoksi vastaajille annettiin mahdollisuus tuoda hyvin vapaasti omia kokemuksia ja mielipiteitä esille.

2 KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Sosiaalinen media (usein myös some) on julkista keskustelua, tiedon rakentelua ja jakamista verkossa (Kalliala & Toikkanen 2012, 17–18). Sosiaalinen media rakentuu sisällöistä, yhteisöistä ja Web 2.0 -teknologiasta, joka mahdollistaa aiempaa vuorovaikutteisemmän toiminnan verkossa. Sosiaalisen median palvelut perustuvat kokonaan käyttäjien tuottamaan sisältöön tai käyttäjillä on muuten merkittävä rooli niiden toiminnassa. Sosiaalisen median palveluja on lukuisia, niistä yleisimmät esitellään vuoden 2014 käyttäjämäärien mukaan kartaksi piirrettynä kuviossa 2. (Pönkä 2014, 80.)



Kuvio 2. Sosiaalisen median maailmankartta (Harto Pönkä, 2014, CC BY-NC-ND)

Verkkokoulutus tarkoittaa opiskelua, jota tuetaan verkossa. Lisäksi osa tai kaikki koulutuksesta pohjautuu internetin kautta saataviin tai internetissä oleviin aineistoihin (Tella 2001, 21).

PVMoodle on Puolustusvoimien verkko-oppimisympäristö, jossa myös MPK toimii. PVMoodleen pääsee internetosoitteesta www.pvmoodle.fi. Siviileille ja reserviläisille käyttäjätunnuksen luonti edellyttää kansalaisen asiointitilin luomista. (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2015; PVMoodle 2015.)

Facebook on maailman suosituin sosiaalisen median palvelu, jolla oli vuoden 2014 kesäkuussa 1,32 miljardia käyttäjää. Facebookin tärkeimmät ominaisuudet ovat omien sivujen tekeminen ja niillä julkaiseminen sekä omien kontaktien tekemien julkaisujen seuraaminen. (Pönkä 2014, 84–85.)

Youtube on internetin suosituin videopalvelu, jolla oli syyskuussa 2014 yli miljardi kuukausittaista käyttäjää. Palvelusta katsotaan kuukausittain yli kuusi miljardia tuntia videoita. Palvelu tarjoaa kenelle tahansa mahdollisuuden omien videoiden julkaisuun. Suurin osa käyttäjistä käyttää Youtubea kuitenkin videoiden katseluun ja heille tarjolla on viihdettä sekä opetusvideoita. (Pönkä 2014, 115–116.)

Twitter on mikroblogi, joka tunnetaan 140 merkin pituisista viesteistä eli twiiteistä. Twitterin tärkeimmät ominaisuudet ovat toisten käyttäjien vapaa seuranta sekä mahdollisuus tulla itse seuratuksi. Twitterillä oli vuoden 2014 kesäkuussa 271 miljoonaa aktiivista käyttäjää. (Pönkä 2014, 97.)

Instagram on tabletteihin ja älypuhelimiin saatavilla oleva kuvanjako- ja yhteisöpalvelu. Käyttäjät voivat jakaa sovelluksessa kuvia ja ottaa suoraan Instagramilla kuvia ja käsitellä niitä sovelluksessa. Instagramilla oli vuoden 2013 maaliskuussa 200 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää. (Pönkä 2014, 121.)

Blogit ovat www-sivustoja, jotka koostuvat aikajärjestyksessä luoduista kirjoituksista eli blogiartikkeleista. Olennainen osa nykyaikaista blogia on vuorovaikutteisuus lukijoiden kanssa. Esimerkkejä blogipalveluista ovat WordPress (yli 409 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää vuonna 2014), Blogger (yli 500 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää vuonna 2014) ja Tumblr (noin 200 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää vuonna 2014). (Pönkä 2014, 124–129.)

Wikit ovat kollektiivisia tietopankkeja ja yhteistyöalustoja, joita käyttäjät voivat paitsi lukea myös muokata. Tutuin wiki-palvelu on Wikipedia-tietosanakirja, jolla oli syyskuussa 2014 yli 400 miljoonaa käyttäjää kuukaudessa. Wikipedia on netissä julkaistava vapaan sisällön tietosanakirja, jota kirjoitetaan yli 250 kielellä. Wikiohjelmia ja -palveluita on kuitenkin tuhansia erilaisia. (Pönkä 2014, 130–131.)

LinkedIn on työelämään keskittyvä sosiaalisen median verkostopalvelu. Käyttäjät luovat palveluun liittyessään profiilin, joka vastaa käyntikorttia ja ansioluetteloita. Toistensa kontakteina olevat käyttäjät voivat antaa toisilleen suosituksia yhteisistä työprojekteista ja yksittäisistä taidoista. LinkedInillä oli vuoden 2014 huhtikuussa 388 000 rekisteröitynyttä käyttäjää. (Pönkä 2014, 107–109.)

Skype on internet-puhelu- ja pikaviestiohjelma, jolla voi soittaa video- ja äänipuheluita. Ryhmäpuhelussa on mahdollista olla kerralla maksimissaan 25 osallistujaa. Lisäksi käyttäjät voivat lähettää toisille pikaviestejä ja liitetiedostoja sekä jakaa tietokoneensa näytön toisten katsottavaksi. Skypellä oli vuoden 2013 elokuussa yli 300 miljoonaa käyttäjää. (Pönkä 2014, 137.)

WhatsApp on vain älypuhelimien saatavilla oleva pikaviestisovellus, jolla käyttäjät voivat lähettää toisilleen ilmaisia viestejä. Viestit voivat sisältää tekstiä, kuvia, videoita ja ääntä. Viestit voi osoittaa joko yksittäiselle tai monelle käyttäjälle samalla kertaa, jolloin ryhmästä voi muodostua keskustelukanava

ryhmän jäsenten välille. WhatsAppilla oli vuoden 2014 elokuussa yli 600 miljoonaa aktiivista käyttäjää. (Pönkä 2014, 136.)

Pilvipalvelut ovat verkkopalveluita, joissa käyttäjien tiedot tallentuvat palveluntarjoajan internet-palvelimelle eli pilveen. Tätä voi pitää vastakohtana sille, että tiedostoja säilytetään oman tietokoneen tai muun laitteen muistissa. Tieto voidaan jakaa muiden käyttäjien saataville niin sanottujen jakolinkkien kautta. Esimerkkejä pilvipalveluista ovat Google Drive (vuoden 2014 kesäkuussa yli 190 miljoonaa käyttäjää), Microsoft OneDrive (vuoden 2014 kesäkuussa 250 miljoonaa käyttäjää) sekä Dropbox (vuoden 2014 toukokuussa yli 300 miljoonaa käyttäjää). (Pönkä 2014, 146–149.)

3 TOIMINTAYMPÄRISTÖN KUVAUS

3.1 Maanpuolustuskoulutusyhdistys

Maanpuolustuskoulutusyhdistys (MPK), on suomalainen julkisoikeudellinen yhdistys, joka toimii valtakunnallisena vapaaehtoisen maanpuolustuskoulutuksen yhteistyöjärjestönä. Yhdistyksen jäseniä ovat Kadettikunta, Maanpuolustuskiltojen liitto, Maanpuolustusnaisten Liitto, Naisten Valmiusliitto, Nylands Brigads Gille, Reserviläisliitto, Reserviläisurheiluliitto, Sininen Reservi, Sotilaskotiliitto, Suomen ampumaurheiluliitto SAL, Suomen Lentopelastusseura SLPS, Suomen Metsästäjäliitto, Suomen Radioamatööriliitto, Suomen Rauhanturvaajaliitto ja Suomen Reserviupseeriliitto. Määräysvaltaa yhdistyksessä käyttää valtioneuvosto ja toimintaa ohjaa ja valvoo Puolustusministeriö. Henkilöjäseniä MPK:lla ei ole. Vuodesta 1993 vuoden 2007 loppuun saakka tehtäviä hoiti rekisteröity yhdistys Maanpuolustuskoulutus ry, joka muuttui julkisoikeudelliseksi Maanpuolustuskoulutusyhdistykseksi, kun laki vapaaehtoisesta maanpuolustuksesta (556/2007) astui voimaan. (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2015.)

MPK:n tarkoituksena on tuottaa sotilaallista maanpuolustuskoulutusta, sekä muuta varautumis- ja turvallisuuskoulutusta. Koulutus järjestetään paikallisesti alueellisissa maanpuolustuspiireissä sekä valtakunnallisissa Ilma- ja Meripuolustuspiireissä sekä niiden koulutus- ja tukiyksiköissä. Kursseista noin kolmasosa on siviileille ja siviiliorganisaatioille suunnattua turvallisuus- ja varautumiskoulutusta. Kolmasosa koulutusta on sotilaallista koulutusta ja kolmasosa Puolustusvoimien tilaamaa koulutusta. Koulutuksesta vastaavat pääosin vapaaehtoiset kurssinjohtajat ja kouluttajat.

(Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2015.)

MPK on julkisoikeudellinen yhdistys, joka Tieteen termipankin mukaan tarkoittaa yhteisöä, jonka tarkoituksesta ja toiminnasta säädetään lailla tai

asetuksella. Julkisyhteisöt ovat laajassa merkityksessä julkishallinnon organisaatioita, eli ne ovat osa Suomen julkishallintoa. Julkisyhteisöt hoitavat julkisia hallinto- tai palvelutehtäviä ja käyttävät julkista valtaa. Julkisyhteisöt eivät voi vapaasti määrätä tarkoitustaan eivätkä yleensä vapaasti valita jäseniään. (Tieteen termipankki 2015.) MPK ei ole normaali kansalaisjärjestö eikä viranomainen, vaan toimii valtakunnallisena vapaaehtoisen maanpuolustuskoulutuksen yhteistyöjärjestönä ja jolla on vapaaehtoisesta maanpuolustuksesta annetun lain mukaisia tehtäviä. MPK:n vuonna 2015 julkaistussa strategiassa todetaan muun muassa, että

- MPK:n viestintä lisää toiminnan tunnettuutta. Se on aktiivista ja sisällöltään kiinnostavaa. Tuloksia arvioidaan säännöllisesti.
- yhteistyö jäsenjärjestöjen kanssa on jatkuvaa toiminnan kaikilla tasoilla.
- MPK on Puolustusvoimien strateginen kumppani.
- MPK on toimintaa ohjaavan ja valvovan puolustusministeriön luotettava kumppani.
- MPK toimii kiinteässä yhteistyössä keskeisten varautumis- ja turvallisuusalan järjestöjen kanssa.

(Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2015.)

Tämän vuoksi tarkasteltaessa sosiaalisen median käyttöä MPK:n toiminnassa, on huomioitava toiminnan erityispiirteet. Sosiaalisen median käytön linjauksia voidaankin kartoittaa vertaamalla MPK:n sosiaalisen median käyttöä paitsi muuhun järjestökenttään myös Puolustusvoimiin, jonka kanssa yhteistyö on tiivistä.

3.2 Some viestinnän kanavana MPK:ssä

MPK:n viestintästrategiassa (2013) määritellään viestinnän keskeisimmäksi tavoitteeksi toiminnan tunnettuuden lisääminen. Strategian mukaan tärkeää on tunnettuus etenkin sidosryhmien ja kansalaisten keskuudessa. Luotettava ja laadukas viestintä sisältyy kaikkeen toimintaan ja on osa jokaisen työntekijän,

myös vapaaehtoistoimijoiden tehtävänkuvaa. MPK:n toimintaa ohjaavat arvot ovat isänmaallisuus, vapaaehtoisuus ja osaaminen. Vision mukaan MPK on tunnettu, arvostettu ja kiinnostava kokonaisturvallisuudenkouluttaja, jonka koulutus on sotilaallisesti painottunutta. MPK tarjoaa myös varautumis- ja turvallisuuskoulutusta sekä kansalaisille että viranomaisille. Markkinoinnin tavoitteena on saavuttaa tulostavoitteet ja kasvattaa osallistujien lukumäärää kursseilla. Markkinoinnin avulla pyritään aktiivisesti luomaan myönteinen mielikuva MPK:n kurssitarjonnasta. Markkinoinnin avulla voidaan vahvistaa viestintää tavanomaisen tiedotuksen ohella ja vaikuttaa myönteisesti kohderyhmien asenteisiin ja kurssihalukkuuteen sekä päätökseen osallistua kurssille. (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2013, 1-5.)

MPK:ssä sosiaalinen media nähdään tärkeänä, uutena viestintäkanavana. Yhdistys suhtautuu myönteisesti työntekijöiden ja muiden toimijoiden sosiaalisen median käyttöön. Viestintästrategian mukaan se, miten MPK toimii ja näyttäytyy sosiaalisessa mediassa, on suoraan yhteydessä siihen, mitä yhdistyksestä ajatellaan ja miten sen toimintaan suhtaudutaan. Sosiaalinen media on osa maineenhallintaa. Sosiaalisen median käyttö tukee perinteisiä viestintäkanavia ja -keinoja. Sen hyötynä on esimerkiksi tiedonkulun ja vuorovaikutuksen lisääminen sekä uusien kohderyhmien tavoittaminen. Sosiaalisen median käyttö täydentää yhdistyksen muita toimintamuotoja. (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2013, 8-9.)

Keskeinen sosiaalisen median käyttötarkoitus MPK:llä on viestintä ja kurssimarkkinointi. Sosiaalisen median käyttö tulee yhdistyksen nimissä olla tavoitteellista ja aktiivista. Se tukee yhdistyksen viestinnän tavoitteita eikä ole irrallinen osa sitä. Esimerkiksi Facebook on hyvä työkalu kurssimarkkinoinnille ja koulutus- ja tukiyksikön viestinnälle. Viestintä sosiaalisessa mediassa tukee MPK:n maineenhallintaa, tukee työnantajamielikuvaa ja parhaimmillaan myös vahvistaa toimijoiden yhteenkuuluvuutta. (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2013, 7-8.)

Esimerkkeinä markkinoinnin eri keinoista sosiaalisen median palveluissa mainitaan viestintästrategiassa erikseen Facebook-sivut. Toimipisteiden ja suurien harjoitusten Facebook-sivujen avulla on helppo viestiä ajankohtaisista asioista reaaliajassa ja tavoittaa suuri joukko ihmisiä. Myös blogit ja keskustelupalstat tuodaan esille ja kehoitetaan seuraamaan sekä tarvittaessa kommentoimaan omalla alueellaan maanpuolustusjärjestöjen ja muiden asiaa lähellä olevien tahojen blogeja ja verkon keskustelupalstoja. Yleisistä sosiaalisen median käyttöohjeista viestintästrategiassa mainitaan erikseen kuvien tekijänoikeudet, lupa kuvattavilta kuvien julkaisuun, nettietiketti ja hyvät käytöstavat sekä jokaisen toimijan oma vastuu. ”Sosiaalisessa mediassa käyttäydytään hyviä käytöstapoja noudattaen. Yksilöiden ja yhteisöjen toimintatapoja kunnioitetaan. Kukin on itse vastuussa omasta toiminnastaan sosiaalisessa mediassa. Harkitse, kuuntele, seuraa ja osallistu.” (Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2013, 7-8.)

MPK on ottanut käyttöön myös Youtube-kanavan ja Instagram- sekä Twitter-tilit, vaikka vuodelta 2013 olevan viestintästrategian mukaan nämä sosiaalisen median palvelut eivät ole MPK:n käytössä. Vuonna 2011 perustetulla Facebook-sivuilla oli 27.8.2015 yhteensä 5348 tykkääjää. Vuonna 2015 perustetulla Instagram-sivulla #mpkoulutus oli 27.8.2015 seuraajia 62 ja vuonna 2015 perustetulla Twitter-tilillä MPKoulutus oli 29.10.2015 seuraajia 134. Vuonna 2014 perustetulla Youtube-kanavalla MaanPuolustusKoulutus oli julkaistu 27.8.2015 seitsemän videota. Lisäksi alueellisilla ja valtakunnallisilla harjoituksilla on Facebookissa omia sivuja, esimerkkinä näistä Hämeen Ilves, Pauha, SoMa ja Rova -harjoitukset. Myös kaikilla koulutus- ja tukiyksiköillä sekä Meri- ja Ilmapuolustuspiirillä on omat Facebook-sivunsa.

3.3 Some viestinnän kanavana Puolustusvoimissa

Puolustusvoimat on avautunut muulle yhteiskunnalle myös sosiaalisen median kautta 2010-luvulla. Vuonna 2011 toteutetussa Pyörremyrsky-harjoituksessa sosiaalinen media oli näyttävästi läsnä. Harjoituksen aikana tuotettiin

materiaalia Youtubeen, Facebookiin ja Twitteriin. Osallistujille ohjeistettiin sosiaalisen median käyttö seuraavasti:

Pyörremyrsky sosiaalisessa mediassa on myös mahdollisuus harjoitella operaatioturvallisuutta. Voit kertoa missä olit ja millaista oli, mutta et, missä olet, minne menet ja mikä sotilaallinen tehtäväsi on. Kaikki mikä harjoituksessa näkyy, ei välttämättä ole julkista tietoa. Jos et ole varma, kysy esimiehiltä.

Huolehdi omasta yksityisyyden suojastasi ja suojaa myös joukkueesi tietoturva ja yksityisyys. Opasta myös kotijoukkoja siihen, että he eivät paljasta tietojasi.

Paikkatiedon jakaminen on operaatioissa aina riski, joten säädä profiilisi kaikissa sosiaalisen median palveluissa siten, että paikkatietoa ei jaeta. Myös kameran tai kännykän GPS-laite voi paljastaa sijaintisi. Harjoitteleme operaatioturvallisuutta, jotta erityistilanteissa joukkueemme osaa suojautua. (Puolustusvoimat 2011.)

Suhtautuminen sosiaaliseen mediaan oli kuitenkin Pyörremyrskyssä positiivista. Harjoituksen Facebook-sivua seurasi 1594 ihmistä ja kommentointi oli aktiivista. Vuoden 2012 alussa Puolustusvoimat perustivat oman Facebook-tilin, jolla oli 27.8.2015 jo 21 160 tykkääjää ja Twitter-tilin, jolla oli 27.8.2015 seuraajia 10 800. (Puolustusvoimat 2015a; 2015b.) Puolustusvoimat ohjeistavat asevelvollisia myös aluetoimistojen omille Facebook-sivuilla ja Maavoimille sekä Ruotuväki-lehdelle on perustettu omat sivut Facebookiin. Lisäksi Puolustusvoimat on virallisesti esille Youtubessa omalla kanavallaan <https://www.youtube.com/puolustusvoimat> sekä Instagramissa #Ruotuväki- ja #Inttielämaa-sivuilla. Inttielämää-sivut on tarkoitettu varusmiehille, jossa he voivat jakaa omia kuviaan varusmiespalveluksesta. Lisäksi Puolustusvoimat löytyy LinkedIn:stä työnantajana, jossa se julkaisee työpaikkailmoituksia ja uratarinoita. (Puolustusvoimat 2015c.)

Vuonna 2012 Puolustusvoimat julkaisi myös sosiaalisen median strategian ”Puolustusvoimat is SOMething”, jota prikaatinkenraali Harri Ohra-aho avaa haastattelussa vuodelta 2012. Puolustusvoimien sosiaalisen median strategian tavoitetila on, että Puolustusvoimat

- parantaa ja kehittää sosiaalisen median käyttökulttuuria puolustusvoimissa.
- varmistaa, että palkattu henkilöstö mukaan lukien sotilaalliseen kriisinhallintaan osallistuvat sekä asevelvolliset osaavat toimia tieto- ja operaatioturvallisesti sosiaalisen median palveluissa, ja selventää henkilökohtaisen mielipiteen ja organisaation kannan eroa sosiaalisessa mediassa.
- ohjaa ja kouluttaa varusmiehet ja reserviläiset ymmärtämään, mitä asepalveluksesta, palvelustovereista ja operatiivisista tehtävistä - sekä rauhan että sodan aikana - voi kertoa ja mitä ei voi kertoa.
- tehostaa arkityötä sekä tuottaa myös kustannussäästöjä ihmisten ja toimintojen verkottamisella sosiaalisen median välineiden ja toimintaympäristöjen avulla.
- neuvoo ja keskustelee sosiaalisen median areenoilla ja sosiaalisen median tavoilla. Yhteisöllisyys, avoimuus ja osallistuminen ovat avainsanoja.
- seuraa ja analysoi keskustelua puolustusvoimien viestinnän ja erityisesti asevelvollisten asiakaspalvelun kehittämiseksi. Tunnistaa hiljaisia signaaleja keskusteluista ja esille nousevia teemoja puolustusvoimien toimialalla. Löytää ja tunnistaa virheellisen informaation sosiaalisen median palveluista sekä osallistuu oikean tiedon jakamiseen ja tarvittaessa virheellisen tiedon korjaamiseen.
- toimii aktiivisena, tietoisena ja vastuullisena sosiaalisen median palveluiden käyttäjänä ja vaikuttajana.

(Häläri 2012.)

Ohra-ahon mukaan Puolustusvoimat on ohjeistanut henkilöstönsä toimimaan turvallisesti ja viisaasti sosiaalisessa mediassa yksityishenkilönä. Ohjetta täydentävät esimerkit erilaisista tilanteista ja niihin liittyvästä hyväksyttävästä, harkittavasta tai ei-hyväksyttävästä toiminnasta sosiaalisen median palveluissa. Samalla tavalla puolustusvoimat on ottanut käyttöön sosiaalisessa mediassa toimimisen ohjeen, joka on suunnattu varusmiehille ja reserviläisille. Ohjetta

voidaan käyttää myös reserviläistoiminnassa. (Häläri 2012.) Varusmiehille ja reserviläisille suunnatuissa ohjeissa tuodaan esille Pyörremyrskyn esimerkin tavoin operaatioturvallisuutta, paikkatietoa ja palveluturvallisuutta. Sisällöltään ohjeet ovat samankaltaiset, mutta uusissa varusmiesohjeissa annetaan liikennevaloesimerkein konkreettisia ohjeita ja visualisoidaan, mikä on luvallista ja mikä luvatonta toimintaa (Kuvio 3.). (Puolustusvoimat 2012.)

Sosiaalisen median ohjeet *varusmies ja reserviläinen*



Hyväksyttävä toiminta



Käytä harkintaa ja kysy tarvittaessa apua



Ei hyväksyttävää toimintaa
(riski itsellesi tai organisaatiolle)

Varusmies ja reserviläinen

Voin varusmiespalveluksen aikana kertoa kasarmin tapahtumista henkilökohtaisen profiilini kautta?



Voin varusmiehenä ottaa kuvia ja videoita palveluspaikasta ja -kavereista ja julkaista kuvat sosiaalisessa mediassa.



Voin kirjoittaa omista tunnelmistani varusmiehenä esimerkiksi blogiin tai Facebookiin.



Voin kertoa palvelustoverieni ja johtajani nimet sosiaalisessa mediassa.



Huomioi

Osa asioista on sotilasasioita, joista et voi kertoa, sotilasesimiehesi kertovat missä raja menee.

Sotilasalueella kuvaaminen on pääsääntöisesti kielletty. Palveluskaverien kuvien käyttämisessä on kohteliasta kertoa, minne aikoo kuvat laittaa. Jos kaveri vastustaa, älä laita.

Kyllä voit. Muista kuitenkin, että sotilasasioista et voi kertoa, eikä myöskään sotilasalueella saa ottaa kuvia ja jakaa niitä sosiaalisessa mediassa.

Älä riko palvelustoverisi yksityisyyttä. Anna heidän itse päättää, ovatko nimet esillä. On eri asia antaa koko nimi kuin esimerkiksi mainita etunimi.

Kuvio 3. Puolustusvoimien sosiaalisen median ohjeissa konkretisoidaan hyväksyttyä toimintaa ja kiellettyä toimintaa (Puolustusvoimat 2012)

Puolustusvoimat on myös linjannut sivuillaan nettietiketin sääntöjä seuraavasti:

- ”Esiinny omalla nimelläsi ja keskustele asiallisesti ja asiasta.
- Kunnioita muita osallistujia. Eri mieltä saa olla, perustele tosiseikoin ja vältä henkilöön menevää arvostelua.
- Älä loukkaa toisen kunniaa, mainetta, yksityisyyttä tai tunteita keskusteluissa.
- Alatyylit, laiton sisältö tai linkin kohde sekä kaupalliset ilmoitukset ja markkinointi ovat kaikissa muodoissaan kiellettyjä sivulla. Asiattomat viestit voidaan poistaa ja pääsy sivulle voidaan estää tarvittaessa.”
(Puolustusvoimat 2015c.)

3.4 Someviestintä kansalaisjärjestöissä

Verkkolehti First Mondayssa (2008) Trebor Scholz kuvailee sosiaalisen median ideologiaa muun muassa osallistumisen, tiedon vapaan vaihdon ja kulun, demokratian sekä verkostoitumisen termeillä. Sosiaalinen media siis haastaa perinteisen ylhäältä alaspäin toteutettavan viestinnän muuttaen sen osittain alhaalta ylöspäin toteutettavaksi. Samalla se kuitenkin mahdollistaa vapaaehtoistoiminnalle perustuvan kansalaisjärjestön ruohonjuuritason toimijoiden aktivoitumisen.

Mari Mäkisen (2013) mukaan Järjestöjen viestintä sosiaalisessa mediassa on henkilökohtaista joukkoviestintää, koska viesti on yksilölähtöistä, sen sisällöstä päättää lähettäjä ja vastaanottajan määrittelemisen on ainakin tiettyyn rajaan asti mahdollista. Henkilökohtaisuus viittaa tässä kontekstissa koko järjestöön, sillä järjestö toimii yhdessä rintamassa ja yksilön kaltaisena sosiaalisessa mediassa. Järjestössä työskenteleviä yhdistävät samanlaiset pyrkimykset, minkä vuoksi viestintä on yhtenäistä ja suunnitelmallista sosiaalisessa mediassa. Järjestöt pystyvät henkilökohtaisella joukkoviestinnällä jakamaan tietoa kohdennetusti juuri niille, joiden tietävät olevan asiasta kiinnostuneita eli esimerkiksi ”tykkääjille” Facebookissa tai järjestön Twitter-tilin seuraajille.

Kansalaisjärjestöjen harjoittama henkilökohtainen joukkoviestintä voi haastaa perinteisen median, mutta siihen liittyy myös haasteita. (Mäkinen 2013, 37.)

Seija Ridellin (2013) tutkimuksen mukaan tämän hetken suosituimman sosiaalisen median palveluun Facebookiin liittymisen syistä tärkein on yhteys muihin ihmisiin ja viihdyttävyyys. Kuitenkin esiin nousee myös mielenkiinto uutisten seurantaan, ajan hermoilla pysymiseen, tykättyjen sivustojen tiedotteiden seuraamiseen ja aktiiviseen keskusteluun. (Ridell 2013, 67–87.) Facebook etunenässä voidaankin ajatella sosiaalisen median tarjoavan hyvän toimintaympäristön kansalaisjärjestölle, koska se kerää ihmiset yhteen keskustelemaan ja seuraamaan tapahtumia ja toimintaa. Yksiselitteisesti Facebook tai sosiaalinen media ei kuitenkaan ole järjestöille ongelmatonta. Ridellin tutkimuksessa Facebookin käyttäjät nostivat suurimpana huolenaiheenaan esille yksityisyyteen liittyvät ongelmat aina tietoturvasta henkilökohtaisen tilan hämärtymiseen ja teknissävytteisiin pelkoihin. Samoin käytön aikasyöppöys sai tutkimuksessa paljon negatiivista palautetta. (Ridell 2013, 91–92.)

Mari Mäkisen tutkimuksissa käy ilmi, että järjestöt kohtaavat osittain samantyyllisiä hyviä asioita ja ongelmia sosiaalisessa mediassa kuin yksityiset ihmiset. Järjestöt pitävät hyvänä, että kampanjoita on pystytty viemään eteenpäin sosiaalisessa mediassa ja sen myötä järjestöt ovat saaneet entistä enemmän näkyvyyttä. Positiivisena järjestöt kokevat uusien kohderyhmien tavoittamisen. Sosiaalisessa mediassa järjestöt lähestyvät etenkin nuoria, joille media yleensäkin tarkoittaa yksisuuntaisen joukkoviestinnän ohella vuorovaikutteisia viestinnän keinoja. Yhdeksi tärkeäksi keinoksi on havaittu asiantuntijakielen vähentäminen ja rennomman puhekielen suosiminen viestinnässä. Koska järjestöt pitävät julkaisukynnystä sosiaalisessa mediassa matalana, todennäköisyys virheellisten sisältöjen julkaisemiseen kasvaa. Lisäksi kiire ja sisältöjen muokkaaminen kunkin viestintäkanavan mukaan aiheuttaa virheiden pääsemistä verkkoon. Mäkisen haastattelemat

järjestövaikuttajat pitävät kuitenkin virheiden hyväksymistä välttämättömänä jos sosiaalisessa mediassa aiotaan toimia tuloksellisesti. (Mäkinen 2013, 37–39.)

Sosiaalisen median hyötyinä järjestöissä nähdään edullisuus, mahdollisuus vanhojen tukijoiden aktivoimiseen ja uusien rekrytointiin. Samalla sosiaalisen median käytössä nähdään kuitenkin sitoutumiseen liittyviä ongelmia. Monessa järjestössä on koettu, että sosiaalisen median kautta sitoutuminen järjestön toimintaan saati jäseneksi liittyminen on heikkoa. Toisaalta esiin on noussut myös kansalaisjärjestöjen oma toiminta sosiaalisessa mediassa. Järjestöt julkaisevat halukkaasti uutismateriaalia Facebook-sivuillaan mutta keskusteluun osallistuminen tai kommentoiminen on vaihtelevaa. Sosiaalisesta mediasta puhuttaessa yleensä nousee esille tiedon rajattomuus ja vapaa pääsy tiedon lähteille, mutta käytännössä toimintaperiaatteista johtuvat sosiaaliset kuplat rajaavat viestejä. Esimerkiksi kansalaisjärjestön julkaisema uutinen Facebookissa kiertää yleensä vain niiden näkyvillä, jotka tykkäävät kyseisestä uutisesta ja kokevat sen jakamisen arvoiseksi. Sosiaalisten kuplien vuoksi viestit leviävät vain rajatulle osalle ihmisiä, jotka asennoituvat myötämielisesti asiaan. Samalla yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuminen hankaloituu. (Mäkinen 2013, 39, 41-43, 45-46.)

Sosiaalinen media siis paitsi aktivoi ihmisiä, myös luo tietynlaisia illuusioita koko kansan ajattelen samalla lailla kuin henkilö itse. Esimerkiksi vuoden 2015 eduskuntavaalien jälkeen käytiin Suomessa keskustelua punaviherkuplasta, jossa näyttelijä Krista Kososen katsottiin kommentteineen elävän. Facebookin toimintamalli kuitenkin tärkeimpänä sosiaalisen median kanavana ruokkii yhä enemmän kupla-ajattelua. Jatkossa Facebook voi näyttää monta viestiä vaikka peräjälkeen samalta lähettäjältä. Lisäksi palvelu painottaa entisestään lähiystävien sisältöä ja antaa entistä vähemmän painoarvoa verkkojulkaisuille ja brändeille. Kaverit nousevat niiden edelle sekä sisältö, jota kaverit jakavat. (Storås 2015.)

Myös tiedon vastaanottaminen on muuttunut hankalammaksi. Tarjolla on runsaasti tietoa, eikä kaikkea pystytä enää vastaanottamaan. Järjestöissä on koettu, että viestien määrä on jo ohittanut inhimillisen vastaanottokyvyn ja julkaisukanavien moninainen määrä alkaa mennä ihmisten vastaanottokyvyn yli. Haaste tarvittavien kohderyhmien tavoittamiseksi on kasvanut valtavasti ja viestien perille saaminen on välillä hyvin vaikeaa. (Mäkinen 2013, 47, 49, 52–55.)

Myös tulevaisuudessa haasteita on luvassa. Nykypäivänä muutokset ovat vauhdikkaimpia viestinnän uusissa teknologioissa, jotka ovat interaktiivisia ja entistä helpommin saatavilla. Järjestöissä on koettu, että uusien sosiaalisten median palveluiden ja julkaisukanavien omaksumiseen liittyy tunne riittämättömyydestä. Järjestöissä joudutaan sietämään tunnetta siitä, että sosiaaliseen mediaan ilmestyy aina uusia, potentiaalisia julkaisukanavia. Niistä osa jää henkiin ja osa putoaa ajan oloon tuntemattomuuteen, mutta jokaista pitää kuitenkin seurata. Samalla esiin nousee tarve mobiilille sisällöntuottamiselle, joka vaatii uudenlaista osaamista. Teknologisen kehityksen kärjessä pysyminen edellyttää kansalaisjärjestöiltä aikaa sekä muutosten seuraamiseen, että viestinnän toteuttamiseen uusiin kanaviin. Vaikka kustannukset julkaisemiseen ja levittämiseen ovat vain murto-osa vanhoihin viestinnän keinoihin verrattuna, painaa vaakakupin toisessa päässä alituinen kiire ja läsnäolon tarve. Lisäksi kuvien merkitys on korostunut sosiaalisessa mediassa ja järjestöillä täytyy olla valmiudet tuottaa kuva- ja videomateriaalia, mitä perinteinen media voi julkaista uutissivuillaan verkossa. (Mäkinen 2013, 52–55.)

Mediajulkisuus on kuitenkin kansalaisjärjestöille olemassaolon elinehto, eikä tulevaisuudessa sen merkitys tule vähenemään. Mediajulkisuudessa voi kuitenkin tapahtua muutoksia, sillä järjestöt voivat digitalisoitumisen seurauksena laajentaa viestintäverkostoaan ja tavoittaa samoja kanavia pitkin niin sidosryhmänsä kuin ulkopuoliset tahot, kuten tiedotusvälineet ja muut instituutioihin, joihin ne haluavat vaikuttaa. Kansalaisjärjestön etuna on jo niiden

tehokas viestintä pieneen työntekijämäärään nähden, kun taas perinteiset mediat joutuvat tulevaisuudessa miettimään, kuinka tuottaa parempaa sisältöä resurssien pienentyessä. (Mäkinen 2013, 56.)

4 VERKKOKOULUTUS

4.1 Verkkokoulutuksen perusta

Verkkopedagogiikaltaan MPK:n toiminnan voidaan katsoa linkittyvän ammatilliseen verkkopedagogiikkaan, jossa tavoitteena on opettaa taitoja. Ammatillinen verkkopedagogiikka painottuu ensisijaisesti taitoihin ja kyvykkyyteen, ei niinkään tietoihin eikä tiedon jakamiseen ja lisäämiseen. Taitona ammatillinen verkkopedagogiikka suuntautuu multimedian hallitsemiseen, kyvykkyytenä ja osaamisena sen fokus on sosiaalisen median käytössä, ja todellisessa työn tekemisessä. Ammatillisen verkkopedagogiikan ydin on monipuolisessa toiminnallisuudessa. (Ihanainen 2010, 31, 41.)

Ammatillisen verkkopedagogiikan käytäntöä voidaan tarkastella sekä opettajan että oppijan taitoina ja osaamisena. Opettajalta vaadittavia taitoja ovat ennen kaikkea multimedian käyttötaidot, joita tarvitaan aineistojen tuottamisessa ja sosiaalisen median hyödyntämisessä. Sosiaalisen median käyttökulttuurin hallitseminen laajentaa ammatillisen verkkopedagogiikan taidot osaamiseksi. Opettamisessa tai kouluttamisessa kyse on vertaistyöskentelevästä osallistumisesta sekä rohkeudesta ja aidosta halusta toimia vuorovaikutuksellisesti eli luopumisesta hallitsevasta ja kontrolloivasta työotteesta. Ohjaaminen ja tukeminen liittyvät taitoihin kannustaa ja auttaa vertaistyöskentelyä eli toisilta oppimista, ja taitoihin auttaa oppijoita heidän havaintojensa, tietojensa ja kokemustensa jakamisessa. Verkossa ohjaamisen taitoja ja osaamista ovat ohjeistusten tekeminen ja esittäminen, läsnäolo, joka sisältää persoonallisen läsnäolon sekä vertais- ja asiantuntijaläsnäolon sekä sisällöllinen, reflektiivinen ja toiminnallinen ohjaus. (Ihanainen 2010, 40–41.)

Kun ammatillista verkkopedagogiikkaa tarkastellaan oppijan taitoina, tarkoitetaan mobiilien työkalujen käyttötaitoja eli kuvan, videon, äänen ja niihin liittyvän välttämättömän tekstin tuottamista ja jakamista oppimis- ja

työtilanteista. Ellei näitä taitoja ole, oppijoita pitää opastaa niiden hankkimisessa. Toiseksi oppijan ammatillisen verkkopedagogiikan taidoilla tarkoitetaan verkkoympäristöjen käyttötaitoja eli mobiilien sisältöjen linkittämistä verkko-oppimisympäristöihin ja niiden käyttämistä. Tarvittaessa myös näitä taitoja pitää opettaa. Kolmas oppijan ammatillisen verkkopedagogiikan taitoalue muodostuu vuorovaikutteisista työskentelytaidoista. Niitä opitaan vain tekemällä, ja siinä opettajan ohjauksellisella tuella on perustava rooli. (Ihanainen 2010, 41–41.) Nurmi (2012) tuo esille verkko-opetuksen pedagogisen toimivuuden yhtenä tärkeimmistä lähtökohdista aiemman tiedon aktivoinnin. Opiskelija tulisi herättää ajattelemaan, mitä hän tietää jo aiemmin ja auttaa opiskelijaa arvioimaan oman osaamisensa tasoa opiskeltavasta asiasta. Opiskelijaa tulisi kannustaa myös arvioimaan, miten uudet opittavat asiat ovat yhteydessä hänen aiempiin tietoihinsa. (Nurmi 2012, 54–56.)

Verkkopedagogiikan voidaan siis katsoa vaativan taitoja ja uudenlaista asennoitumista opetukseen ja oppimiseen sekä opettajalta/kouluttajalta sekä opiskelijalta/kurssilaiselta. E erityisen merkittävänä on nähtävä muutos opettajuudessa. Myös MPK:ssä on nähty tarpeelliseksi paitsi kehittää sitoutuneiden toimijoiden verkko-oppimistaitoja myös kouluttajien pedagogista osaamista. Iivari ja Lönnqvist tuovat esille Puolustusvoimien koulutustoimialan vuosiseminaarissa (2015), että MPK aloitti vuonna 2015 verkkokoulutukseen liittyvän osaamisen kehittämisen muun muassa järjestämällä PVMoodle- ja verkkopedagogiikan kursseja. PVMoodlen täysmääräinen hyödyntäminen edellyttää heidän mukaansa laajempaa verkkopedagogisen osaamisen hankkimista. Puolustusvoimien ja MPK:n verkkopedagogiikan kurssin keskeisiä teemoja olivat pedagogiikka, näkökulma oppimiseen sekä oppijan rooli aktiivisena toimijana. Pedagogiikalla on tärkeä osa koulutuksessa. Iivarin ja Lönnqvistin mukaan verkkopedagogiikka on yksi haastavimmista pedagogiikan muodoista, koska opetus tapahtuu verkossa, jossa ei olla fyysisesti läsnä ja saada välitöntä palautetta koulutettavilta. Saatujen kokemusten kautta voidaan kuitenkin todeta, että verkossakin voi olla läsnä, mutta eri keinoin. (Iivari & Lönnqvist 2015, 15–16.)

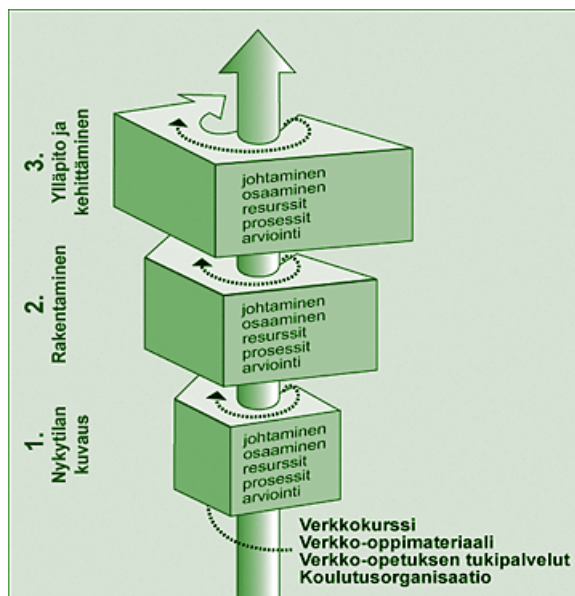
Onnistuneen verkkokurssin toteuttamisessa on otettava huomioon suunnitteluvaiheessa monia osa-alueita. Kurssin ulkoasun suunnittelussa oli ohjeena Alex Koohangin (2012, 74-75) ohjeet verkkokursseilla huomioitavista ominaisuuksista. Näitä ovat muun muassa:

- helppo liikkuminen kurssilla
- materiaali selkeys ja helppolukuisuus
- materiaalin koko, lataamiseen ei saa mennä liian kauaa aikaa
- tunnistettavuus, kurssi toteutetaan niin että tietyyntyyppinen materiaali osoitetaan aina samalla tavalla
- linkitys toisille sivuille on selkeää, kurssilainen ymmärtää milloin siirtyy toiseen verkkopalveluun
- materiaali lajiteltu tarkoituksenmukaisesti
- sisältöä sopivassa määrin kurssin tavoitteisiin nähden
- värit selkeästi taustasta erottuvia ja fontit materiaalissa samanlaisia kauttaaltaan
- tekstin helppolukuisuus
- kurssin tehtävistä saatava palaute

Linda Harasim (2012) tuo esille teoksessaan ”Learning theory and online technologies” tähtimallia, jossa erilaiset verkkopalvelut yhdessä muodostavat oppimisesta yhteistoiminnallista. Hänen OCL-mallissaan (Online Collaborative Learning theory) haetaan oppimisen aktivoitumista yhdistelemällä esimerkiksi webinaareja, tekstin tuottamista ja lukemista, keskusteluja ja erilaisilla foorumeilla liikkumista verkko-oppimiseen. Ajatuksena ei siis ole, että kaiken oppimisen pitäisi tapahtua esimerkiksi PVMoodlessa, vaan oppimista voidaan verkkokurssilla tukea käyttämällä Moodlea pohjana tai tähden ytimenä, jonne haetaan syötteitä, linkkejä ja sisältöä muualta verkosta. (Harasim 2012, 89-91.)

Verkko-opetuksen laadusta ja pedagogiikasta on olemassa hyvin paljon tutkimustietoa, mutta VOPLA:n 2012 laatimassa verkko-opetuksen laadunhallinnan käsikirjassa on tuotu havainnollisesti esille verkkopedagogiikan

lähtökohta eli laadun mittaaminen ja kehittäminen (Kuvio 4.). Prosessi jakautuu kolmeen vaiheeseen eli nykytilan kuvaukseen, rakentamiseen ja ylläpitoon sekä kehittämiseen. Kyseessä on siis lähestulkoon toimintatutkimuksen sykli, jossa suunnitelma-toiminta-havainnointi-reflektointi -kehä tuottaa yhä parempaa toimintaa ja liittyy tutkimuksellisen näkökulman mukaan. (VOPLA 2012.)



Kuvio 3. Verkkokurssin ja -oppimateriaalin laadunhallinnan ja kehittämisen sykli (VOPLA 2012, CC BY-NC)

Keränen ja Penttinen (2012) nimeävät laadun osa-alueiksi pedagogisen laadun, käytettävyyden, esteettömyyden sekä tuotannon laadun. Pedagoginen laatu tarkoittaa oppimateriaalin soveltuvuutta opetukseen niin, että se tukee oppimista. Käytettävyydellä tarkoitetaan oppimateriaalin teknistä toteutusta, rakennetta ja käyttöliittymää. Esteettömyydessä otetaan huomioon erilaisten erityisryhmien tarpeet materiaaliin liittyen. Tuotannon laatu puolestaan pitää sisällään tuotantoprosessin eli suunnittelun ja tuotannon sekä erilaisten immateriaalisten oikeuksien (kuten tekijänoikeus) hallinnan. (Keränen & Penttinen 2012, 148–150.) Opetushallituksen laatimat verkko-oppimateriaalin laatukriteerit syventävät tätä lähestymistapaa ja korostavat verkkokoulutuksen laadun mittaamista ja tarkkailua. Opetushallituksen laatukriteeristössä esille nousi tarve oppimisen mittaamisesta. Verkko-opetuksenkin paras mittari on sen

avulla tapahtunut oppiminen, jonka mittaamisella voidaan määritellä aineiston toimivuutta. (Opetushallitus 2006, 11–13.)

Yhteenvedona voidaan siis todeta, että verkko-opetus vaatii paitsi teknistä osaamista, myös muutosta ajatukseen opettamisesta ja oppimisesta. Perinteinen opettaja- tai kouluttaja-ajatus ei toimi verkko-opetuksen pedagogisena pohjana, vaan vaaditaan halua muuttua ohjaavaksi, kannustavaksi ja innovoivaksi toimijaksi. Verkko-oppimateriaalin ja kurssin luominen ei ole pelkästään materiaalin lataamista oppimisalustalle, vaan harkittujen valintojen tekemistä, aktivoivien keinojen valintaa, laadukkaan materiaalin tuottamista sekä laadun jatkuvaa arviointia ja kehittämistä. Pelkästään sisältö ei riitä tuottamaan oppimista ja kenties haluttua asennemuutosta, vaan siihen vaaditaan tavoitehakuista ja pitkäjänteistä toimintaa tekeillä olevan koulutusohjelman sisältöjen ja toteutuksen kanssa.

4.2 Verkkokoulutus PVMoodlessa

MPK otti puolustusvoimien verkko-oppimisalustan PVMoodlen käyttökoulutuksen koulutusvalikoimaansa keväällä 2013 (Iivari & Lönnqvist 2015, 15). Puolustusvoimien verkko-oppimisympäristö PVMoodle pohjautuu Moodle-alustaan. PVMoodlen oppimisympäristössä on suljettuja ja avoimia työtiloja, joihin pääsee työtilan pääopettajan määrittelemällä tavalla. PVMoodlessa verkkotyökalut ovat oppimista tukevia ja ohjaavia toimintoja. Käyttäjät voivat tuottaa työtilaan materiaalia, mutta eivät voi vaikuttaa työtilan rakenteisiin ja tehtäviin tai opetusmateriaaliin. (Matilainen 2014, 16–17.) MPK käyttää nykyään omassa verkkokoulutuksessaan pelkästään PVMoodlea oppimisympäristönä ja toimijoilla on mahdollisuus kouluttautua sekä Maanpuolustuskorkeakoulun verkkopedagogiikan kursseilla että MPK:n järjestämällä PVMoodle-kursseilla.

Matilainen totesi tutkiessaan verkko-opetuksen käyttö reserviläisten orientointiin kertausharjoituksissa, että PVMoodle ei ole helpoin alusta käyttäjälle. Hänen

mukaansa oppimisalustasta riippumatta keskeistä on kuitenkin, kuinka alustaa käytetään hyödyksi oppimisen tukena. Käyttäjän kannalta tunnistautuminen PVMoodleen kansalaisen asiointitilin avulla kestää käytännössä muutaman minuutin. Tätä voi hidastaa ainoastaan käyttäjän tekemät kirjoitusvirheet kirjautumisen yhteydessä tai se, että aiemmat tunnukset ja kirjautuminen ovat vanhentuneet. Matilaisen mukaan ohjeistus kirjautumisesta tulisi kuitenkin olla osallistujilla aina ennakkoon ja sen tulisi olla selkeä ja havainnollinen. Hänen mukaansa PVMoodlea käytetään vielä pedagogisesti liikaa materiaalipankkina, vaikka se on kehitetty tukemaan oppimista ja opiskelua. Sen tulisi olla paikka, jossa opiskelijat ja opettajat kokoontuvat ja tekevät yhdessä töitä. Kurssilaiset ovat helposti yksin verkko-opiskelujen kanssa ilman oikeanlaista vuorovaikutusta. Aktivoinnin, motivaation ja mielekkyyden takia opiskelussa tulisi suosia erilaisia työkaluja ja aktiviteetteja, testejä ja erilaisia tenttejä sekä kyselyitä. Myös kouluttajan tuki PVMoodlen käyttöönoton yhteydessä on erityisen tärkeää. (Matilainen 2014, 37, 44.)

Myös Hannu Koski (2012) tutki PVMoodlen hyödyntämistä asevelvollisten orientoinnissa ja maanpuolustustahdon kehittämisessä esiupseerikurssin tutkielmassaan. Hänen mukaansa haasteina PVMoodlen hyödyntämisessä asevelvollisten orientoimiseksi ovat esimerkiksi mielekkään sisällön laatiminen, tulosten mittaaminen sekä palkitsevuus. (Koski 2012, 47–49.) PVMoodlessa käytetyimpiä työkaluja ovat erilaiset tiedostojen lataamiseen liittyvät työkalut, joiden avulla muodostetaan esimerkiksi tiedostokansioita. Vuorovaikutuksen mahdollistavia työkaluja käytetään erityisen vähän. (Matilainen 2014, 37.) Kuokkanen (2014) toi esille omassa tutkimuksessaan MPK:n ennakkoluulotonta PVMoodlen käyttöä. Hänen mukaansa oppimisalustaa käytetään sekä koulutuksen välineenä että palautteen keräämisessä. Hänen tutkimuksessaan todetaan, että Moodle-ympäristössä vastuuopettajan ja opettajan roolissa toimivien koulutusta tulee jatkaa ja tehostaa, jotta verkko-oppimisalusta saadaan tehokkaaseen käyttöön ja aidosti osaksi koulutuksen keinovalikoimaa. (Kuokkanen 2014, 24–25.)

PVMoodlen käyttöä ei voida kuitenkaan peilata pelkästään sotilaspedagogiikkaan suunniteltaessa kaikkia palvelevaa sosiaalisen median kurssia, joka luetaan kuuluvaksi varautumis- ja turvallisuuskoulutukseksi. Yleisesti tarkasteltaessa Moodlen pedagoginen lähestymistapa pohjautuu sosiaalisen rakentumisen teoriaan. Moodle sopii tämän vuoksi parhaiten opiskelukokonaisuuksiin, joissa ollaan vuorovaikutuksessa sekä opiskelijoiden kesken että opettajan kanssa. (Opetushallitus 2015.) Matilainen viittaa tutkimuksessaan vuorovaikutukseen ja tuo esimerkkinä esille ryhmäytymistä ja osallistumista lisäävänä tehtävänä, jossa osallistuja laatii itsestään esittelyn. Esittelyyn voi liittää kuvia, videoita tai ääntä. Kouluttajan tulee aina laatia itsestään esimerkki, jonka perusteella osallistujat laativat itsestään vastaavan esityksen. (Matilainen 2014, 37.)

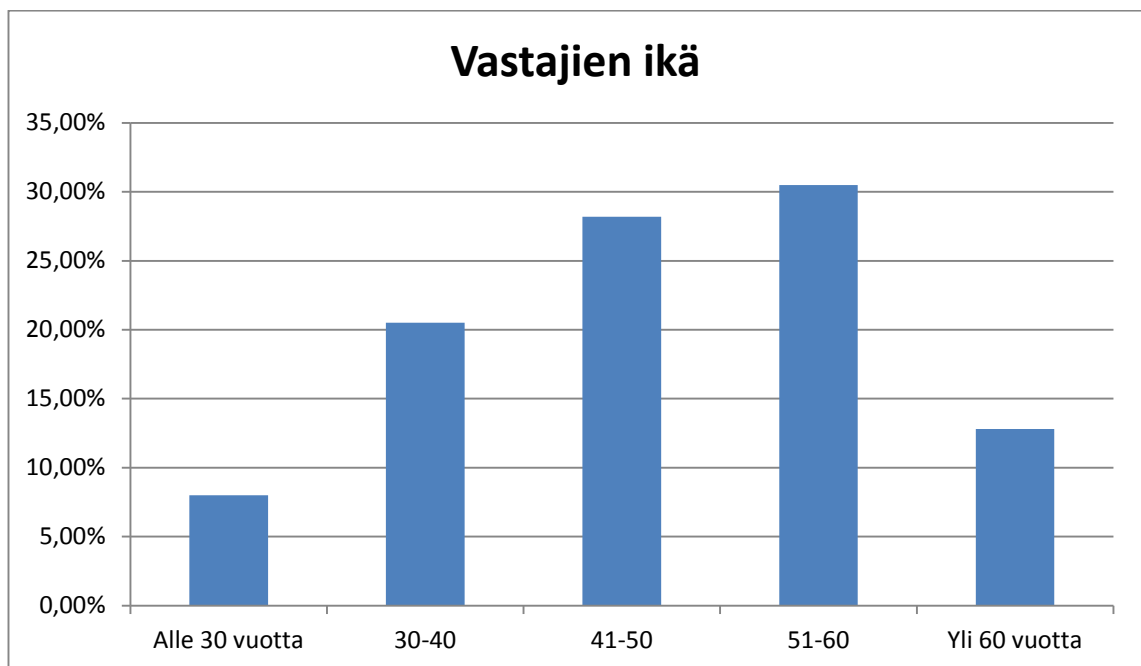
Moodle on laajan käyttönsä vuoksi monelle jo entuudestaan tuttu oppimisympäristö ja tuttuuden on havaittu edistävän verkossa tapahtuvaa oppimista. Verkkoopedagogiikan taustaa vasten aktivointi lisää oppimista ja Moodlen interaktiiviset materiaalit ja työkalut korostavat oppijan aktiivista roolia. Myös selkeys sekä rakenteen, tavoitteiden, oppimateriaalin, ulkoasun että ohjeiden osalta on oleellista toteutettaessa verkossa toteutettavaa koulutusta. (Keinonen 2015.) PVMoodle toimii siis monipuoliset mahdollisuudet tarjoavana oppimisympäristönä, mutta edellyttää hallittua rakennetta sekä ohjeistusta ja aktivoivaa lähestymistapaa.

5 KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTUS

5.1 Kyselytutkimus

5.1.1 Taustatiedot

Kysely lähetettiin kaikille MPK:n sitoutuneille toimijoille sekä palkatulle henkilöstölle lukuun ottamatta keskustoimiston henkilöstöä. Kysely toteutettiin Surveypal-kyselytyökalulla, josta lähti saate ja kyselylinkki kohderyhmälle sähköpostiin. Yhteensä kysely lähti 2827 vastaajalle, joista 2775 oli sitoutuneita vapaaehtoistoimijoita ja 52 palkattua henkilöstöä. Vastauksia kyselyyn tuli 951 ja vastausprosentti oli 34.



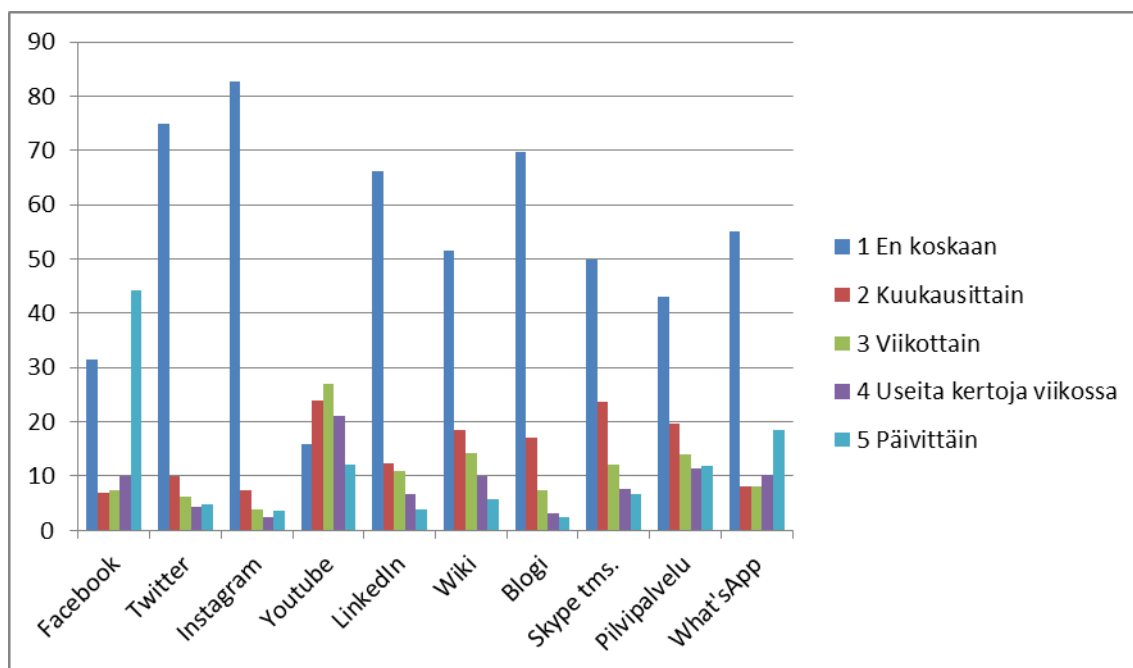
Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Vastaajista 87,9 prosenttia oli miehiä ja 12,1 prosenttia naisia, joka vastaa MPK:n toimijoiden sukupuolijakaumaa. Vastaajien ikä (Kuvio 5.) vastaa myös melko hyvin MPK:n sitoutuneiden toimijoiden ikäjakaumaa (Maanpuolustuskeskustelu 2015). Myös vastaajien hajonta ympäri maata 19 koulutus- ja tukiyksikköön sekä Meri- ja Ilmapuolustuspiiriin oli tasaista.

Eniten vastauksia (13,6 %) oli Varsinais-Suomen koulutus- ja tukiyksiköstä. Seuraavaksi suurimmiksi vastaajamääriltään nousivat Helsingin (7,8 %) ja Pohjois-Pohjanmaan (7,3 %) koulutus- ja tukiyksiköt. Vähiten vastauksia kertyi Etelä-Pohjanmaan (0,7 %), Pohjois-Karjalan (1,4 %) ja Pohjanmaan (1,8 %) koulutus- ja tukiyksiköistä. Vastaajista 94,5 prosenttia oli vapaaehtoisia toimijoita ja 5,5 prosenttia palkattua henkilöstöä (koulutuspäälliköitä, koulutus- ja tukiyksikön päälliköitä, piiripäälliköitä ja piirisihteerejä).

5.1.2 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalisen median palveluiden käytössä oli merkittävää hajontaa. Vaihtoehtoina palveluista kyselyssä (Kuvio 6.) esitettiin Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, wiki, blogi, Skype (tai muu verkkoneuvotteluohjelma), Pilvipalvelut (esimerkiksi Onedrive tai Skydrive) ja WhatsApp. Selkeästi käytetyimmäksi palveluksi nousi Facebook. 44,2 prosenttia vastaajista käyttää Facebookia päivittäin, mutta vastaavasti 31,4 prosenttia vastaajista ei käytä palvelua ollenkaan.



Kuvio 6. Sosiaalisen median palvelujen käyttöaktiivisuus

Facebook eroaakin muista sosiaalisen median palveluista, joiden kohdalla päivittäin käyttävien määrä on selkeästi muita ryhmiä pienempi. Facebookin kohdalla hyvin aktiiviset käyttäjät ovat vastaajista selvänä enemmistönä ja harvemmin käyttävät muodostavat 24,4 prosentin vähemmistön. Facebook nousikin esille palveluna, jota joko käytetään erittäin aktiivisesti tai ei ollenkaan.

Muiden sosiaalisen median palveluiden käyttö on vastaajien keskuudessa Facebookia harvinaisempaa. Twitteriä ei ole käyttänyt vastaajista ollenkaan 74,9 prosenttia ja Instagramia 82,6 prosenttia. LinkedIn oli hiukan tutumpi ja käytetympi palvelu, sitä ei ollut käyttänyt ollenkaan 66,6 prosenttia vastaajista ja viikoittain tai päivittäin käyttävien osuus oli vastaajista 21,5 prosenttia. Myös wikit ja blogit olivat tutumpia, wikejä ei ollut käyttänyt koskaan 51,5 prosenttia ja blogeja 69,8 prosenttia. Kyselyssä ei eritelty, onko käyttöä wikin tai blogin luominen ja/tai kirjoittaminen, vai lasketaanko blogien seuraaminen ja wikien lukeminen käytöksi. Avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että tämä oli aiheuttanut vastaajissa hämmennystä. Wiki- ja blogipalvelut olivat kuitenkin hiukan vajaalle puolelle vastaajista tuttuja. Avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että käyttö on pääasiassa seuraamista, harvempi ylläpitää itse wikejä tai blogeja.

Youtubea ei vastaajista ollut käyttänyt 15,8 prosenttia, eli se oli selkeästi kaikista tunnetuin kyselyn palveluista. Päivittäin Youtubea käytti 12,2 prosenttia ja eniten Youtubea kerrottiin käytettävän viikoittain tai useamman kerran viikossa. Avoimissa vastauksissa kävi kuitenkin ilmi, että Youtuben käyttö oli pääasiassa viihdekäyttöä ja hyvin harvassa vastauksessa tuotiin esille tiedon etsintää tai oman materiaalin lataamista palveluun käyttömuotona. Skypeä tai vastaavia verkkokokousohjelmia ei ollut koskaan käyttänyt 49,9 prosenttia vastaajista.

Pilvipalvelut olivat myös vastaajille keskiarvoa tutumpia ja käytetympiä. 43,1 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt pilvipalveluita ollenkaan, mutta päivittäin käyttävien määrä oli 11,9 prosenttia. Myös WhatsAppin käyttöaktiivisuus erosi yleisistä sosiaalisen median käyttötottumuksista. 55,2 prosenttia vastaajista ei

ollut käyttänyt WhatsAppia, mutta päivittäin käyttävien osuus oli 18,4 prosenttia. Facebook, Pilvipalvelut ja WhatsApp erosivat siis muista sosiaalisen median palveluista siinä, että palveluiden käyttäjistä erittäin aktiivisten osuus on suhteessa harvemmin käyttäviin suurempi. Esimerkiksi Instagramin, Twitterin, wikien ja blogien käytössä oli havaittavissa, että niiden käyttäjistä suurin osa oli harvoin palveluja käyttäviä (48 %).

Kysyttäessä avoimella kysymyksellä, millaisiin tarkoituksiin vastaajat sosiaalisen median palveluja käyttävät, nousi tärkeimpänä asiana esille sosiaalinen kanssakäyminen ja yhteydenpito. Myös tiedonhaku ja ajan hermoilla pysyminen koettiin tärkeäksi sosiaalista mediaa käytettäessä. Muita monissa vastauksissa toistuvia teemoja olivat viihdekäyttö, tiedottamiseen ja markkinointiin liittyvä hyötykäyttö sekä ammatillinen toiminta sosiaalisessa mediassa. Osa vastaajista koki sosiaalisen median mahdollisuutena verkostoitua sekä työnhaussa, ammatillisesti että harrastusten parissa.

MPK:n toiminnassa tärkeimmiksi sosiaalisen median palveluiksi nostettiin avoimissa vastauksissa esille PVMoodle, joka ei varsinaisesti ole sosiaalisen median palvelu sekä Facebook. Esille nousivat myös vahvasti Youtube, WhatsApp, pilvipalvelut sekä Skype. Osalla vastaajista oli hyvin selkeä näkemys sosiaalisen median käyttömahdollisuuksista, osa taas ei kokenut sosiaalisen median palvelevan mitenkään MPK:n toimintaa. Osalla vastaajista oli kuitenkin laaja sosiaalisen median kentän tuntemus ja ideoita työkalujen hyödyntämiseen toiminnassa.

Facebook, Twitter, Instagram: Jakanut kuvia ja viestejä MPK:n kursseista muutaman kerran päivässä kurssien aikana.

Youtube, Wiki: Katsonut mm. PV:n videoita ja lukenut mm. Wikipedian artikkeleita alan tietämyksen kehittämiseksi. Ajankohtaisten aiheiden mukaan silloin tällöin.

LinkedIn: Verkostoitunut MPK:ssa tavattujen toimijoiden kanssa. Kurssien jälkeen katson löydäkö osanottajia.

Skype: Verkkokokouksia kurssien suunnitteluun liittyen. 2-4 viikon välein kun suunnittelu ja purku päällä.

Pilvipalvelut: Hyödyntänyt tallennustilana kursseihin liittyville materiaaleille,

*esim. sähköiset infot ja matkaliput. Ei koulutusmateriaalia.
WhatsApp: MPK:ssa johtamani ryhmän yhteydenpitoväline. Kuukausittain jotain keskustelua käydään, toisinaan tiiviitä monen päivän jaksoja.*

Kysyttäessä sosiaalisen median hyödyistä MPK:n toiminnassa, päällimmäisenä nousi esille viestinnän kehittäminen ja tiedonjaon helppous ja nopeus. Edullisuus ja reaaliaikaisuus nähtiin sosiaalisen median valtteina, mutta esille nousivat myös MPK:n brändin kirkastaminen, uusien kurssilaisten, erityisesti nuorten saavuttaminen sekä yleisen turvallisuustunteen ja maanpuolustustahdon lisääminen. Lisäksi tärkeänä koettiin sosiaalisessa mediassa käytävään keskusteluun osallistuminen ja oikean tiedon jakaminen verkkokeskusteluissa.

Nopea, matalan kynnyksen tiedotuskanava, joka lisää kohderyhmän sitoutumista. Periaatteessa mielestäni minkään tahon ei pitäisi luoda omia viestintäsystemejään, joihin täytyy kirjautua, vaan ratsastaa avoimesti jo olemassa olevien kanavien päällä. Organisaation mennä sinne, missä porukka on, eikä odottaa, että porukka tulee sinne missä organisaatio on.

Ajassa on pysyttävä, MPK:n on otettava haltuun some-kenttä vaikuttamisvälineenä, osallistujana yhteiskunnalliseen turvallisuuskeskusteluun.

Oli kuitenkin selkeästi havaittavissa joukko vastaajia, joille sosiaalinen media oli erittäin vastenmielinen aihe. Osassa vastauksissa näkyi aggressiivinenkin tarve puolustaa perinteisiä hyväksi koettuja toimintatapoja ja MPK:n toiminnan periaatteita, joihin ”somepöhinän” ei katsottu kuuluvan. Sosiaalinen media koettiin jopa uhkana sekä tietoturvan että toiminnan kannalta. Osalle vastaajista MPK:n toiminta näyttäytyi paikkana hakea vastapainoa arjelle ja työlle ja siltä kaivattiin ihmisten tapaamista ja fyysistä toimintaa.

Inhoan tietokoneita ja saan niistä tarpeekseni työssä, joten harrastuksen parissa mm. MPK haluan nimenomaan fyysisiä kontakteja aidosti ihmisten kanssa vaikka sitten puhelimesta; mieluiten tapaamalla kasvokkain. Toivottavasti MPK:kin ja sen toiminta ei häviä verkkojen syövereihin. Rajansa kaikella: tarkkaan mietittävä onko kaikki oltava somessa ja jos siellä jotain on, niin mitä ja miksi. Todennäköisesti meistä vanhemmasta

väestä kuin myös osaksi nuorisosta löytyy vielä fyysisen kanssakäymisen kannattajia tässä verkkojen maailmassa.

5.1.3 Sosiaalisen median käyttö eri vastaajaryhmissä

Mitään erityisiä piirteitä sosiaalisen median käyttöön eri vastaajaryhmissä ei ollut havaittavissa. Naisten ja miesten käyttötottumuksissa ei juuri ollut eroja. Myöskään alueellisia eroja käyttötottumuksissa ei ole havaittavissa. Asenteisiin vaikutti vain lievästi ikä. Mielenkiintoista oli, että aktiivisissa sosiaalisen median käyttäjissä korostuivat alle 30-vuotiaiden sekä 41–50-vuotiaiden ryhmät. Vastaajien keskimääräiseen ikäjakaumaan verrattuna vähemmän sosiaalisen median palveluja käyttivät 31–40-vuotiaat ja 51–60-vuotiaat. Yli 60-vuotiaissa aktiivikäyttäjien määrä oli suurin piirtein sama kuin kaikissa ikäryhmissä keskimäärin. Eroja oli eri palveluiden käytössä, mutta selvää johtopäätöstä siitä, että nuorimmat vastaajat olisivat aktiivisempia sosiaalisen median palveluiden käyttäjiä, ei voi tehdä. Sosiaalisen median vastustus ei myöskään ollut suoraan riippuvainen iästä vaan vastustusta löytyi pääsääntöisesti eniten sieltä, missä käyttökokemuksia oli vähemmän.

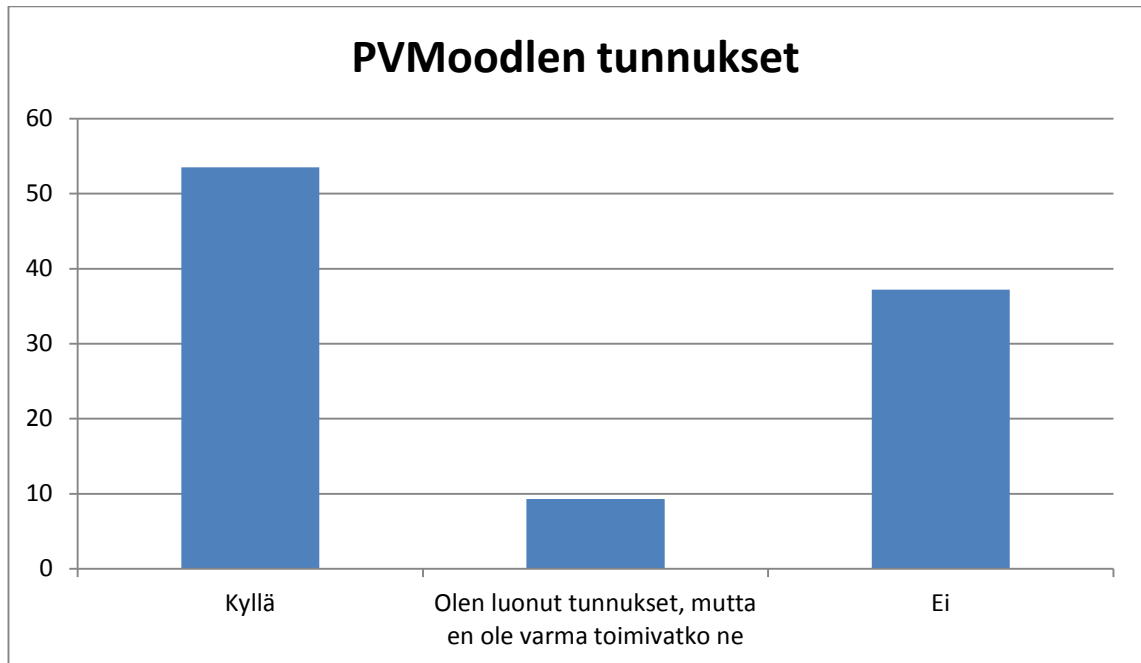
Sen sijaan MPK:n palkatun henkilöstön sosiaalisen median käyttö oli vapaaehtoistoimijoita vähäisempää. Toisaalta vastauksissa voi näkyä palkatun henkilöstön ikä, joka on keskimääräistä toimijaa vanhempi. Yksikään kyselyyn vastanneista palkatuista työntekijöistä ei ollut alle 40-vuotias ja aktiivisinta käyttö oli kaikkien vastaajien osalta alle 30-vuotiailla vastaajilla. Palkattu henkilöstö koki osaavansa käyttää Facebookia, Youtubea ja Skypeä, jotka ovat työssä työkaluina. Sen sijaan esimerkiksi blogien ja Twitterin käyttö on toimijoita vähäisempää. Kun palkattu henkilöstö arvioi omaa sosiaalisen median käyttötaitoaan, vastasi se kuitenkin realistisemmin muiden heidän vastauksiensa sisältöä kuin vapaaehtoistoimijoiden itsearviointi. Palkatusta henkilöstöstä 45,8 prosenttia piti itseään perustason kurssilaisena, 33,3 prosenttia jatkotason kurssilaisena ja 12,5 prosenttia mielsi osaamisensa erikoistasolle.

Avoimissa vastauksissa tuotiin esille työkuormaa ja sitä, ettei aikaresurssi riitä uusien työkalujen opetteluun ja aktiiviseen käyttöön. Koettiin myös, että joka-alan asiantuntijuuteen ei pystytä vaan palkatun henkilöstön pitäisi pystyä keskittymään ydintehtävään eli koulutuksen järjestämiseen. Toisaalta avoimissa vastauksissa tuotiin esille voimakkaasti myös sosiaalisen median mahdollisuuksia uusien kurssilaisten ja toimijoiden rekrytoinnissa sekä tunnettuuden lisäämisessä. Myös sosiaalisen median nopeutta, kattavuutta ja edullisuutta pidettiin tärkeinä asioina.

Nykyäikaa tule seurata eli osin "pakollista". Etenkin nuoret nykyaikaisina tukeutuvat someen ja heidän tavoittamisensa sitä kautta toiminee. Toisinaan massan saavuttamista lukuun ottamatta haasteellinen löytää hyötyjä kun vertaa kuluneeseen resurssiin (aika, jne.). Pitäisi huomioida myös että ongelmatkin isoja: aikaa kuluu entistä enemmän varsinaisilta työtehtäviltä ja esim. tiedonjakamista täytyy tehdä "joka paikkaan", etenkin muutokset tiedoissa aiheuttavat helposti vahingollisen ilmiön ettei tieto olekaan yhdenmukaista kaikkialla. Yhtenä nykyisenä ongelmana koen sen että tietoa pitäisi työntää joka tuuttiin eikä ihmiset enää silti löydä sitä. (vrt. "höyrykoneaika", MPK kurssit vain koulutuskalenterissa ja ihmiset löysivät ne paremmin kuin nykyisin..) Tieto alkaa pirstaloitua liikaa? Muistettava on myös se silkka tosiasia etteivät laisinkaan kaikki kurssilaisemme käytä ensinkään some-palveluita vielääkään.

5.1.4 Verkkokoulutus

Vastaajista PVMoodleen tunnukset itselleen oli luonut ja tiesi niiden toimivan 53,5 prosenttia (Kuvio 7.). Tunnukset oli luonut, mutta epäili, etteivät ne ole enää voimassa, vastaajista 9,3 prosenttia. 37,2 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt ollenkaan PVMoodlea. Kysyttäessä tarkemmin PVMoodlen käytöstä, 49,7 prosenttia vastaajista kertoi, ettei käytä Moodlea koskaan. Kuukausittain vastaajista käyttää PVMoodlea 36,1 prosenttia, viikoittain 9,4 prosenttia ja 3,3 prosenttia useita kertoja viikossa. 1,6 prosenttia vastaajista käyttää PVMoodlea päivittäin.



Kuvio 4. PVMoodlen tunnukset

Kysyttäessä vastaajien muun Moodlen (esimerkiksi oppilaitosten Moodlealustojen) käyttöä, kävi selvästi ilmi, että toimijoiden muualta hankittu Moodleosaaminen on melko vähäistä. 77,3 prosenttia vastaajista ei käytä muuta Moodlea ollenkaan. Vastaajista 11,3 prosenttia käyttää muuta kuin PVMoodlea kuukausittain, 4,7 prosenttia viikoittain, 3,4 prosenttia useita kertoja viikossa ja 3,4 prosenttia päivittäin. Myöskään Moodlen kaltainen Optima ei ole vastaajille tuttu, sillä 93,2 prosenttia vastaajista ei ollut käyttänyt Optimaa ollenkaan. Eroja eri vastaajaryhmien välillä ei ollut merkittävästi. Naiset käyttivät hiukan enemmän verkko-opiskeluun liittyviä palveluja, kuten oppilaitosten Moodlea ja Optimaa. Naiset ovat sen sijaan käyttäneet selvästi vähemmän PVMoodlea. Naisista 46,9 prosenttia ei ole käyttänyt PVMoodlea ollenkaan, kun miesten osalta vastaava luku oli 35,8 prosenttia. Tämä selittyy osittain MPK:n tämänhetkisellä toiminnalla. PVMoodlea käytetään aktiivisimmin Puolustusvoimien tilaamissa harjoituksissa palautteen keräämiseen ja naisten osuus reserviläisistä on selvästi miehiä alhaisempi. Palkatut toimijat sen sijaan käyttivät PVMoodlea paljon vapaaehtoistoimijoita enemmän, heistä tunnukset oli varmasti toiminnassa 90,6 prosenttia. Myös käyttöaktiivisuus oli korkeampi.

Kysyttäessä vastaajilta, parantaisiko verkkokoulutus heidän mahdollisuuttaan osallistua koulutukseen, oli 50,6 prosenttia vastaajista sitä mieltä, että verkkokoulutus parantaa omia mahdollisuuksia osallistua koulutuksiin. 25,6 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, ettei verkkokoulutus paranna osallistumismahdollisuuksia ja 23,9 prosenttia ei osannut vastata. Negatiivisesti verkkokurssien tuomiin mahdollisuuksiin suhtautuivat yhtäläillä naiset kuin miehetkin, eikä ikä juurikaan vaikuttanut mielipiteisiin. Yli 60-vuotiaat pitivät verkkokurssien itselleen tuomia koulutusmahdollisuuksia hiukan keskiarvoa heikompina, mutta eniten vastauksissa näkyi alueellinen jakauma. Eniten verkkokurssien nähtiin tuovan itselle uusia koulutusmahdollisuuksia Lapissa ja Pohjois-Karjalassa sekä maantieteellisesti hajallaan olevissa Meri- ja Ilmapuolustuspiireissä.

Perusteina osallistumismahdollisuuksien paranemiselle löytyivät pääasiassa aikaan ja rahaan liittyvistä resursseista. Vastauksissa tuotiin esille verkkokoulutuksen riippumattomuutta ajasta ja paikasta. Aikaa ja rahaa ei kulu matkustamiseen. Avoimissa vastauksissa verkkokoulutuksen mahdollisuuksista katsottiin olevan hyötyä perheellisille, työelämässä oleville ja kaukana koulutuspaikkakunnista asuville. Esille tuotiin myös alueiden välistä tasa-arvoa. Verkkokurssi on samalla lailla myös syrjäseudun asukkaille tarjolla, eikä edellytä satojen kilometrien siirtymistä koulutuspaikalle. Tärkeänä nähtiin myös, että verkkokurssin voi pätkiä itselleen sopiviksi pätkiksi ja suorittaa useassa osassa mihin vuorokaudenaikaan tahansa. Myös kurssien osittainen suorittaminen verkossa nähtiin mielekkääksi tavaksi pohjustaa käytännön kursseja.

Kaikki koulutus aina lisää kaikkia mahdollisuuksia. Parasta on face to face- koulutus, silloin vuorovaikutus on suoraa ja nopeaa. Kun sitä ei ole mahdollista toteuttaa, niin kaikki muut mahdollisuudet ovat parempia, kuin kouluttamatta jättäminen.

HYVIN toteutetut kurssit verkossa ovat tervetulleita syrjäkylien toimijoille: pysyy hengessä mukana ja omaa aktiivisuutta voi lisätä toimimalla verkossa itselle sopivana aikana. Viimeaikaisissa kursseissa ollut hyvät

ennakkotehtävät, mm. kurssiturvallisuutta ja kouluttajaoppeja tullut aidosti ensimmäistä kertaa luettua kunnolla ja havaittua villakoiran ydintä.

Verkossa toteutettu koulutuksessa on jotain etuja esim. koulutustahti, jokainen voi itse määritellä sen sopivaksi. Mielestä parhaimpaan koulutustulokseen kuitenkin päästää kun koulutusympäristö on poikkeava normaali elämästä. On läsnä olevia kouluttajia ja koulutettavia, koulutettava asia tuodaan esille monin eri keinoin. Mielestäni näyttöä tuijottamalla, vaikkakin koulutuksessa käytettäisiin ääntä, kuvaa ja videoita, muistuttaa se kuitenkin enempi "puhuvaa päätä - koulutusmetodia". MUTTA jos koulutus alustetaan verkkokoulutuksella ja koulutettavalla olisi halutessaan mahdollisuus saada infoa ja räätälöityä koulutusmateriaalia ennen koulutusta ja tämän jälkeen käytäisiin teoriakoulutus sopivassa paikassa (maasto, luokkahuone, auditorio jne..) niin silloin uskoakseni koulutus voisi olla tehokkaampaa kuin kumpikaan tapa erikseen.

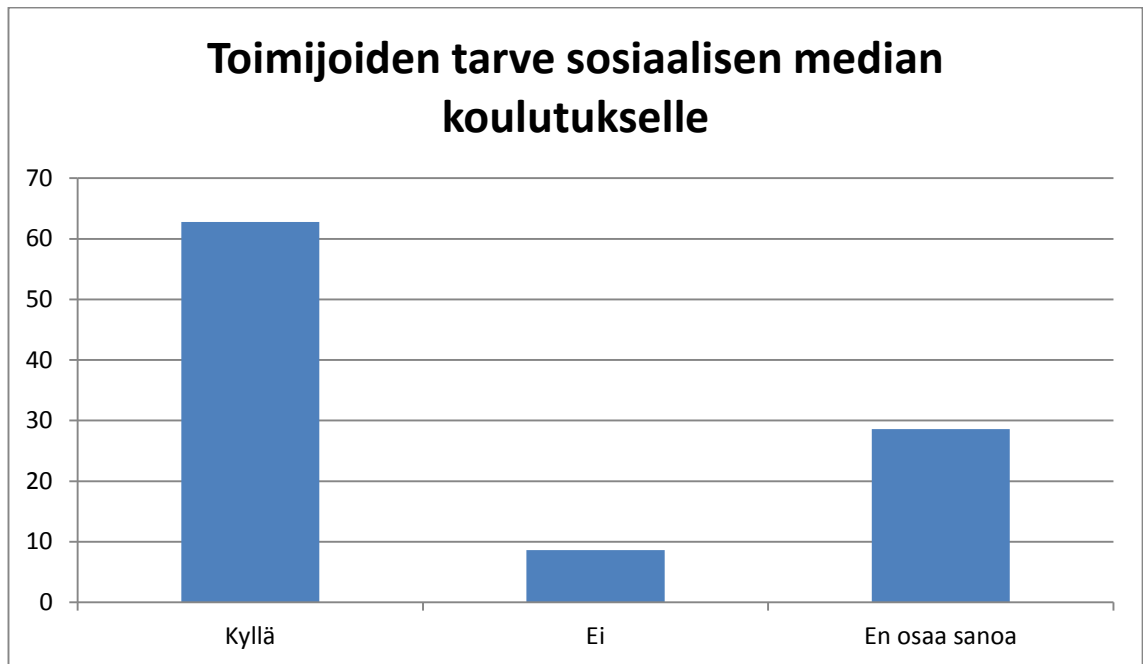
Ne vastaajat, jotka vastasivat, etteivät verkkokurssit paranna omia osallistumismahdollisuuksia, toivat osittain hyvinkin voimakkaasti mielipiteitään esille verkkokursseista. Osa vastaajista totesi, ettei pidä tietotekniikasta tai sosiaalisesta mediasta, eikä halua opetella niitä käyttämään. Vastaajat kertoivat myös käyttävänsä tietotekniikkaa ja sosiaalista mediaa niin paljon työssään, että haluaa vapaa-ajalla vastapainoksi täysin "somevapaata" aikaa. Pelättiin myös verkkokurssien huonolaatuisuutta ja tuotiin esille ihmiskontaktien merkitystä koulutuksessa. Pelättiin myös, että verkkokurssiin on hankala sitoutua ja helppo lintsata ja taustalla oli myös pelkoa oman osaamisen riittämättömyydestä. Osa vastaajista totesi olevansa liian vanha käyttämään tietotekniikkaa, vaikka varsinaisesti ikä ei ollut merkittävä tekijä vastausten taustalla.

Mikäli haluan osallistua kursseille haluan myös päästä nauttimaan toisten seurasta ja tekemisestä. En missään nimessä suorittaisi kurssia netissä ainoastaan, tietty se voisi olla osa kurssia. Mutta minulla on ainakin esteenä se osaanko sitä netissä tehdä.

Istun työkseni tietokoneella. Harrastustoiminnalta haluan fyysisyyttä ja oikeaa tekemistä. Mpk ei kuulu niihin harrastuksiin, joissa olen valmis kököttävään vielä kotonakin koneella.

5.1.5 Sosiaalisen media koulutusohjelma

Vastaajista 62,8 prosenttia oli sitä mieltä, että MPK:n toimijat tarvitsevat sosiaalisesta mediasta koulutusta (Kuvio 8). 8,6 prosentin mielestä koulutusta ei tarvita ja 28,6 prosenttia ei osannut sanoa. Alueellisia eroja koulutuksen tarpeessa ei ole, mutta miehet suhtautuvat kriittisemmin some-koulutuksen tarpeellisuuteen kuin naiset. Naisista vain 2,6 prosenttia ei kokenut sosiaalisen median koulutukselle tarvetta, kun taas miehistä 9,4 prosenttia ei nähnyt koulutukselle tarvetta.



Kuvio 5. MPK:n toimijoiden tarve sosiaalisen median koulutukselle

Naiset myös pitävät todennäköisempänä, että osallistuisivat sosiaalisen median koulutukseen verkossa. Asteikolla 1-5 todennäköisyys naisten osallistumiselle sosiaalisen median koulutukseen oli 2,79. Miehillä vastaava luku oli 2,41. Miehet kokivat olevansa selkeästi naisia paremmalla tasolla sosiaalisen median käytössä, vaikka käyttötottumukset ja käytön aktiivisuus olivat hyvin samansuuntaisia sekä naisilla että miehillä. Naisista perustason osaajina itseään piti 46,1 prosenttia, jatkotason osaajina 26,1 prosenttia ja erikoistason osaajina 11,3 prosenttia. Miehillä perustason osaajina itseään piti 43,3

prosenttia, jatkotason osaajina 26,9 prosenttia ja erikoistason osaajina 13,6 prosenttia.

Kysyttäessä, mille tasolle vastaajat mieltävät itsensä kolmiportaisella koulutusportaikolla (perustaso, jatkotaso, erikoistaso), oli vastaajista 43,6 prosenttia mielestään perustasolla (Kuvio 9.). 26,8 prosenttia oli omasta mielestään jatkotasolla ja 13,4 prosenttia erikoistasolla. Vastaukset olivat hiukan yllättäviä, sillä kysyttäessä erilaisten sosiaalisen median palvelujen käyttötottumuksista, ei aktiivisia käyttäjiä ollut läheskään yhtä paljon kuin eksperttitasolle itsensä mieltäviä henkilöitä. Erikoistasolle itsensä sijoittavat olivat selkeästi keskiarvoa nuorempia. Alle 40-vuotiaita heistä oli 44,9 prosenttia kun kaikista vastaajista alle 40-vuotiaiden osuus oli 28,5 prosenttia. Alueellisia eroja ei sen sijaan juurikaan ollut.



Kuvio 6. Sosiaalisen median osaamisen taso

Kun erikoistasolle itsensä mieltävät toimijat kertovat osaamisestaan, nousi esille mielenkiintoisia asioita. 19,8 prosenttia heistä ei ollut tehnyt PVMoodleen tunnuksia ja 10,3 prosenttia ei ollut varma, ovatko heidän aiemmin luomansa tunnukset enää toiminnassa. Sosiaalisen median palvelujen käyttö heillä oli

keskimääräistä aktiivisempaa. Asteikolla 1-5 arvioituna Facebookin (4,2), Twitterin (2,5) ja Instagramin (2,02) käyttö oli keskivertovastaajaa aktiivisempaa. Joukosta löytyi kuitenkin henkilöitä, jotka eivät käytä esimerkiksi Facebookia (12,6 %), Twitteriä (43,3 %), Instagramia (63 %) tai blogeja (47,2 %) ollenkaan.

Kysyttäessä eksperttitasolle itsensä arvioineilta, oli heistä 77,2 prosenttia sitä mieltä, että MPK tarvitsee sosiaalisen median koulutusta. Oma osallistumisestaan koulutukseen he eivät kuitenkaan pitäneet keskiarvoa todennäköisempänä. Heidän joukossaan korostuivat kuitenkin asteikon ala- ja yläpää, eli eksperttinä itseään pitävät omasivat paljon keskivertovastaajaa vahvemmat mielipiteet (en varmasti osallistuisi/osallistuisin varmasti). Avoimiin vastauksiin perehdyttäessä nousi osalla vastaajista ekspertti-tasolla esille hyvin vahvaa osaamista sosiaalisen median käytössä. Se selittää osittain korkeimmalle tasolle osaamisensa arvioineiden suhteellisen suuren määrän. Se ei kuitenkaan täysin selitä eksperttien suurta määrää, vaan osa kertoi vertaavansa itseään ”keskiverto MPK:n toimijaan”, joka oli mielikuvissa ilmeisen heikosti sosiaalista mediaa käyttävä vanhempi henkilö. Toisille some näyttäytyy lähinnä päivittäisinä vierailuina yleisimmässä some-palvelussa ja välttämättä sosiaalisen median laajoja mahdollisuuksia ja palveluja ei tunnettu ollenkaan.

Perustasolle mielestään kuuluvista 64,3 prosenttia kokee MPK:n tarvitsevan sosiaalisen median koulutusta. Tässä ryhmässä kuitenkin niiden osuus, jotka eivät osaa ottaa kantaa, korostuu (31,6 %). Samoin heidän vastauksissaan todennäköisyys osallistua kurssille asettuu 1-5 asteikon keskivaiheelle eksperttitasoa selkeämmin. Heistä löytyi paljon niitä, jotka eivät käytä sosiaalisen median palveluja ollenkaan, mutta joukossa oli myös viikoittain tai päivittäin kaikkia palveluita käyttäviä. He ovat keskimääräistä vastaajaa iäkkäämpiä (55 % yli 50-vuotiaita), kun muuten vastaajista 43,3 prosenttia kuuluu yli 50-vuotiaiden ikäryhmään. Osa perustason käyttäjistä osasi kuitenkin käyttää sosiaalista mediaa hyvinkin monipuolisesti ja säännölliseksi, mutta kokevat osaamisensa perustasoiseksi.

Jatkotason kurssille itseään mieltävistä 69 prosenttia kokee MPK:n tarvitsevan sosiaalisen median koulutusta. He kokevat muita vastaajaryhmiä selkeämmin omakohtaista tarvetta osallistua kurssille ja vastausten perusteella nämä jatkotasolle itseään mieltävät vastaajat ovat kaikista koulutusmyönteisimpiä. Kuitenkin esiin nousee oman taitotason hahmottamisen vaikeus. Jatkotason kurssilaisista 3,1 prosenttia kokee, ettei osaa käyttää sosiaalista mediaa kuin toisten tukemana ja 47,1 prosenttia kokee olevansa päteviä kouluttamaan ja auttamaan muita. Puolet tämän vastaajaryhmän henkilöistä vastaajista sijoittaa itsensä eri koulutusportaalle, mitä taitotaso vastaisi. Samansuuntaisia vastauksia on havaittavissa muissakin vastaajaryhmissä, mutta ei yhtä suurin lukemin.

Naisista 27,0 prosenttia koki voivansa kouluttaa muita sosiaalisen median käytössä, 42,6 prosenttia käyttävänsä sosiaalista mediaa itsenäisesti ja 21,7 prosenttia koki kaipaavansa tukea käytössä. 0,9 prosenttia naisvastaajista ei kokenut osaavansa käyttää sosiaalista mediaa edes tuettuna. Miehistä 32,8 prosenttia koki voivansa kouluttaa muita, 42,6 prosenttia koki osaavansa käyttää itsenäisesti ja 14,6 prosenttia kaipaavansa käytössä tukea muilta. Miehistä 3,5 prosenttia ei kokenut osaavansa käyttää sosiaalista mediaa edes tuettuna.

Kysyttäessä asteikolla 1–5 vastaajan todennäköisyyttä osallistua verkkokurssille sosiaalisesta mediasta, oli hajonta tasaista. 12,6 prosenttia ilmoitti, ettei varmasti osallistuisi kurssille verkossa ja 8,8 prosenttia osallistuisi varmasti (Kuvio 10.).



Kuvio 7. Sosiaalisen median koulutukseen osallistumisen todennäköisyys

Kysyttäessä sosiaalisen median verkkokurssin sisällöstä, nousi avoimissa vastauksissa selvästi toimijoiden tärkeimmät tarpeet esille. Tärkeimpinä teemoittelussa erottui esille tietoturva ja MPK:n sekä Puolustusvoimien viestintäohje. Erittäin monessa vastauksessa tuotiin esille huoli sosiaalisessa mediassa jaetun materiaalin mahdollisesti aiheuttamista riskeistä. Koettiin, että operaatioturvallisuus, Puolustusvoimien alueella valokuvaaminen ja viestinnän perusasiat pitäisi käsitellä perustason kurssilla, jotta varmuutta viestinnän toteutukseen sosiaalisessa mediassa olisi tarpeeksi. Kaiken kaikkiaan sosiaalisen median kurseilta toivottiin selkeää linjaa, kuka MPK:ssa viestii, miten viestintää toteutetaan ja mitä rajoitteita toimijan on syytä palveluja käyttäessään ottaa huomioon.

Yksityisyyden suoja, paikkatietojen suojaamisen menetelmät, yleinen viestinnän turvallisuus, puhelinliikenteen, sähköpostipalvelinten ja tietoliikenteen turvallisuus, turvallisen viestinnän toimintamalli.

Pitäisi ehdottomasti käydä läpi sisällön julkaisemiseen liittyviä yksityiskohtia ja sitä, milloin sisältöä tulisi julkaista sosiaalisen median kautta. Koulutuksessa tulisi sivuta kuva- ja videosisällön julkaisua aina kuvaamisesta lopulliseen julkaisemiseen saakka, sillä on ehdoton

mahdottomuus, että jokaiselle kurssille saataisiin mukaan ammattilainen tai asian osaava harrastaja tekemään kuvausta tiedottamista varten.

Lisäksi vastauksissa toivottiin eritasoisia koulutuksia eri tasolla oleville käyttäjille, paljon harjoituksia sekä erilaisten palvelujen esittelyä, jotta viestintään osattaisiin valita oikea kanava. Myös tekijänoikeuksista ja valokuvaamiseen liittyvästä henkilösuojasta haluttiin lisätietoa. Osassa vastauksissa tuotiin esille sosiaalisen median riskien tunnistamista, osassa haluttiin taas oppia hyötymään sosiaalisen median mahdollisuuksista esimerkiksi vuorovaikutuksessa ja ihmisten aktivoinnissa. Lisäksi kurssilla toivottiin käsiteltäväksi toimintamalleja, kun sosiaalisessa mediassa kohdataan organisaation edustajina mustamaalausta tai trolleja, jotka tahallaan ärsyttävät keskusteluissa tai osallistuvat niihin osana informaatioidankäyntiä.

Kaikille toimijoille pitäisi mielestäni järjestää jonkinlainen peruskoulutus somen käytöstä, ja halukkaille myös syventävää koulutusta. Näkisin hyvänä myös sen, että esimerkiksi kaikki koulutuspäälliköt osaisivat somea käyttää ainakin sillä tasolla että voisivat vaikkapa kursseja KOTU:n omassa Facebook-ryhmässä mainostaa. Ja myös päivittää kurssien jälkeen kuulumisia ja kuvia jne.

Möjligheterna att nå ut med information till medlemmar snabbt och enkelt, hur nå ut till allmänheten med info om vad MPK gör.

3 merkittävintä kanavaa, tietoturva (tai oikeammin sen puute) ja siihen liittyvä ohjeistus oman profiilin luomisesta, SoMe brändin rakentamisesta, tarinan luominen ja jakaminen, aktiivisuustason merkitys ja muutosten hyödyntäminen näkyvyyden lisäämisessä.

Pelissäännöt miten MPK haluaa näyttäytyä somessa, esimerkkejä hyvistä käytänteistä, mitä on varottava ja miten eri toiminnallisuuksia (ryhmät) voi hyödyntää

Vastauksissa nousi esille heikkona signaalina myös toive määrittää MPK:n toimijan osaamistasot. Vastauksissa kävi ilmi, että vastaajien käsitys omista taidoistaan vastasi paikoitellen jopa heikosti todellisuutta ja taitotasojen määritystä toivottiin myös joissakin vastauksissa. Koettiin, että olisi hyvä määritellä, mitä MPK:n palkatun henkilöstön tulisi osata ja millaisia taitoja pitäisi kursseille osallistuvalla, kouluttajalla, kurssinjohtajalla ja vapaaehtoisella

tiedottajalla olla. Moni vastaajista koki, ettei uskalla toimia Maanpuolustuskoulutuksen nimissä sosiaalisessa mediassa, eikä ladata kuvia verkkoon, koska aihetta lähestyttiin uhkat edellä. Toivottiin selkeää ohjeistusta siihen, millainen toiminta on toivottavaa ja mikä kiellettyä.

5.1.6 Vapaaehtoiset tiedottajat

MPK ohjeisti vuonna 2013, että maanpuolustuspiireihin pitäisi rekrytoida vapaaehtoiset tiedottajat. Osalla alueista tiedottaja on piirikohtainen, osalla alueista tiedottajat toimivat koulutus- ja tukiyksiköissä. Vapaaehtoisten tiedottajien vastauksia oli yhteensä 9 kappaletta ja ne erosivat merkittävästi muiden vastaajien keskiarvoista. Tiedottajat näyttävät otannan perusteella olevan selvästi keskimääräistä MPK:n toimijaa nuorempia. Alle 30-vuotiaita on 33,3 prosenttia ja 30–40-vuotiaita on 22,2 prosenttia.

Kaikki vapaaehtoiset tiedottajat kokevat sosiaalisen median koulutukselle olevan tarvetta ja mikäli MPK toteuttaisi sosiaalisen median koulutuksen verkossa, osallistuisi 77,7 prosenttia tiedottajista sille varmasti. Hiukan hämmästyttävää on kuitenkin tiedottajien taitotasoa. 55,6 prosenttia tiedottajista mieltää itsensä sosiaalisen median koulutusohjelmassa erikoistasolle, 22,2 prosenttia jatkotasolle ja yksi vastaajista eli 11,1 prosenttia perustasolle. Kun vastauksia tutkitaan tarkemmin, vain 55 prosentilla tiedottajista on varmasti toimivat tunnukset PVMoodleen ja 33,3 prosentilla tunnuksia PVMoodleen ei ole. 11,1 prosenttia tiedottajista ei ole koskaan käyttänyt Facebookia, 44,4 prosenttia Twitteriä, 44,4 prosenttia LinkedIniä, 55,6 prosenttia wikiä ja 44,4 prosenttia blogia. Skype ja muut verkkokokousohjelmat ovat tuntemattomia 44,4 prosentilla tiedottajista ja pilvipalvelut 11,1 prosentilla. Kaiken kaikkiaan tiedottajien osaaminen vaihtelee sosiaalisen median palveluiden osalta todella merkittävästi, sillä osalla tiedottajista on todella vahva ja monipuolinen sosiaalisen median osaaminen ja kaikki esiteltyt palvelut olivat heillä päivittäin tai vähintään viikoittain käytössä.

Tiedottajien suhtautuminen koulutukseen on kuitenkin erittäin positiivista ja sitä sekä yhteyttä toisiin tiedottajiin kaivattiin.

Jokaisen toimijan olisi hyvä hallita ainakin parin-kolmen välineen käytön perusteet, ja mitä useampi toimija käyttää somea, sitä laajemmalle tieto leviää ja kohdentuu halutuille käyttäjäryhmille. Lisäksi perustason some-etiikka pitäisi sisäistää, ja sisällöntuottamisessa ainakin oman äidinkielen asiallinen hallinta on paikallaan.

Aina on hyvä pohtia sitä, mitä saa kertoa ja mitä ei. Luovuuteen on syytä panostaa. Se, että postaa mpk:n kurssimainospohjalle laaditun huonosti näkyvän ilmoituksen faceen, ei ole riittävä. Tulee olla laatutekstiä räiskyviä kuvia ja siistiä meininkiä. Jossain voi myös olla ajattelua, että "tiedotamme sitten tapahtuman jälkeen tapahtumasta", vaikka tulisi olla hyvä ennakkomarkkinointi, reaaliaikainen tapahtumaviestintä ja jälkimarkkinointi/tiedotus.

Tiedottajien suhtautuminen verkkokoulutukseen on merkittävästi keskimääräistä vastaajaa positiivisempi. 77,8 prosenttia vastaajista kokee verkkokoulutuksen lisäävän omia mahdollisuuksia osallistua koulutuksiin. Koettiin, että tiedottajien kaipaamaa koulutusta ei voi järjestää alueellisesti, koska koulutusta tarvitsevat erikoistason koulutukseen osallistujat ovat hajallaan pitkin maata. Koulutukseen oltiin valmiita matkustamaankin, mutta verkkokoulutus nähtiin houkuttelevana mahdollisuutena.

Innokkaiden koulutukseen haluavien ryhmä voi olla hajallaan pitkin Suomea. Järkevästi, viiveelläkin, toteutettu verkkovuorovaikutus kehittäisi ja jakaisi ideoita eteenpäin

Välimatkat ovat pitkiä ja verkkokoulutus mahdollistaa osallistumisen myös pohjoisesta.

Tiedottajien vastauksissa oli kuitenkin esillä osaamisen hankkiminen muualta kuin Maanpuolustuskoulutuksen koulutuksista. Avoimissa vastauksissa tuotiin esille työn ja muiden harrastusten kautta hankittua osaamista ja koettiin, että koulutusta tarvittaisiin enemmän esimerkiksi viestinnän periaatteista MPK:ssä.

Perus- ja jatkotaso on jo käyty, mutta erikoistasolla voisi pätevoityä oman tuotetun sisällön ajankohtaisuuteen, tarpeellisuuteen ja

tasapainoiseen hallintaan, ja myös yhtenäisen muodon tai yksilöllisen tyylin löytämiseksi.

Tehdään kohderyhmiä paremmin selväksi meille kaikille. Ja ylipäätään luodaan ja sitoutetaan innokkaita viestintäporukoita kotuihin.

5.1.7 Johtopäätökset kyselystä

MPK:n toimijoille suunnatun kyselyn johtopäätöksenä voidaan todeta, että tarvetta sosiaalisen median koulutukselle on olemassa. Tutkimushypoteesin mukaisesti koulutuksen olisi syytä olla eritasoista ja ainakin osa siitä olisi hyvä toteuttaa lähiopetuksena. Verkkokoulutuksen mahdollisuuksia kannattaa kuitenkin hyödyntää ja rakentaa kurssi, jota voisi käyttää sekä itsenäiseen verkko-opiskeluun että lähiopetuksen tukena. Osa toimijoista kokee, ettei sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen tulisi olla ollenkaan osa MPK:n toimintaa, mutta merkittävä osa vastaajista näkee verkkokoulutuksessa mahdollisuuksia ja tarvetta koulutukselle sosiaalisen median käyttöön.

Merkillepantavaa vastauksissa on, että vastaajien ikä ei suoraan korreloi asenteeseen sosiaalista mediaa kohtaan vaan vastustusta löytyy kaikista ikäryhmistä. Myöskään omaa taitotasoa ei osata määrittää vastausten perusteella kovin hyvin. Hyvin heikot taidot omaavat vastaajat pääsääntöisesti mieltävät itsensä perustason koulutusryhmään ja aktiiviset ja monipuolisesti palveluita käyttävät puolestaan eksperttiryhmään. Sen sijaan näiden kahden ääripään väliin osaamisensa kanssa sijoittuvat vastaajat mieltävät itseään kaikille kolmelle tasolle ja erityisesti eksperttitasolla olevien käyttäjien suuri määrä viittaa mielestäni vahvasti oman taitotason yliarviointiin tai tietämättömyyteen sosiaalisen median kentän laajuudesta ja palveluiden monipuolisista käyttömahdollisuuksista.

Lisäksi merkillepantavaa on, että sosiaalista mediaa lähestytään hyvin monissa vastauksissa uhat edellä. Mahdollisuuksiakin nähtiin, mutta esimerkiksi oman ammatillisen profiilin nostamista ei tuotu kovinkaan monessa vastauksessa esille sosiaalisen median mahdollisuutena. Työkalut nähtiin usein vapaa-

ajanvieton välineenä ja vaikka markkinointimahdollisuudet ja mahdolliset uudet toimijat sekä brändin kirkastus ja maanpuolustustahdon lisääminen tuotiin useissa vastauksissa esille, oli teemoittelun tuloksena uhkapainotteinen kuva sosiaalisen median käytöstä. Lisäksi useissa vastauksissa näkyi epävarmuus siitä, mitä MPK:n toimijan on luvallista julkaista sosiaalisen median palveluissa.

Johtopäätöksinä kyselystä nouseekin tarve kolmiportaiselle koulutusmallille sosiaalisesta mediasta, jossa esimerkiksi opettajille suunnatun ope.fi -koulutusportaikon tavoin on määritelty selkeästi sosiaalisen median taitotaso, jolla toimijoiden tulee olla kyseisellä koulutusportaalla ja toimimissaan tehtävissä. Lisäksi esiin nousee tarve määrittää selkeästi, millainen viestintä harjoituksissa ja kursseilla on luvallista ja kirkastaa toimijoille MPK:n viestintästrategiaa. Vastauksissa oli selkeästi nähtävissä näköalattomuutta MPK:n toiminnasta ja isossa osassa vastauksia oli ajateltu vain oman sektorin toimintaa. Puolustusvoimien vaatimuksia ja operatioturvallisuutta tuotiin voimakkaasti esille, vaikka kolmannes MPK:n koulutuksesta on kaikille kansalaisille suunnattua varautumis- ja turvallisuuskoulutusta.

Mielestäni tärkeää ohjeistuksia laadittaessa on kuitenkin pyrkiä ohjaamaan ennemmin kuin antamaan erittäin tiukkoja normeja. Jo nyt pelko väärin toimimisesta nousee esille hyvin monissa vastauksissa ja tiukat normit ja säännöt voivat tukahduttaa entisestään positiivista ja spontaania viestintää, joka on tunnusomaista sosiaaliselle medialle (Pönkä 2014, 177–181). Vastauksissa oli havaittavissa tarvetta ohjaukselle ja koulutukselle sekä paikallisella tasolla aktiivisemmalle otteelle. Mielestäni voidaan vetää johtopäätös, että vuonna 2013 alkanutta vapaaehtoisten tiedottajien koulutusta tulisi jatkaa valtakunnallisesti ja huolehtia, että kaikilla alueilla on tiedottaja tukemassa koulutus- ja tukiyksikön viestintää. Kaikille tiedottajille tulisi myös tarjota tasapuolisesti kouluttautumismahdollisuuksia, jolloin osaaminen pikkuhiljaa valuisi ruohonjuuritason toimintaan, eikä sosiaalista mediaa nähtäisi enää niin voimakkaasti peikkona, vaan mahdollisuutena huomioiden kuitenkin käyttöön liittyvät rajoitukset erityisesti sotilaallisessa koulutuksessa.

Lisäksi huomioitavaa on, että paikallisissa koulutus- ja tukiyksiköissä on ympäri maata paljon hyödyntämätöntä sosiaalisen median ja verkkokoulutuksen osaamista. Eksperttitasolle itsensä mieltäneiden vastaajien joukosta profiloitui suhteellisen laaja ryhmä vastaajia, jotka työn ja muiden harrastusten kautta hankitun osaamisen ansiosta lukeutuvat alan huippuosaajiin. Heitä tulisi mielestäni hyödyntää paikallisesti ja valtakunnallisesti enemmän ja löytää keino lähes 2800 sitoutuneen vapaaehtoistoimijan osaamisen kartoittamiseen.

Vastauksista jäi sellainen kuva, että ainakin osittain sitoutuneiden toimijoiden hiljainen osaaminen jää hyödyntämättä, kun sitä ei osata tunnistaa ja tunnustaa paikallisesti. Palkatun henkilöstön vastauksissa esiin nousseet resurssipula ja mahdottomuus toimia joka alan asiantuntijoina voisi ainakin osittain ratketa motivoituneiden vapaaehtoistoimijoiden piilossa olevan osaamisen valjastamisella käyttöön paikallisesti ja valtakunnallisesti. Samalla tulisi kuitenkin huomioida myös ne toimijat, jotka eivät halua toimia sosiaalisessa mediassa. Ja on tarvetta pitää MPK:n viestintä monikanavaisena ja toiminta monipuolisena, ettei kenenkään tarvitsisi kokea jääneensä toiminnasta sivuun siksi, että verkossa työskentely tuntuu vieraalta tai sosiaalinen media uhalta.

5.2 Teemahaastattelut

Teemahaastatteluissa tarkennettiin kyselyssä esiinnousseista teemoista toimijoiden kokemia vahvoja uhkakuvia sekä sosiaalisen median käyttöön liittyviä epävarmuustekijöitä. Lisäksi teemahaastattelussa nostettiin esille sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet. Teemahaastattelun kysymykset muotoiltiin seuraavasti:

1. Millaisia mahdollisuuksia näet sosiaalisen median käytössä MPK:n toiminnassa?
2. Millaisia uhkia näet sosiaalisen median käytössä MPK:n toiminnassa?

3. Kuinka merkittävänä ongelmana pidät MPK:n toiminnassa tietämättömyyttä materiaalin jakamisen periaatteista ja asiattoman materiaalin jakamista?
4. Mihinkin uskot perustuvan osalla kyselyyn vastanneista esiinnoussut vahva sosiaalisen median käytön vastustus?
5. Esittele joku hyvä käytäntö sosiaalisen median käytössä MPK:ssa joko omassa tai jonkun toisen toiminnassa, joka mielestäsi ansaitsisi tulla laajemmin levitettyksi.

Teemahaastatteluihin valikoitui neljä eri-ikäistä vastaajaa, joista yksi toimi palkattuna MPK:ssa ja kolme sitoutuneena toimijana. Vastaajissa oli sekä miehiä että naisia ja maantieteellisesti vastaajat sijoittuivat eri puolille Suomea. Myös ikäjakauma mukaili MPK:n toimijoiden keski-ikää. Asenteiltaan vastaajat olivat positiivis-realisteja. Teemahaastatteluun valikoitui siis joukko, joka oli kyselyn vastauksissa tuonut esille sekä positiivisia että negatiivisia asioita sosiaalisen median käytöstä ja perustellut vastauksiaan. Teemahaastatteluissa esiin nousi sosiaalisen median tarve mahdollisuudet vielä kyselyä vahvemmin. Esiin tuotiin myös ajatusta, ettei kyseessä ole enää mahdollisuus vaan välttämättömyys.

Lipunnäyttö somessa on nykyaikana välttämätöntä. Toisaalta some on palvellut hyvin myös oman vakiorukan aktivoimisen ja sitouttamisen välineenä, kun sivustolle on ajettu uutta sisältöä ilman liian pitkiä taukoja. On vaikeaa sanoa, kuinka moni on tullut toimintaan mukaan yksinomaan juuri somen välityksellä, mutta se eittämättä palvelee myös uusasiakashankinnassa.

Sosiaalista mediaa MPK:n osalta on hyvä seurata aktiivisesti muuallakin kuin oman KOTU:n tai MPK:n sivuilla, koska MPK:n asioita käsitellään monilla foorumeilla. Facebookissa esim. kotimaisessa Maanpuolustus -ryhmässä tuodaan toistuvasti esiin MPK hyvänä kurssintarjoajana, ja siellä linkitetään eri kursseja esille kiinnostuneille. Kaikille ryhmän keskustelijoille MPK ei ole ollut tuttu, joten sen ryhmän keskusteluissa MPK on tullut kaikkien lukijoiden tietoisuuteen.

Lisäksi erityisryhmille suunnatut kurssit saavat myönteistä julkisuutta, ja kuvaavat vapaaehtoisen maanpuolustuksen mahdollisuuksia juuri

sosiaalisen median kautta. Myös nuoret tavoittaa parhaiten sosiaalisen median kautta.

Sosiaalinen media mahdollistaa osallisuuden toimintaan, mihin ei itse fyysisesti pääsisikään paikalle. Lisäksi keskustelut asiallisista aiheista mahdollistuvat sosiaalisen median kautta. Myös medioita seuraavien henkilöiden kysymyksiin esim. kurssikuvien kohdalla voidaan vastata lähes reaaliajassa. Uusien verkostojen luominen on myös nopeaa sosiaalisen median avulla.

Myös ongelmia toiminnassa nähtiin. Ongelmaksi teemahaastattelujen vastaajilla eivät kuitenkaan nousseet ensisijaisesti samat teemat kuin kyselyssä vaan teemana oli selkeästi some-etiketin rikkominen sekä informaatioähky. Myös kuvien leviämiseen liittyvä irrallaan kontekstista käsittely nousi vastauksissa esille.

Unohdetaan some -etiketti ja lähdetään hyökkäämään jotain ryhmää vastaan. Myös häiriköitten kommentointi on kaikkialla ongelma, toisaalta jos ollaan itse aktiivisia, niin ollaan edellä (Some on ainoa paikka, jossa "ensiksi iskevä" voittaa).

Informaatioon kyllästyminen voi uhata, jos kursseilta ja harjoituksista otetut kuvat ja teemat toistavat itseään. Sosiaalisen median kautta MPK:n toimijaksi profiloituneiden henkilöiden identiteeteistä voi tulla kiinnostavia myös tuntemattomien sosiaalisen median seuraajien toimesta. Pahimmillaan sosiaalisessa mediassa esitetyjä henkilö- tai tilannekuvia tai kirjoitettuja kommentteja voidaan käyttää henkilöitä vastaan irrallaan itse tilanteesta.

Kysyttäessä, millaisia riskejä vastaajat katsoivat liittyvän kielletyn materiaalin jakamiseen sosiaalisessa mediassa, oli selkeästi löydettävissä riskejä, joiden kuitenkin katsottiin olevan hyötyjä pienempiä.

Kuten kaikissa organisaatioissa, se on jonkin asteinen ongelma. Toisaalta, kuinka iso osa materiaalista on oikeasti sellaista, ettei sitä jostain saisi (vaikkapa osallistumalla kursseille). Ja salainen materiaali taas on jo lähtökohtaisesti sellaisen piirin hallussa jolla pitää olla selkeä ja hyvä ymmärrys tiedon salassapidosta ja jolla on käsitys somen sopimattomuudesta sellaisen tiedon käsittelyyn ja jakamiseen missään muodossa. Negatiivisen materiaalin ja propagandan jakamisen kannalta MPK:n somessa oleminen ei ole toimijoita estävä. Halutessaan he voivat vaikka polkaista MPK:n sivut pysty omassa nimissään! Parempi olla itse

ennen kuin joku muu tekee sen meidän nimissä. Ongelma siis on, mutta minusta ei sellainen "mörkö" että sen vuoksi pitäisi pysyä ulkopuolella. HUOM. PV-moodleen pääsee kirjautumaan jokainen, jolla on pankkitunnukset ja joka osaa käyttää kansalaisen kirjautumista. Tietoa on sieltä sängen paljon saatavilla!

Vaikka ihmisillämme on vahva terve järki tässä asiassa ei liene kuitenkaan mahdoton ajatus esim. kouluttaa sitä, miten toimia, jos tapahtumassa sattuu tapaturma: älä kuvaa tapahtumapaikalla, älä levitä henkilötietoja, älä spekuloi, jos ulkopuolinen kysyy vaan pitää antaa tiedotusvastuullisen hoitaa homma.

Kysyttäessä, mihin vastaajat katsovat perustuvan kyselyssä esiin nousseen paikoitellen vahvan some-vastaisuuden, nousi esille muutama yhteinen teema. Selkeästi sosiaalisen median vastustuksen katsottiin kentällä kytkeytyvän osittain tietämättömyyteen ja toisaalta kuvitelmaan siitä, että peruskurssilainen saa helposti käsiinsä salassa pidettävää materiaalia, jota vahingossa voi jakaa. Toisaalta esiin nousi myös ajatus, ettei MPK:n toiminnan moninaisuutta ole tunnistettu ja vastaukset on suunnattu käsittelemään pelkästään sotilaallista koulutusta. Tämä oli havaittavissa myös joissakin kyselyn vastauksissa.

Monilla henkilöillä tietokoneen peruskäyttö rajoittuu edelleen laskujen maksuun ja nettilehtien selailuun. Sosiaalista mediaa usein vierastetaan, ja sitä pidetään helposti ainoastaan viihteellisenä. Lisäksi samassa yhteydessä voidaan pelätä oman identiteetin varastamista tai muita väärinkäytöksiä. Toisaalta voidaan pelätä arkaluontoisen materiaalin pääsyä julkiseen tietoisuuteen sosiaalisen median kautta, ja ei välttämättä tunneta sosiaalisen median myönteisiä mahdollisuuksia.

Toisaalta itsekkin haluan tutustua ja rakentaa luottamusta ja sopia asioista nimenomaan kasvotusten.

Mukana on asenteiltaan konservatiivisia ihmisiä, joille sosiaalinen media on vieras asia. Monesti mielipiteet perustuvat myös oletuksiin. Kuvitellaan, että MPK:n kurssit kiinnostavat tiedustelua harjoittavia joukkoja ja että sosiaalisessa mediassa ja että sosiaalisessa mediassa olisi tarjolla tietoa, jota muuten ei olisi. Suurimpana syynä pidän kuitenkin ajatusta siitä, että MPK:n toiminta on vain sotilaallista - VARTU-koulutuksen markkinointiin ja toiminnan esittelyyn some sopii todella hyvin ja osa vastaajista ei varmastikaan ole ajatellut varautumis- ja turvallisuuskoulutusta ollenkaan vastatessaan kysymyksiin. MPK on mielletty vain sotilaallista koulutusta tarjoavana organisaationa.

Kysyttäessä hyviä käytänteitä sosiaalisen median käytössä, nousi esille muutamia hyvin käytännönläheisiä vinkkejä. Esiin tuotiin mahdollisuus markkinointiin ja brändäykseen sekä myös pienin teoin some-vastaisten toimijoiden huomioimista.

Kurssien ennakkomarkkinointi ja harjoituskohtaiset sivut. Some tavoittaa helposti tuhansia ja harjoituskohtaiset sivut aiheuttavat positiivista pohinää ja toimivat vahvasti osana tulevan toiminnan markkinointia.

Sinun työskentelysi harjoituksen tunnelmien jakamisesta ja sen myötä imagon luomisesta on loistava esimerkki "brändin" rakentamisesta.

Eräissä harjoituksissa on tarjottu mahdollisuutta rajata itsensä pois selvästi erottuvalla teippauksella päällysvaatteessa, jos eivät halua itseään kuvattavan tai kuvia julkisuuteen.

Teemahaastatteluissa selkeästi tuotiin esille samoja teemoja kuin kyselyn teemoittelussa ja ne tukivat kyselystä tehtyjä johtopäätöksiä. Teemahaastatteluissa korostui entisestään koulutuksen merkitys sekä MPK:n toiminnan monipuolisuuden kirkastaminen. Lisäksi myös teemahaastatteluissa nousi esille tarve huomioida niitäkin jotka eivät halua somessa olla. Sosiaalinen media ei saisi nousta esteeksi toimintaan osallistumisessa vaan mahdollisuudeksi markkinoinnissa, tiedottamisessa, brändäyksessä sekä oikean tiedon levittämisessä.

6 TOIMINTATUTKIMUKSELLINEN OSIO

6.1 Sosiaalisen median koulutusohjelman rakenne

Sosiaalisen median koulutusohjelmassa päädyttiin kolmeportaiseen koulutukseen, joka on MPK:lle aiemmin koulutuksissa testattu ja hyväksi havaittu tapa. Myös kyselyssä toivottiin eritasoisia koulutuksia vastaamaan erilaisiin koulutustarpeisiin. Jokaiselle koulutusportaalle (perustaso, jatkotaso ja erikoistaso) laadittiin kyselyn tuloksiin pohjautuen yhteistyössä MPK:n viestintäpäällikkö Miia Iivarin ja koulutussuunnittelija Irina Lönnqvistin kanssa sisältökuvaus, joista perustason kurssista laadittiin koulutuskortti (liite 2). Koulutuskortissa kuvattiin koulutuksen sisältö ja kurssilaisen osaamisen taso kyseisellä portaalla. Apuna tässä käytettiin Opetushallituksen luomia, opettajille suunnattuja ope.fi -taitotasoja. Vaikka taitotasot eivät suoraan sopineet malliksi MPK:n koulutusohjelmaan, oli niissä paljon samankaltaisuuksia. Molemmissa koulutus jaettiin kolmeen tasoon, josta perustason osaamisen katsottiin olevan osa toimijan ja opettajan perusosaamista.

Ope.fi -taitotasojen luomassa vuodesta 2010 asti ollut opettaja Sanna Brauer Oulun opettajakorkeakoulusta kertoo, että hänen mielestään tasot vastaavat hyvin työelämän tarpeita: ainakin ne ovat toimineet pohjana suunnitella ja kehittää opettajan arjen haasteissa konkreettisesti tukevaa täydennyskoulutusta. Parasta taitotasossa kuitenkin on niiden päivitettävyyden. Tarkoitus on, että osaamistarpeita päivitetään, eikä ajatella niiden olevan stabiileja. Brauerin mukaan erityisesti perustasojen tarpeesta kaikki on oltu hyvin yksimielisiä ja opettajien lisäksi myös kehittäjät ovat kokeneet saavansa tukea omalle työlleen. Tasot konkretisoivat osaamisen ja ohjaavat oman osaamisen hahmottamiseen ja vastaavat kysymyksiin ”Mitä minun pitäisi tai mitä voisin oppia lisää”. (Brauer 2015.)

Kolmiportainen koulutusmalli toimii Brauerin mukaan hyvin opettajien koulutuksessa. Tavoitteena oli, että opettajista I-taso olisi 100 prosentilla, II-taso

70 prosentilla ja III-taso 10 prosentilla. Koulutuksessa on neljän vuoden aikana suoritettu pelkästään Oulun opettajakorkeakoulussa useita satoja noviisitason (I-taso) koulutuksia ja jakauma mukailee Brauerin mukaan melko hyvin valtakunnallista tavoitetta. Kaikista eniten on suoritettu Noviisi- ja Eksperttitason koulutuksia. Ilahduttavaa Brauerin mukaan on, että tasojen vaatimukset ovat opiskelija- ja työelämäpalautteen mukaan osuneet kohdilleen. Sanna Brauer on sitä mieltä, että ope.fi -taitotasot voisivat sopia myös muuhun työhön ja esimerkiksi vapaaehtoisen maanpuolustustyön sosiaalisen median koulutusohjelman mallina ne voivat olla pienellä viitekehyksen muutoksella toimivia. Lisäksi hän mainitsee open badget eli osaamismerkkit, jotka tukevat vapaaehtoistoiminnan osaamisen tunnustamista ja joita esimerkiksi OK-opintokeskus on käyttänyt vapaaehtoisen koulutuksen osaamisen esiintuomisessa. (Brauer 2015.)

MPK:n viestintäpäällikkö Miia Iivarin ja koulutussuunnittelija Irina Lönnqvistin kanssa laadittujen koulutuskorttien työstö tapahtui kyselystä ja teemahaastatteluista nousseiden teemojen järjestelyllä. Käytimme työkaluna Webropol-järjestelmää, jossa jokainen määritteli teemojen sijoittumisen tasoille I-III. Teemojen järjestelyn jälkeen muokkasimme sisällöistä koulutusportaiden mukaiset koulutuskokonaisuudet käyttäen apuna ope.fi -taitotasojen määrittelyä.

Koulutuskortti opinnäytetyön osana toteutettavasta perustason kurssista laadittiin MPK:n vakioimalle pohjalle, jossa kuvattiin koulutuksen tavoitteet, toteutustapa sekä koulutusohjelman rakenne. PVMoodleen rakennettu verkkokurssi helpottaa kurssin toteutusta vakioituna eri puolilla Suomea ja kurssia on mahdollista toteuttaa myös lähiopetuksena PVMoodlen tarjoaman materiaalin ja koulutuskortin avulla.

6.2 Perustason toteuttaminen PVMoodlessa

Perustason sisällöt syntyivät kyselyn, teemahaastattelujen, ope.fi -taitotasojen osaamisvaatimuksia peilaamalla sekä Miia Iivarin ja Irina Lönnqvistin kanssa koulutusohjelmasta keskustellessa. Perustason toteuttaminen PVMoodlessa puolestaan rakentui teoreettisen viitekehyksen esiintuomien aktivoivien oppimismenetelmien sekä koulutuskortin mukaisien sisältöjen kokonaisuudeksi. Verkkopedagogisen osuudessa (kappale 4.) todettiin, että PVMoodle toimii monipuoliset mahdollisuudet tarjoavana oppimisympäristönä, mutta edellyttää hallittua rakennetta sekä ohjeistusta ja aktivoivaa lähestymistapaa. Lisäksi kurssin suunnittelussa on otettava huomioon ohjeiden selkeys, materiaalin yhdenmukaisuus sekä tähtimallin mahdollisuudet.

Näiden teorioiden sekä kyselytutkimuksen perusteella perustason verkkokurssi rakentui viidestä moduulista, joilla kaikilla on oma sisältö. Moduulit ovat: yleiset ohjeet sosiaalisen median käyttöön MPK:n toiminnassa, Facebookin peruskäyttö, tietoturva, tekijänoikeus ja nettietiketti sekä valokuvan käyttö sosiaalisessa mediassa. Lisäksi kurssilla on ohjeosio alussa sekä lopussa, joissa ohjataan kurssin suorittamisessa sekä suoritusmerkinnän hakemisessa. Jokaiseen moduuliin sisältyy ohjeosiota lukuun ottamatta opiskelumateriaalia, joka vaihtelee nauhoitetuista luennoista pdf-tiedostoihin ja verkkolinkeistä erilaisiin tehtäviin. Tehtävissä pyritään aktivoimaan opiskelijaa ja tämän vuoksi kaikki tehtävät eivät ole tarkastamisen helppoudesta huolimatta verkkotenttejä. Tekijänoikeuksiin keskittyvässä osiossa käytetään kuitenkin myös verkkotenttiä. Osassa tehtävistä hyödynnetään keskustelutyökalua ja tähtimallia mukaillen opiskelijaa ohjataan tutustumaan MPK:n ja Puolustusvoimien sosiaalisen median palveluihin ja tutkimaan, millaista materiaalia niissä on jaettu.

Johtoajatuksena verkkokurssilla oli materiaalin laatu. Linkkejä ja materiaali tuotiin kurssille harkiten, sillä kurssin ohjeellinen kesto on 16 tuntia. Sisällön on kyettävä täyttämään kurssin sisällölliset osaamiseen liittyvät tavoitteet, oltava helposti omaksuttavaa ja samalla tarpeeksi suppeaa, jotta ohjeellinen

suoritus aika riittää kurssin suorittamiseen. Tehtävissä pyrittiin käyttämään sellaisia palautusmenetelmiä, jotka ovat harvemmin Moodlea käyttäville helppoja. Tämän vuoksi avoimet vastaukset toteutettiin aina tenttityökalulla, joka tulee kurssilaisille tekijänoikeustentissä tutuksi. Kurssin materiaalissa noudatettiin tarkasti kurssin sisällöllisiä oppeja tekijänoikeuksiin liittyen. Kaikki käytetyt kuvat olivat creative commons -lisensoituja ja materiaalissa oli asianmukaiset lähdeviitteet.

Erityistä huomiota kurssin toteutuksessa kiinnitettiin ohjeistukseen. Jokaisen osion alussa kerrotaan missä järjestyksessä materiaaliin lähdetään tutustumaan. Ensimmäisessä osiossa käydään läpi koko kurssin etenemisjärjestys ja esitellään viitteellinen ajankäyttösuunnitelma (Kuvio 11.). Tavoitteena on teoreettisen viitekehyksen ohjeiden mukaan luoda verkkokurssi, jossa kurssilaisen on helppo navigoida ja jossa on turvallista ja miellyttävää liikkua. Tätä tukee myös tarpeeksi suuri ja selkeä fontti ja neutraalin värinen teksti.

Toteutus ja ajankäyttösuunnitelma

Tervetuloa MPK:n sosiaalisen median peruskurssille

Kurssi koostuu viidestä moduulista, joista kaikki täytyy suorittaa hyväksytysti, jotta kurssi voidaan katsoa suoritetuksi. Kurssin laskennallinen pituus on kaksi koulutuspäivää eli noin 16 tuntia. Ajankäyttösuunnitelma jakautuu seuraavasti:

- Viestinnän perusteet MPK:ssa, 4 h
- Tekijänoikeudet, tietoturva ja nettietiketti, 4 h
- Facebookin peruskäyttö, 3 h
- Valokuva sosiaalisessa mediassa, 3 h
- Skype:n peruskäyttö, 2 h

Ajankäyttösuunnitelma on viitteellinen ja vaihtelee jokaisen kurssilaisen kohdalla aiemmasta osaamisesta ja opiskeluvauhdista riippuen. Kurssilaiset suorittavat modulit omaan tahtiinsa. Suositeltavaa on edetä järjestyksessä osio kerrallaan ylhäältä alas.

Lue huolellisesti osien/moduulien ohjeet ennen suorittamisen aloittamista. Mikäli et saa materiaalia auki, tarkastathan, että tietokoneesi asetukset hyväksyvät ponnahdusikkunat. Lisäksi kannattaa tarkastaa, löytyykö tietokoneeltasi pdf-tiedostojen avaamiseen soveltuva ohjelma. Kaikki tiedostot ovat pdf-muodossa. Kurssimateriaalissa on myös videoita, moodleen rakennettua tekstimateriaalia sekä verkkolinkkejä.

Kun olet suorittanut kaikki tehtävät, voit hakea itsellesi open badge -osaamismerkkiä ja kurssin suoritusta MPK-kortille laittamalla sähköpostia osoitteeseen riitta.torn@gmail.com. Mikäli kurssin suorittamisessa on ongelmia, ota yhteyttä kurssin ylläpitoon.



Oppimisen iloa ja tervetuloa sosiaalisen median maailmaan toivottavat
Kurssin ylläpitäjät Riitta, Irina ja Miia








Kuvio 8. Ohjeistuksen selkeys on kurssin tärkeä elementti

Osioiden rakenne on samanlainen osiosta toiseen siirryttäessä ja tämä tukee myös liikkumisen ja hahmottamisen helppoutta. Kuvallisen ohjeosion jälkeen alkavat tehtävät, joiden alussa on tunniste. Tämä helpottaa materiaalin sisällön hahmottamista. Teoreettisen viitekehyksen mukaan kurssilaisen on tärkeää tunnistaa materiaali jo ennen avaamista ja tunniste helpottaa kokonaisuuksien hahmottamista.

SOME-OHJEET

Tämä osio sisältää MPK:n ja Puolustusvoimien some-ohjeistuksen sekä niihin liittyvän tehtävän. Lue ensin tehtävän sisältö ja siirry sen jälkeen tutustumaan materiaaliin.



-  Oppimateriaali: Puolustusvoimat - sosiaalisen median ohje
-  Oppimateriaali: MPK - viestinnän ohje
-  Tehtävä: MPK:n viestintä
-  MPK Facebookissa
-  MPK Instagramissa
-  MPK Twitterissä
-  MPK Youtubessa

FACEBOOKIN PERUSKÄYTTÖ

Tämä osio sisältää materiaalia facebookin peruskäytöstä sekä tehtävän facebookin käyttöön liittyen. Tutustu ensin koulutusmateriaaliin ja tämän jälkeen tutustu ja suorita tehtävä.



Kuvio 9. Materiaali toteuttaa verkko-oppimisen tähtimallia







Kurssien osioiden materiaali on haettu sekä ulkoisista lähteistä että käytetty omaa ja käyttötarkoitukseen toisilta saatua materiaalia (Kuvio 12.). Verkko-opetuksen tähtimallin mukaan sisältöä on tuotu myös ulkopuolelta, esimerkiksi

KOTEK-hankkeen tuottamia tekijänoikeusnauhoitteita on tuotu elävöittämään kurssin toteutusta. Lisäksi mukana on ajankohtaisia lehtiartikkeleja Kauppalehdestä ja Yleltä (Kuvio 13.). Tämä haastaa jatkuvaan toiminnan tarkkailuun, sillä ulkopuoliset lähteet ovat usein haavoittuvin osa kursseista. Linkit voivat lakata toimimasta, materiaali vaihtaa osoitetta ja palveluntarjoaja poistaa sisällön saatavilta. Ajankohtainen uutisointi tuo kuitenkin kurssin teoriasisällön osaksi ympäröivää yhteiskuntaa ja haastaa soveltamaan opittua teorian tietoa.

TIETOTURVA, TEKIJÄNOIKEUS JA NETTITIKETTI

Tämä osio sisältää koulutusmateriaalia tietoturvasta sekä netti- ja some-etiketistä. Tutustu koulutusmateriaaleihin huolellisesti ja tee tämän jälkeen aihealueen tentti.

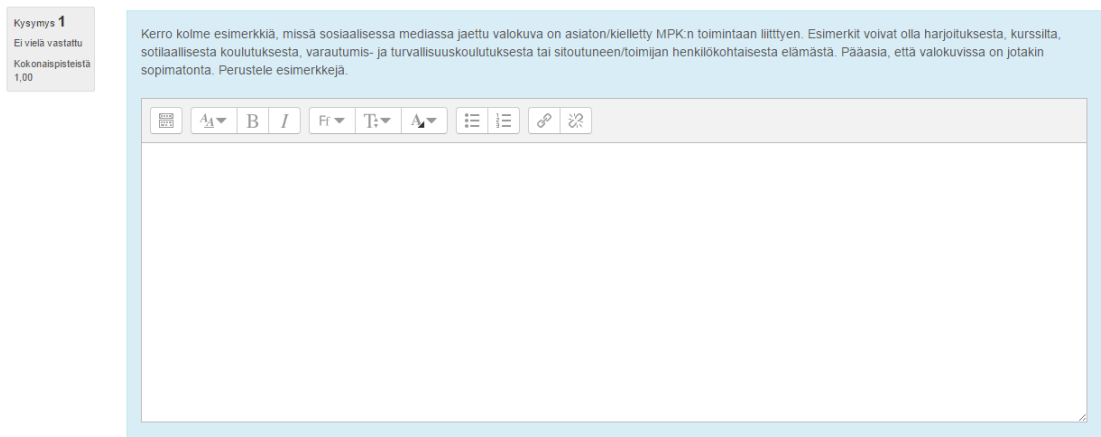


-  Oppimateriaali: Tekijänoikeus ja sosiaalinen media (Saarela & Törn-Säkkinen)
-  Lehtiartikkeli: Näin suojaat yksityisyytesi ilman erityistaitoja (Yle)
-  Video: Tekijänoikeuden suojaamat teokset (Toikkanen & Oksanen)
-  Lehtiartikkeli: Some-etiketti (Kauppalehti)
-  Oppimateriaali: Nettietiketti
-  Tehtävä: Tentti tekijänoikeudesta ja nettietiketistä

Kuvio 10. Oppimateriaalina on käytetty ajankohtaisia uutisia

Tehtävissä tavoitteena on ollut aktivoida. Tämä on haasteellista verkkokurssilla, jossa kurssilaiset eivät opiskele samanaikaisesti. Tästä johtuen aktivoinnin menetelminä on käytetty toiminnallisuutta ja tähtimallin mukaista ulkopuolisiin palveluihin siirtymistä (Kuvio 14.). Facebook-osiossa kurssilaisten tehtävänä on tehdä toimintoja MPK:n Facebook-sivuilla. Valokuvausosiossa kurssilaiset joutuvat pohtimaan, millaisia kuvia ei ole sopivaa julkaista ja perustelemaan valintojaan. Some-ohjeita läpikäyvässä osiossa kurssilaiset tutustuvat MPK:n sosiaalisen median palveluihin ja tarkkailevat, millaista materiaalia niissä on jaettu. Tarkoituksena on käyttää yhteisöllisen tiedon tuottamisen menetelmiä,

sillä tehtävän pohjana on käytetty keskustelualuetta. Tällöin kurssilaiset voivat lukea toistensa vastauksia ja ajatukset luvallisen materiaalin mahdollisuuksista ja toisten ideoista voivat herättää ajatuksia enemmän kuin pelkkä yksinäinen tutustuminen sosiaalisen median palveluihin. Lisäksi käytössä on tentti tekijänoikeuksista sekä Skypeen liittyvä asennus- ja tunnusten aktivointitehtävä.



Kuvio 11. Tehtävät aktivoivat toimimaan ja tutustumaan

Kurssin lopussa on MPK:n palautelomakkeen sisältöä vastaavaksi muokattu surveypal-palaute kurssista. Lisäksi viimeisessä osiossa on ohjeet open badge -osaamismerkkin hakemista varten. Kurssin hyväksytysti suorittaneella on mahdollista saada paitsi koulutus suoritetuksi MPK:n koulutuskortille, myös merkki osaamisestaan. PVMoodle tukee osaamismerkkien liittämistä profiiliin ja kurssin suorittanut voi liittää omiin tietoihinsa "Some peruskurssi" -osaamismerkkin. Tämä kertoo muille palvelun käyttäjille ja ulkoiseen palveluun linkitettyinä myös laajemmalle joukolle kurssin suorittaneen osaamisesta.

6.3 Kurssin testaaminen ja arviointi

Kurssin testaajiksi kutsuttiin avoimella Facebook-kutsulla vapaaehtoisia. Testaajiksi valikoitui kahdeksan henkilöä, jotka olivat iältään, sosiaalisen median käyttö kokemukseltaan ja taustoiltaan hyvin erilaisia. Sosiaalisen

median peruskurssi avattiin testaajille viikoksi ja heille lähetettiin yleisiä kysymyksiä liittyen kurssin visuaaliseen ilmeeseen, sisältöön, opetusmenetelmiin ja selkeyteen. Tarkoituksella kysymykset eivät olleet kovin täsmällisiä, sillä testaajilta haluttiin vapaamuotoista palautetta ja tuntemuksia sekä ensivaikutelmia kurssista. Näitä saatiinkin hyvin, sillä osa vastaajista keskittyi teknisiin asioihin, osa sisällölliseen palautteeseen ja osa visuaalisuuteen ja käytettävyyteen.

Palautteessa päällimmäisenä nousi esille tyytyväisyys kurssiin. Ajankäyttösuunnitelmaa pidettiin realistisena. Tehtäville koettiin jäävän tarpeeksi aikaa ja materiaalia ei ollut liian laajasti käytettävissä olevaan aikaresurssiin nähden. Kurssin ohjeistus koettiin myös pääpiirteissään selkeäksi ja ohjaavaksi, samoin tehtävät aktivoiviksi. Samoin sisällöt koettiin tarpeellisiksi ja kurssi laadukkaasti toteutetuksi.

Palautteen perusteella tehtiin korjauksiakin kurssiin. Tentin kysymyksenasettelussa oli epäloogisuutta ja samoin ohjeissa oli jonkin verran monitulkintaisuutta, jotka korjattiin palautteen perusteella. Lisäksi luentonauhoite ei toimi kaikilla selaimilla, vaan tämä on BlueButton-työkalun oma ominaisuus, jolle käytössä olevien työkalun rajallisuuden vuoksi ei ollut mitään tehtävissä. Tästä tehtiin kuitenkin maininta ohjeistukseen. Palautetta tuli myös luentonauhoitteiden lisäämisestä. Koettiin, että ihmisen ääntä on miellyttävämpi kuunnella kuin opiskella sama asia lukemalla. Kurssin jatkotyöstön aikana luentonauhoitteiden määrää tullaan lisäämään ja ensimmäisten kurssin suorittavien kurssilaisten antaman palautteen perusteella kurssia tullaan muokkaamaan vielä toimivammaksi. Testaajien palautteen perusteella kurssi on kuitenkin pienin korjauksin valmis käyttöön.

6.4 Jatkotason ja eksperttitason suunnittelu

Koska kyselyn tuloksista kävi selvästi ilmi, että tarvetta on myös jatkotason koulutukselle, laadittiin sosiaalisen median koulutusohjelmasta kolmiportainen.

Toinen porras päädyttiin toteuttamaan Miia Iivarin ja Irina Lönnqvistin kanssa käytyjen keskustelun perusteella lähiopetuksena. Jatkotason kurssin tavoitteena on tutustuttaa kurssilainen harjoitusviestintään ja jatkotason kurssi pyritään integroimaan suurempaan harjoitukseen. Tällöin kurssilaisilla on mahdollisuus toteuttaa harjoitusviestintää sosiaalisessa mediassa ja harjoitella todellisissa tilanteissa somen käyttöä.

Jatkotason kurssin sisällöiksi muodostuivat MPK:n harjoitusviestintäympäristönä, tapahtumatiedotus, Facebookin jatkokäyttö, Instagramin ja Twitterin peruskäyttö, video sosiaalisessa mediassa, pilvipalveluiden käyttö sekä hyvien käytänteiden jakaminen. Sisältö on paljon peruskurssia vaativampaa ja onkin syytä vielä pohtia, voiko jatkotason kurssia edeltää esimerkiksi kahdeksan tunnin mittainen verkko-osio PVMoodlessa, jossa osallistuja tutustuu ennakolta materiaaliin. Tällöin harjoituksessa päästään heti harjoitteiden pariin eikä aika kulu teorian läpikäymiseen. Laskennalliselta laajuudeltaan jatkotason kurssi on 24 tuntia eli noin kolme päivää.

Eksperttitason koulutus, joka on suunnattu pitkälle sosiaalisen median käytössä edistyneille ja KOTU-yksiköiden tiedottajille, on tarkoitus toteuttaa osittain verkossa ja osittain lähiopetuksena. Eksperttitason kurssin sisällöiksi muodostuivat aktivointi ja yhteisöllinen työskentely sosiaalisessa mediassa, videomateriaalin tuottaminen sosiaaliseen mediaan, oikeinkirjoitus ja kielenkäyttö sosiaalisessa mediassa, turvallisuusluokiteltu materiaali, trollit ja informaatioseudankäynti sekä kriisiviestintä. Eksperttitason koulutus on kaikista laajin sisällöltään ja vastaa 40 tunnin opiskelua eli noin viittä päivää. Kurssi toteutetaan yhden viikonlopun lähiopetuksella, jota täydennetään PVMoodlessa toteutettavalla verkkokurssilla sekä esimerkiksi Skypea kautta toteutettavilla asiantuntijaluennoilla.

Aikataulu jatkotason ja eksperttitason koulutuksilla on MPK:n päätettävissä, mutta alustavasti on suunniteltu, että jatkotason kurssi valmistuisi vuoden 2016 aikana ja eksperttitason kurssi vuoden 2017 aikana.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön kysely osoitti, että MPK:n toimijoiden keskuudessa sosiaalisen median koulutusohjelmalle on tarvetta. Kyselyyn vastasi huomattavan suuri joukko, mutta tutkimuseettisesti asiaa lähestyttäessä ongelmallista on, että osa vastaajista tuntui oletttavan, että vastaukset voidaan yhdistää vastaajan henkilöllisyyteen. Vastauksissa olikin havaittavissa oman osaamisen yliarviointia, mutta kaiken kaikkiaan opinnäytetyön kyselyn johtopäätöksenä voidaan luotettavasti todeta, että koulutus on tarpeellista, se voidaan osittain toteuttaa verkossa ja on myös tarpeen tarjota eritasoista koulutusta. Moni vastaajista toi esille tietojensa ja taitojensa puutteellisuuden ja koulutustarpeen ja samalla toiveet koulutuksen sisällöstä olivat selvästi eritasoisia.

Sosiaalisen median koulutusohjelmasta rakentui opinnäytetyön aikana ensimmäinen porras eli perustaso. Tarkoitus on julkaista kurssi PVMoodlessa tammikuussa 2016 ja kysyä kurssin suorittaneilta kehittämisideoita ja palautetta. Tämän perusteella kurssia voidaan jatkuvan kehittämisen periaatteella työstää vastaamaan yhä enemmän kurssilaisten tarpeita. Samalla jatkotason koulutuksen sisällön muokkaaminen voi alkaa ja syksyn 2016 aikana jatkotason koulutusta voisi toteuttaa osana jotakin suurempaa harjoitusta.

Opinnäytetyön aihe oli haastava, sillä vastaajia kyselyllä oli lähes tuhat. Vastauksien käsittely vei useita kuukausia, mutta huolellinen analyysi helpotti jatkotyöskentelyä. Yllättävän helposti vastauksista löytyi kuitenkin linjoja kurssien sisällölle ja opetuksen toteutukselle. Myös esiin nousseet heikot signaalit esimerkiksi osaamistasojen auki kirjoittamisesta olivat mielenkiintoinen tutkimuksen kohden. Teoria loi hyvän kehyksen toteutukselle, johon sisältö muodostui kyselyn perusteella. Koinikin hyvin hedelmälliseksi työskentelytavaksi teorian ja käytännön yhdistämisen, olihan minulla oman MPK-taustani vuoksi kokemusta ja näkemystä asiasta jo ennalta. Tämä olisi voinut muodostua ongelmalliseksi, mutta yritin tuoda koko tutkimuksen ajan esille omaa rooliani MPK:n toimijana. Kyselyiden analysoinnissa oman roolin unohtaminen oli

kuitenkin tärkeää ja aineistolle piti antaa mahdollisuus puhua ilman ennakkoodotuksia.

Opinnäytetyön konstruktiona syntynyt verkkokurssi syntyi työskentely loppuvaiheessa. Huolellisen aineistotutkimuksen ja teoreettisen viitekehyksen luomisen jälkeen verkkokurssi syntyi kohtuullisen helposti. Materiaalia oli paljon saatavilla sidosryhmiltä ja verkossa on julkaistu creative commons –lisenssillä paljon sosiaaliseen mediaan liittyvää materiaalia. Haastavinta oli luoda kurssista aktivoiva, toiminnallinen ja pitää sisältö tarpeeksi laajana, mutta kuitenkin rajallisena, jotta laskennallinen opiskeluaika riittää aineiston huolelliseen tarkasteluun.

Jatkossa on tärkeää seurata kurssipalautteita ja muokata kurssin sisältöä niiden pohjalta palvelemaan entistä paremmin käyttäjäkuntaa. Lisäksi kurssin sisällön ajantasaisuus ja linkkien toimivuus pitää testata säännöllisesti. Kurssia on myös hallinnoitava MPK:n tietohallintajärjestelmässä, tehtävät pitää tarkastaa ja osaamismerkkit myöntää. Tämän vuoksi kurssi vaatii sitoutumista myös organisaatiolta. Sitä ei voi jättää yksin elämään vaan kurssia pitää kehittää, huoltaa ja hallinnoida.

Opinnäytetyö on saavuttanut tavoitteensa, mikäli sosiaalisen median peruskurssi otetaan käyttöön ja se innostaa MPK:n sitoutuneita toimijoita ja palkattua henkilöstöä opiskelemaan somen peruskäyttöä. Sosiaaliseen mediaan suhtaudutaan osittain hyvinkin kielteisesti ja kurssi voi omalta osaltaan olla rohkaisemassa toimijoita uskaltautumaan ensiaskeleille sosiaalisen median maailmaan. Erityisen hyvin tavoite saavutetaan, jos jatkotyöstä odottavat jatkokurssi ja eksperttitasen kurssi toteutuvat. Tällöin tavoitteena ollut koulutuskokonaisuus on täysin toteutunut, ja koulutusta tarjotaan ympäri Suomea eritasoisesti kaikille kiinnostuneille toimijoille. Pelkästään jo peruskurssin toteutuminen verkossa on kuitenkin suuri saavutus, sillä se tulisi avautuessaan olemaan ensimmäinen kaikille toimijoille avoin ja kokonaan

verkossa toteutettava kurssi. Tämä toisi MPK:n verkkokoulutuksen kokonaan uuteen aikakauteen.

Jatkotutkimushankkeina voisi olla, millaisia vaikutuksia verkkokoulutuksena toteutettava sosiaalisen median peruskurssi saa aikaan ja millaisen palautteen koulutus on saanut verrattuna lähiopetuksena toteutettavaan koulutukseen. Myös vapaaehtoisten tiedottajien rooli koulutus- ja tukiyksiköissä olisi hyvä jatkotutkimuksen aihe. Opinnäytetyön kyselyssä tiedottajat nousivat selvästi esille hyvin erilaisena ryhmänä, joka erottui selvästi muista vastaajista. Paikallisten tiedottajien roolia sosiaalisen median käytössä ja koulutuksessa voisi entisestään vahvistaa ja ottaa käyttöön koulutus- ja tukiyksiköissä olevaa toimijoiden hiljaista tietoa. Osaamista on kyselyn mukaan käytössä, mutta osittain se jää tunnistamatta ja tunnustamatta. Olisikin hyvä selvittää, miten tätä osaamista saataisiin paremmin alueellisesti esille ja kuinka sitä voitaisiin hyödyntää alueellisesti ja valtakunnallisesti. Tällä hetkellä alueellinen osaaminen on usein alueen omassa käytössä, mutta toiminnassa on niin vähän aktiivisia ihmisiä mukana, että osaamisen valtakunnallinen jakaminen aktivoisi toimijoita ja edesauttaisi vähenemässä olevien henkilöressurssien käyttöä.

LÄHTEET

Brauer, S. 2015. Oulun ammattikorkeakoulu, ammatillinen opettajakorkeakoulu. Lehtori. Haastattelu 13.9.2015.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Vastapaino.

Harasim, L. 2012. Learning theory and online technologies. New York: Routledge.

Huttunen, T. 2011. Monimuoto-opetuksen hyödyntäminen reserviläiskoulutuksessa. Pro Gradu, Maanpuolustuskorkeakoulu. Viitattu 5.9.2015 <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201202141371>.

Hätäkeskustoiminnan asiantuntijalehti 15.3.2012. Viitattu 29.8.2015. http://www.112.fi/halari/10/0/puolustusvoimat_is_something_40385

Häyrynen, H. 2009. Kouluttajan kintereillä. Tutkimusraportti Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen koostumuksesta, heidän motiiveistaan kouluttajina sekä siitä, miten yhdistys voisi tukea heidän toimintaansa. Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen julkaisuja.

Ihanainen, P. 2010. Ammatillinen verkkopedagogiikka - teoreettisia ja käytännöllisiä lähtökohtia. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Julkaisusarja 3/2010. Vantaa: Multiprint.

Iivari, M. & Lönnqvist, I. 2015. Verkkopedagogiikka - laadukasta sisältöä PVMoodleen. Teoksessa Reservi koulutus ja vapaaehtoinen maanpuolustus: velvollisuus, vapaaehtoisuus, omatoimisuus. Puolustusvoimien koulustoimialan vuosiseminaari 2015, seminaarijulkaisu. Pääesikunta, koulustoimiala: Juvenes print, 15-16.

Kajaanin ammattikorkeakoulu 2015. Opinnäytetyöpakki. Viitattu 8.10.2015 <http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali>.

Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2012. Sosiaalinen media opetuksessa. Oy FinnLectura Ab. Helsinki: Esa Print Oy.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Keinonen, H. 2015. Massaluennosta verkkokurssiksi – miten toteuttaa konstruktivistista oppimiskäsitystä? Tampereen yliopisto. Viitattu 15.9.2015 <https://yliopistopedagogiikka.files.wordpress.com/2015/03/keinonen.pdf>.

Keränen, V. & Penttinen, J. 2007. Verkko-oppimateriaalin tuottajan opas. Docendo. Porvoo: Bookwell.

Koohang, A. 2012. Active learning in e-learning: advancing systemic model. Issues in information systems, volume 13, issue 1. pp. 68-76. Viitattu 9.8.2015 http://iacis.org/iis/2012/24_iis_2012_68-76.pdf.

Koski, H. 2012. PVMoodlen käyttö asevelvollisten orientoinnissa ja maanpuolustustahdon kehittämisessä. Maanpuolustuskorkeakoulun esiapseerikurssin tutkielma. Viitattu 8.9.2015 <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201207056158>.

Kuokkanen, M. 2014. Maanpuolustuskoulutusyhdistyksen käytettävyys Puolustusvoimien reservin koulutuksessa - Reserviläinen opettaa reserviläiselle. Tutkielma, esiapseerikurssi 66. Maanpuolustuskorkeakoulu. Viitattu 5.9.2015 <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2014062729560>.

Lukka, K. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Viitattu 18.8.2015 http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/02_metodiartikkelit/lukka_const_research_app/kooste.

Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2013. Viestintästrategia.

Maanpuolustuskoulutusyhdistys 2015. Kouluttajakysely.

Matilainen, H. 2014. Verkko-opetus - ratkaisu reserviläisten orientointiin kertausharjoituksessa. Tutkielma, esiapseerikurssi 66. Maanpuolustuskorkeakoulu. Viitattu 9.9.2015 http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/97485/E4398_MatilainenPH_EUK66.pdf?sequence=2.

Mäkinen, M. 2013. "Jos ei meidän viestit mene läpi niin ei kukaan tiedä meidän olemassaoloa". Kansalaisjärjestöjen viestintä muuttuneessa mediassa. Pro Gradu, Tampereen yliopisto. Viitattu 8.8.2015 <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/94500/GRADU-1383041844.pdf?sequence=1>.

Nurmi, S. 2012. Auta aktivoimaan aikaisempi tietämys. Artikkelijulkaisussa Laatu e-oppimateriaaleihin. Opetushallitus. Oppaat ja käsikirjat 2012:5. Tampere: Suomen yliopistopaino.

Opetushallitus 2006. Verkko-oppimateriaalin laatukriteeri. Työryhmän raportti 16.12.2005. Viitattu 15.9.2015 http://www.oph.fi/download/47132_verkko-oppimateriaalin_laatukriteerit.pdf.

Opetushallitus 2015. KenGuru. Viitattu 10.9.2015 <http://www10.edu.fi/kenguru/> Puolustusvoimat 2011.

Puolustusvoimat 2012. Sosiaalisen median ohjeistus varusmiehille ja reserviläisille. Viitattu 28.8.2015

https://www.puolustusvoimat.fi/wcm/af105c004a98546a8138ebe337ad1452/so me_ohjeistus.pdf?MOD=AJPERES.

Puolustusvoimat 2015a. Facebook. Viitattu 27.8.2015

<https://www.facebook.com/puolustus/timeline>.

Puolustusvoimat 2015b. Twitter. Viitattu 27.8.2015

<https://twitter.com/Puolustusvoimat/followers>.

Puolustusvoimat 2015c. Puolustusvoimat sosiaalisessa mediassa. Viitattu 27.8.2015

http://www.puolustusvoimat.fi/portal/puolustusvoimat.fi!/ut/p/c5/vZHLboJQFEW_pR9Q74tyYcjj8n4IXMAyMUBUsEUtVAW-viZN2IEdNZ49XNInJeeAAtxyKC_trvxsj4fyHaxAla5NLEqWA5Ecur4K7dCDGfWWSNMwyMEKCutkP53s-W2O93M0J-kR-7y--jobuW7jRC8R1yPI2QC5I9IDFV2TVBiRJKPMiJhiaG6vSk-3XcU9mwnvc4i-uUiYywJTQOZSE6Cd6KnMU0rMVLzbD2P6zeEfo0DwCgr62zdRIN36fInN2IAwRoD_4zXuu8jjXBQ-0IUf6Prffzmgaktuca27BVxQQUSSSAgVCZUEGeT7ulH1wd4xVjUf8t6oTCun_agyMRxpr-34zvbfcjmp8BqpLt284_oQzlgd2rqjPazOSTqXk7NJpSk7e3PKyGA1pHZGL-gaZaTr3DQusbLI9DyW-TXrE-Fjq262bbLmEyR5cZa8EKNBsufW2XW1WfnHA7-EwisY7cBp-5yYrE1r36yUb4AdrfKw!!/dl3/d3/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/?pcid=64bc4700441b30c59a11fa1e8d984cd7.

PVMoodle 2015. Viitattu 28.8.2015 <https://www.pvmoodle.fi/login/index.php>.

Pyörremyrsky. Viitattu 27.8.2015

<http://www.puolustusvoimat.fi/wcm/Erikoissivustot/pvsh11/Suomeksi/>.

Pönkä, H. 2014. Sosiaaliden median käsikirja. Docendo Oy. Jyväskylä: Saarijärven Offset.

Ridell, S. 2013. Elämää Facebookin ihmemaassa. Sosiaalinen verkostosivusto käyttäjiensä kokemana. Tampereen yliopisto. Tampere: CMT.

Scholz, Trebor (2008) Market ideology and the myths of Web 2.0. Viitattu 16.9.2015 <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2138/1945>.

Shirani, A., Aiken, M. & Reithel, B. 1994. A Model of User Information Satisfaction. DATA BASE/ 25(4), 17–23.

Storås, N. 2015. Some-kupla vahvistuu - Facebook muuttaa toimintatapojaan. TIVI 22.4.2015. Viitattu 13.9.2015 http://www.tivi.fi/Kaikki_uutiset/2015-04-

22/Some-kupla-vahvistuu-%E2%80%93-Facebook-muuttaa-toimintatapojaan-3220269.html.

Tella S., Vahtivuori S., Vuorento A., Wager P. & Oksanen U. 2001. Verkko opetuksessa - opettaja verkossa. Helsinki: Edita.

Tieteen termipankki 2015. Julkisoikeudellinen yhteisö. Viitattu 29.8.2015
http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:julkisoikeudellinen_yhteis%C3%B6.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Vantaa: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Suomen aluekehittämissstrategia 2020. Viitattu 17.8.2015
https://www.tem.fi/files/26330/ALUEKEHITTAMISSTRATEGIA_2020.pdf

VOPLA 2012. Verkko-opetuksen laatukäsikirja. Viitattu 15.9.2015
<http://www.vopla.fi/verkkokurssi/index.html>.

Sosiaalisen median taustakysely

Sosiaalisen median taustakysely toteutetaan maaliskuussa 2015 MPK:n kolmiportaisen sosiaalisen median verkkokurssin rakentamista varten. Kysely toteutetaan osana Riitta Törnin opinnäytetyötä Lapin ammattikorkeakoulun YAMK-koulutuksessa.

Lisätietoja kyselystä antaa riitta.torn@kao.fi tai irina.lonnqvist@mpk.fi. Vastaukset kyselyyn käsitellään luottamuksellisesti ja niistä raportoidaan anonymisti joulukuussa 2015 valmistuvan raportissa.

Sukupuoli

- Mies
- Nainen

Ikä

- Alle 30
- 30-40
- 41-50
- 51-60
- Yli 60

Missä koulutus- ja tukiyksikössä (KOTU) toimit?

- Etelä-Karjalan KOTU
- Etelä-Pohjanmaan KOTU
- Etelä-Savon KOTU
- Helsingin KOTU
- Kainuun KOTU
- Kanta-Hämeen KOTU
- Keski-Pohjanmaan KOTU
- Keski-Suomen KOTU
- Kymenlaakson KOTU
- Lapin KOTU
- Ilmapuolustuspiiri
- Meripuolustuspiiri
- Pirkanmaa KOTU
- Pohjanmaan KOTU

TYYPPIKURSSIN KUVAUS

SOSIAALISEN MEDIAN PERUSKURSSI

KURSSIN PÄÄMÄÄRÄ

Kurssin päämäärä kuvattuna yhdellä virkkeellä

KURSSIA KOSKEVAT TIEDOT

Koulutusohjelma	Sosiaalisen median koulutusohjelma
Rakenne	25 h, 6 modulia
Moduulit	Viestinnän perusteet MPK:ssa, 6 h Tietoturva ja toiminta verkossa, 5 h Tekijänoikeudet, 5 h Facebookin peruskäyttö, 6 h Valokuva sosiaalisessa mediassa, 5 h Skypen peruskäyttö, 3 h
Vaativuustaso	P1-F1-S2
Riskitaso	1

KURSSILAISIA KOSKEVAT TIEDOT

Kohderyhmä	Kaikille MPK:n toimijoille ja toiminnasta kiinnostuneille
Osaamisvaatimukset	Tietokoneen peruskäyttö, facebook-tili MPK:n kurssi, verkkomateriaalin itseopiskelu, muu koulutus
Osaamistavoitteet	Kurssilainen tuntee MPK:n viestinnän periaatteet, tietää mitä MPK:n toimija voi jakaa sosiaaliseen mediaan ja tuntee Facebookin yleiset toimintaperiaatteet. Kurssilainen tunnistaa skype-verkkokokousohjelman ja tuntee sen peruskäytön, osaa tunnistaa mitä materiaalia voi tekijänoikeuksien mukaan jakaa sosiaalisessa mediassa sekä osaa toimia verkossa nettietiketin mukaan. Lisäksi kurssilainen osaa valita sosiaaliseen mediaan kuvia, jotka eivät riko nettietiketin tai tekijänoikeuslain ohjeistuksia.
Osaamisen mittaus	Osaaminen mitataan verkkokurssin tehtävillä ja tenteillä
Varustus	Ei erityisvaatimuksia

KOULUTUSYMPÄRISTÖÄ JA -KALUSTOA SEKÄ OPPIMATERIAALIA KOSKEVAT TIEDOT

Tilat ja alueet	Verkkokurssi
Opetusvälineet	Opiskelijalla oma tietokone verkkoyhteydellä
Oppimateriaali	PVMoodle

KURSSIN JÄRJESTÄJÄÄ JA KUMPPANEITA KOSKEVAT TIEDOT

Järjestäjä	Piiri, koulutus- ja tukiyksikkö, koulutusosasto
------------	---