

Itä-Suomen yliopisto

Sosiaalisen median käytön suositus

1. Johdanto

Sosiaalinen media eli yhteisömedia on verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta yksilöiden ja yhteisöiden välillä. Se on tällä hetkellä neljänneksi suosituin verkkoaktiviteetti hakutoimintojen, sähköpostin ja verkkouutisten jälkeen.

Sosiaalisen median käyttö lisääntyy jatkuvasti yritysten, yhteisöiden ja organisaatioiden viestinnässä ja markkinoinnissa. Korkeakoulut ja muut oppilaitokset ovat jo läsnä sosiaalisessa mediassa ja yhä enemmän ja monimuotoisemmin tulevaisuudessa.

Itä-Suomen yliopisto on mukana sosiaalisessa mediassa. Yliopisto käyttää verkon tarjoamia valmisalustoja ja -yhteisöjä ja on esillä muun muassa Facebookissa ja SecondLifessa. Sosiaalista mediaa ovat myös yliopiston tukema wikipalvelu ja intranetin yhteisöllisyyttä edistävät, vuorovaikutteiset toiminnot: kommentoinnit, viestiryhmät ja blogit.

Tämä on suositus siitä, miten sosiaalista media kannattaa käyttää yliopiston eri toiminnoissa - tutkimuksessa, opetuksessa, opiskelussa, viestinnässä ja markkinoinnissa. Suositus on tarkoitettu kaikille sosiaalisen median palveluja käyttäville yliopistolaisille.

Sosiaalisen median hyödyntäminen yliopiston toiminnassa edellyttää suunnitelmallisuutta, aktiivista osallistumista ja henkilöresursseja.

Itä-Suomen yliopiston sosiaalisen median suositus perustuu yliopiston strategisten tavoitteiden tukemiseen ja täsmentää viestintäohjelmassa esitettyjä linjauksia sosiaalisesta mediasta.

Rehtori Perttu Vartiainen 17.11.2010 nimeämän työryhmän tehtävänä on ollut laatia Itä-Suomen yliopistolle sosiaalisen median käytön suositus.

Työryhmän kokoonpano

- viestintäpäällikkö Petri Hynynen, viestintäyksikkö, työryhmän pj
- tiedottaja Ulla Kaltiala, viestintäyksikkö, työryhmän sihteeri
- tietoturvapäällikkö Olavi Manninen, tietotekniikkakeskus
- suunnittelija Taina Rytönen-Suontausta, opinto- ja opetuspalvelut
- tiedottaja Kari Salmela, viestintäyksikkö

Työryhmä on tutustunut monipuolisesti sosiaalisen mediaan, sen erityispiirteisiin ja hyviin käytäntöihin. Taustamateriaaleista keskeisimmät ovat yliopistojen viestintäyksiköiden laatima suositus sosiaalisen median käytöstä viestinnässä ja markkinoinnissa, yliopistojen

tietoturvapäälliköiden tietoturvasuositus sekä valtiovarainministeriön sosiaalisen median tietoturvaohje (VAHTI 4/2010).

Sosiaalinen media on nopeasti muuttuva ja kehittyvä ympäristö. Viestintäyksikkö vastaa sosiaalisen median suosituksen tarkistamisesta vuosittain.

Työryhmän laatima sosiaalisen median suositus valmistui 31.3.2011. Suositus on esitelty rehtorille 5.4.2011 ja käsitelty johtoryhmässä 19.4.2011. Rehtori on vahvistanut sosiaalisen median suosituksen 19.4.2011.

2. Sosiaalisen median monet muodot ja mahdollisuudet

Mistä puhutaan, kun puhutaan sosiaalisesta mediasta?

Sosiaalisessa mediassa käyttäjät itse tuottavat ja jakavat sisältöä, esimerkiksi tietoa, ajatuksia, suosituksia ja mielipiteitä. Sosiaalinen media tarkoittaa verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus ottaa vastaan tietoa, viestiä aktiivisesti sekä tuottaa sisältöjä. Se on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävää viestintää, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä sekä luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita. Sosiaalisessa mediassa viestitään siis monelta monelle, ja perinteiselle medialle ominainen yksisuuntaisuus sekä viestijän ja vastaanottajan välinen ero puuttuvat. Viestintää leimaa nopeus ja avoimuus - viesti voi tavoittaa nopeasti laajan joukon ihmisiä. Edellä kuvatut piirteet tekevät kuitenkin julkisuuden ja maineen hallinnasta sosiaalisessa mediassa haastavaa.

Viestintätyyli sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median viestintätyyli on henkilökohtainen, epävirallinen ja keskusteleva. Yliopiston työntekijöiden toiminta sosiaalisessa mediassa rakentaa kuitenkin yliopiston julkisuuskuvaa. Viestitä onnistuneesti pitämällä mielessä seuraavat seikat.

- Käytä yleistajuista kieltä, vältä kapulakieltä ja asiantuntijasanastoa.
- Puhu omalla äänellä, älä toistele toisten keksimiä mainoslauseita.
- Sarkasmi, ironia ja huumori eivät oheisviestinnän puuttuessa aina avaudu lukijalle.
- Jos kysyt käyttäjiltä jotain, varmista että vastauksilla on vaikutusta. Kerro myös käyttäjille, miten vastaukset vaikuttivat.
- Ole avoin tarkoitustesi suhteen ja kerro rehellisesti, miksi viestit virkaprofiilissa "juuri näistä asioista tällä tietyllä tavalla".
- Tee selväksi asioiden viralliset käsittelykanavat, jos sosiaalisen median palvelu ei ole sellainen.
- Vastaa palautteeseen nopeasti, näin keskustelu säilyy vireänä.
- Jos otat kantaa yliopistoa koskeviin asioihin, säilytä kommentoinnin tyyli suhteellisen neutraalina. Jos esittämäsi mielipiteet poikkeavat työnantajan kannasta, tuo se selkeästi esille.

Sosiaalisessa mediassa viestimiseen pätevät monessa suhteessa samat säännöt kuin työelämässä muutenkin.

- Viestintä sosiaalisessa mediassa on johdonmukainen osa muuta viestintää ja palvelua.
- Ole kohtelias ja ystävällinen oma itsesi, käytä asiallista arkikieltä.
- Asiakas on aina oikeassa myös sosiaalisessa mediassa -- ota kielteinenkin palaute asiallisesti vastaan.
- Ytimekäs viesti menee perille parhaiten.
- Voit myöntää ellet tiedä kaikkea kyseessä olevasta asiasta -- lupaa selvittää asia tai ohjaa eteenpäin.
- Jos huomaat tehneesi virheen, pahoittele ja korjaa asia.

Mitä sosiaalisessa mediassa voi tehdä?

Kymmenettuhannet nykyiset ja tulevat opiskelijat, työntekijät, alumnit, tutkijat, lahjoittajat, päättäjät ja toimittajat hyödyntävät sosiaalista mediaa tiedonhakuun, viestintään, verkostoitumiseen, työhön, opiskeluun ja päätöksentekoon. Sosiaalisessa mediassa näkyvät ne yhteisöt, joista ja joissa käydään keskustelua, jotka toimivat avoimesti ja vuorovaikutteisesti sekä tuottavat kiinnostavia ja uniikkeja sisältöjä.

Sosiaalisen median avulla voi tuottaa sisältöjä yhdessä, lisätä avoimuutta, pienentää kuluja, vähentää byrokratiaa, luoda uudenlaista palvelumuotoilua, kerätä ideoita, lisätä demokratiaa ja osallistumista, oppia uutta, tehostaa viestintää, organisoida tehokkaasti, hallita tietotulvaa, koota ja yhdistellä tietoa, pysyä ajan tasalla, luoda riippumattomuutta fyysiseen paikkaan, ja muuttaa myös aikakäsityksiä.

Edellä mainittuja hyötyjä voi saavuttaa ottamalla tarkoituksenmukaisesti käyttöön sosiaalisen median palveluja: blogeja, mikroblogeja, wikejä, dokumenttipalveluja, kokous- ja ajanhallinnan palveluja, kuvien, videoiden, linkkien, paikkojen, kohteiden ja muiden materiaalien ja medioiden jakopalveluja, keskustelu- ja chat-palveluja sekä ryhmätyöskentelyalustoja.

Lähteet

Sanastokeskus TSK. [Sosiaalisen median sanasto](#). Dokumentti (pdf)
Wikipedia. [Sosiaalinen media](#). Artikkel

3. Sosiaalisen median turvallisuus ja tietoturvariskien tunnistaminen

Sosiaalinen media on hyvä ja tehokas väline, jota voi ja kannattaa käyttää osana yliopiston toimintaa. Sen käyttöön liittyy kuitenkin tietoturvasuoraa, yksityisyyden suoja ja tekijänoikeuksia koskevia seikkoja, joihin kannattaa perehtyä vahinkojen välttämiseksi.

Tietoturvallisuus

Muista seuraavat tietoturva-asiat käyttäessäsi sosiaalisen median palveluja:

- Noudata varovaisuutta palvelujen käytössä. Palvelujen tietoturvatoteutuksissa saattaa olla puutteita, jotka mahdollistavat haittaohjelmien tai roskapostin levittämisen tai käyttäjien henkilötietojen keräämisen.
- Haittaohjelmat voivat levitä sosiaalisen median palveluissa tehokkaasti myös siksi, että ystävältä tai tutulta saatua viestiä tai yhteydenottoa pidetään turvallisenä.
- Palveluja kannattaa käyttää vain sellaiselta työasemalta, jonka tietoturvallisuus on varmistettu mm. ohjelmistopäivityksin sekä palomuurin ja haittaohjelmasuojauksella.
- Käytä sosiaalisen median palveluissa ja muissa ulkoisissa palveluissa eri tunnusta ja salasanaa kuin yliopiston omissa palveluissa.
- Selvitä yliopiston käytännöt kunkin palvelun tunnusten suhteen: käytetäänkö organisaation yhteisiä tunnuksia vai henkilökohtaisia tunnuksia.
- Sosiaalisen median palveluissa on helppo esiintyä toisena henkilönä. Saadessasi yhteydenoton uudelta henkilöltä kannattaa varmistaa hänen oikea henkilöllisyytensä jollakin muulla välineellä.
- Jos käytät sosiaalisen median palveluja opetuksessa, neuvo opiskelijoille keskeiset palvelun käyttöön liittyvät tietoturva-asiat.
- Palveluntarjoaja ei yleensä takaa tietojen säilymistä palvelussaan, joten varmista, että palveluun laitetuista tiedoista on kopiot myös muualla.
- Jos sinua uhkaillaan, häiritään tai epäilet joutuneesi huijauksen tai väärinkäytöksen kohteeksi, ota yhteyttä esimieheesi ja viestintäyksikköön.

Tietosuoja

Tietosuoja tarkoittaa sitä, että tietojen käsittelyssä suojataan yksityisyyttä tarkoituksenmukaisesti.

- Tarkista käyttäjäprofiilisi yksityisyyden suojaan vaikuttavat asetukset ja päivitä ne tarvittaessa asianmukaisiksi.
- Älä laita palveluun liian henkilökohtaisia tietoja. Kunnioita myös muiden tietosuojaa: älä laita perheesi, ystävien tai muiden henkilöiden kuvia tai tietoja palveluun ilman heidän suostumustaan.
- Harkitse tarkoin, mitä itseesi, tuttaviasi tai työpaikkaasi liittyviä asioita voit käsitellä sosiaalisessa mediassa. Kerran sosiaaliseen mediaan vietyä tietoa voi olla mahdotonta saada poistettua kokonaan.
- Varo paljastamasta itsestäsi tai työyhteisöstäsi sellaisia seikkoja, joita ulkopuolinen taho voi hyödyntää kalastelu- tai huijausyrityksissä. Esimerkiksi tiedot poissaoloista tai liian tarkat henkilö-, yhteys- tai tehtävätiedot voivat olla tällaisia.

Tekijänoikeudet

On tärkeää pitää mielessä omat ja toisten tekijänoikeudet tuottaessaan ja jakaessaan materiaalia sosiaalisen median palvelujen kautta.

- Selvitä palvelun käyttöehdot ennen sen käyttöönottoa, ettet tule vahingossa antaneeksi palvelun ylläpitäjälle oikeuksia tekijänoikeudella suojattuun aineistoon, kuten logoihin, kuviin tai kirjalliseen materiaaliin.
- Määrittele käyttöoikeudet, joita muilla materiaalin käyttäjillä on sosiaalisen median kautta tuottamaasi aineistoon. Hyvä tapa ilmoittaa materiaalin käyttöoikeuksista on käyttää [Creative Commons \-lisenssiä](#).
- Toisten tuottaman aineiston julkaisemiseen sosiaalisessa mediassa on pyydettävä tekijältä lupa.

Lähteet

Toikkanen, T. & Oksanen, V. 2011. Opettajan tekijänoikeus. Avoimet sisällöt, s. 99-131. Oy Finn Lectura Ab, Helsinki.

Toikkanen, T. & Oksanen, V. [Opettajan tekijänoikeus](#). Blogi (htm)

[Suositus sosiaalisen median tietoturvalisenssistä yliopistossa](#). Yliopistojen tietoturvapääallikköjen kannanotto 10.12.2010. Dokumentti (pdf)

Valtiovarainministeriö 2010. [Sosiaalisen median tietoturvaohje. VAHTI 4/2010](#). Verkkojulkaisu (pdf)

4. Sosiaalisen median käytön linjaukset Itä-Suomen yliopistossa

Viestintäohjelma lähtökohtana

Viestintäohjelmassa 2011–2015 on määritelty Itä-Suomen yliopistossa yhteisesti noudatettavat viestinnän tavoitteet, periaatteet ja toimintatavat, joilla yliopisto ja sen eri yksiköt toteuttavat viestintäänsä.

Viestinnän tavoitteena on pitää sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät tietoisina yliopiston tehtävästä, tavoitteista, toiminnasta, tuloksista ja merkityksestä. Viestinnän avulla tuetaan yliopiston markkinointia hyvänä työ- ja opiskelupaikkana ja luotettavana yhteistyökumppanina. Viestinnän keinoin voidaan lisätä yhteisöllisyyttä ja tukea sidosryhmä- ja alumnitoimintaa.

Kaikissa näissä viestinnän tehtävissä ja tavoitteissa sosiaalisella medialla on keskeinen rooli. Lisäarvoa tuovat sosiaalisen median erityispiirteet, joita ovat esimerkiksi avoimuus, reaaliaikaisuus, käyttäjälähtöisyys, vuorovaikutteisuus ja yhteisöllisyys.

Tavoitteet ja hyödyt

Sosiaalinen media täydentää viestinnän kokonaisuutta, kanava- ja keinovalikoimaa. Sosiaalisessa mediassa yliopisto pyrkii ensisijaisesti vuorovaikutukseen sidosryhmiensä ja suuren yleisön kanssa. Tavoiteltavaa on tuottaa kiinnostavaa sisältöä, jota kommentoidaan ja jaetaan aktiivisesti. Yhtenä tavoitteena on myös saada kävijöitä yliopiston omille verkkosivuille.

Perinteisen tiedottamisen lisäksi tarvitaan vuorovaikutteisuutta, osallistumista ja mahdollisuus verkostoitumiseen. Sosiaaliseen mediaan osallistuminen on aina tavoitteellista toimintaa, ei itsetarkoitus. Tavoitteet määrittyvät yliopiston strategisista tavoitteista ja toiminnan painopisteistä.

Vastuut ja velvollisuudet

Viestinnän vastuut on kuvattu viestintäohjelman 4. luvussa. Samoja periaatteita noudatetaan myös sosiaalisessa mediassa.

Viestintäyksikkö vastaa yliopiston yleisestä edustamisesta sosiaalisen median palveluissa, kuten tiedotteiden jakelusta ja yliopiston yhteisen alumnisivuston ylläpitämisestä.

Yliopiston yksiköt vastaavat omasta toiminnastaan sosiaalisen median palveluissa.

- Toiminnalle on syytä määritellä tarkoitus, tavoitteet, resurssointi sekä ylläpidon ja seurannan vastuhenkilöt.
- Uuden palvelun käyttöönotosta on informoitava etukäteen viestintäyksikköä, joka koordinoi yliopiston osallistumista sosiaaliseen mediaan ja seuraa yliopiston näkyvyyttä verkkopalveluissa.
- Tärkeää on huolehtia sosiaalisen median palvelun ylläpidosta ja toiminnan jatkuvuudesta. Palvelun hiipuminen voi tuoda kielteistä julkisuutta yliopistolle.

Roolit ja edustaminen

Sosiaalisessa mediassa toimiessasi edustat Itä-Suomen yliopistoa ja luot siitä mielikuvaa.

- Tutustu viestintäohjelman linjauksiin yliopiston viestintävastuista ja julkisesta edustamisesta.
- Sovi esimiehesi kanssa työroolissa esiintymisestä sosiaalisessa mediassa.
- Yhteisötunnusta suositellaan käytettäväksi, kun edustat yliopistoa työroolissa. Näin henkilökohtainen profiili erottuu työprofiilista ja käyttäjä voi helposti arvioida tietolähteen luotettavuuden.
- Kun esiinnyt oman alasi asiantuntijana, voit käyttää henkilökohtaista profiilia. Kerro selkeästi oma roolisi yliopistossa ja asemasi asiantuntijana.
- Varmista, että yliopiston linja sekä omat kannanottosi ja mielipiteesi erottuvat toisistaan.

Yliopiston omissa verkkopalveluissa, kuten intran blogeissa ja viestiryhmissä, käytetään omaa nimeä ja sähköpostitunnusta.

Lähteet

[Itä-Suomen yliopiston viestintäohjelma 2010-2015](#). Dokumentti (pdf)

[Sosiaalinen media yliopistojen viestinnässä ja markkinoinnissa](#). Yliopistojen työryhmän suositus 8.10.2010. Dokumentti (pdf)

5. Sosiaalinen media tutkijan työssä ja tutkimustiedon jakamisen kanavana

Sosiaalisen median käyttö ei ole vielä kovin yleistä tutkijan työssä. Monet sosiaalisen median palvelut ovat kuitenkin tutkijalle hyödyllisiä ja niitä on helppo ottaa käyttöön. Etuja ovat esimerkiksi maksuttomuus ja mahdollisuus palvelun käyttöön eri organisaatioissa toimivien tutkijoiden kesken ilman tunnusbyrokratiaa. Sosiaalinen media voi myös tarjota joustavia palveluja sekä työskentelyä helpottavia erikoisohjelmia, joita omalla organisaatiolla ei ole käytössä. Lisäksi sosiaalinen media tarjoaa tutkijalle mahdollisuuksia näkyvyyteen ja tutkimuksensa tunnetuksi tekemiseen -- toiminnallaan sosiaalisessa mediassa voi rakentaa verkkoidentiteettiään ja mainettaan asiantuntijana.

Sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia tutkijalle

Yhteistyö ja verkostoituminen

Sosiaalisessa mediassa tutkijayhteisö voi muodostua sinne, missä on muutenkin alan toimijoita, tai tutkijaryhmä voi päättää ottaa käyttöönsä jonkin verkkoyhteisöpalvelun. Tällaisia tutkijoiden käyttämiä palveluja ovat esimerkiksi LinkedIn, LeMill, Sometu, Mendeley ja ResearchGate. Tutkijaryhmä voi myös luoda oman verkkoyhteisön tai ryhmäsivun johonkin sosiaalisen median palveluun.

Useassa sosiaalisen median palvelussa on ominaisuuksia, jotka mahdollistavat monipuolisen vuorovaikutuksen ja yhteydenpidon, kuten teksti-, puhe- ja videochatit. Lisäksi on erillisiä pikaviestinohjelmia ja -palveluja, kuten Messenger ja Skype. Niillä voi vähentää sähköpostitulvaa ja puhelinkustannuksia ja saada vuorovaikutukseen enemmän läsnäolon tuntua. Ne myös helpottavat vuorovaikutusta tutkijoiden kanssa ympäri Suomea ja jopa maailmaa.

Dokumenttien luonti, tallennus ja jako

Sosiaalisen median palveluissa voi kirjoittaa yhdessä dokumentteja sekä tallentaa ja jakaa niitä. Myös kuvien muokkaukseen ja jakoon on verkossa toimivia kuvankäsittelyohjelmia ja kuvapankkeja. Konferenssien materiaaleja sekä videotallenteita konferenssesin huippuhetkestä voi myös jakaa monipuolisesti sosiaalisen median palvelujen kautta -- ja rakentaa jopa mediapankin konferenssin kaikista tuotoksista ja materiaaleista. Tärkeää on kuitenkin pyytää kaikilta konferenssin puhujilta ja esittäjiltä lupa materiaalien jakoon. Sosiaalisten kirjanmerkkien avulla tutkija voi jakaa hyödyllisiä linkkivinkkejä ja muita sisältöjä joko omissa verkostoissaan tai kaikille kiinnostuneille.

Tutkijan vastuu sosiaalisessa mediassa

Käytä sosiaalista mediaa tutkimuksen tukena asiallisesti:

- Älä esitä tutkimustuloksia sosiaalisessa mediassa ennen niiden varsinaista julkaisua.
- Älä tee tutkimusta kokonaisuudessaan yliopiston ulkopuolisissa sosiaalisen median palveluissa. Osia voit työstää, jos niissä ei käsitellä arkaluonteisia asioita.
- Käsitellessäsi haastatteluita ja muita aineistoja sosiaalisessa mediassa huolehdi tietosuojasta. Älä mainitse esimerkiksi haastateltavien nimiä tai muita tietoja, joista heidät voi tunnistaa.

Muista vastuusi työnantajaa kohtaan:

- Tutkija edustaa tutkimustyössään aina organisaatiota, johon hän tekee tutkimusta.
- Esiintyessäsi sosiaalisessa mediassa tutkijana mainitse myös taustaorganisaatiosi.
- Edustaessasi yliopistoa käytä yliopiston sähköpostiosoitetta.
- Keskustele työyhteisössäsi siitä, mitä asioita tutkimusryhmän jäsen voi kertoa tutkimuksesta esimerkiksi blogissaan.

Samat tutkijan vastuut ja velvollisuudet koskevat niin kokoaikaisena tutkijana työskenteleviä, opetustyön ohessa tai työajan ulkopuolella tutkimusta tekeviä kuin jatko-opiskelijoita, jotka eivät ole työsuhteessa yliopistoon. Jos yliopiston työntekijä tekee tutkimustaan toisen yliopiston jatko-opiskelijana, hän vastaa tutkimustyöstään jatko-opinto-oikeuden myöntäneelle yliopistolle.

Linkkejä

Sosiaalisen median palveluja:

[LinkedIn](#): Eri alojen ammattilaisten verkosto

[Googlen palveluja](#): Mm. haku, blogi, yhteiset dokumentit, ryhmätoiminnot ja kuvapankki

[LeMill](#): Menetelmiä, sisältöjä ja työkaluja

[Sosiaalinen media oppimisen tukena - Sometu](#)

[Mendeley](#): Pdf-tiedostojen hallinta

[ResearchGate](#): Tutkijoiden yhteisöpalvelu

[Sumo Paint](#): Kuvankäsittelyohjelma verkossa

[Research Methods in YouTube](#): Videopalvelu

Tutkijoiden blogeja:

[Tutkijankammion portailla](#)

[Plagiointitutkija](#)

[Karjalan tutkimuslaitos](#)

Lähteet

Aalto, Tuija & Uusisaari, Marylka Yoe: Löydy - Brändää itsesi verkossa. Avain 2010.

Pitkänen, Sari H. 2011. [Sosiaalinen media tutkijan työssä - työpaja](#). Blogi (htm)

Virtukampus.fi: [Sosiaalinen media tutkimustulosten viestinnässä](#). Blogi (htm)

6. Sosiaalinen media opetuksessa ja opiskelussa

Lähtökohtia

Itä-Suomen yliopisto toimii kolmella kampuksella, mikä vaikuttaa opetuksen järjestämiseen ja opiskeluun. Osa opetustarjonnasta onkin siirretty vuosien varrella verkkoon. Verkon käyttö opetuksessa on myös kestävä kehityksen periaatteiden mukaista, koska se vähentää matkustusta. Itä-Suomen yliopisto ylläpitää useita verkkopalveluja, kuten Moodle, Confluence Wiki ja Adobe Connect -verkkoviestintäjärjestelmä, joita voi hyödyntää opetuksessa ja opiskelussa, mutta opettajat ja opiskelijat voivat käyttää myös muita sosiaalisen median palveluja työskentelyssään.

Sosiaalinen media opetuskäytössä

Sosiaalisen median käyttö opetuksessa tukee yhteisöllisen tiedonrakentelun, adaptiivisen asiantuntijuuden ja tutkivan oppimisen periaatteita.

Sosiaalisen median opetuskäytössä avainsana on tarkoituksenmukaisuus. Sosiaalisen median palvelut tuovat lisäarvoa opetukseen erityisesti, kun halutaan kannustaa opiskelijaa ottamaan vastuu oppimisestaan tai kun opiskelija tarvitsee toimintaympäristön, joka on hänen käytössään myös valmistumisen jälkeen. Palveluista on hyötyä myös, kun halutaan työskennellä sekä tuottaa ja jakaa materiaalia yhteisöllisesti, kun jaetaan muitakin oppimistuotoksia kuin tekstejä, esimerkiksi ääntä tai kuvaa, kun oman organisaation järjestelmät eivät riitä pedagogisesti tai didaktisesti tarkoituksenmukaiseen työskentelyyn tai kun yhteistyökumppanit ja muut toimijat ovat oman organisaation ulkopuolelta.

Työskennellessäsi opiskelijoiden kanssa sosiaalisessa mediassa ota huomioon seuraavat seikat.

- Opettajan pitää voida todentaa, kuka on tuottanut oppimistehtävät, joita hän arvioi ja joille opiskelijoiden arvosanat perustuvat.
- Opettajan pitää kertoa opiskelijoille ne riskit, joita opiskeluun sosiaalisen median palveluissa liittyy.
- Opettajan pitää hyväksyä myös se, että kaikki opiskelijat eivät välttämättä halua rekisteröityä sosiaalisen median palveluihin, ja järjestää vaihtoehtoinen suoritustapa.

Sosiaalinen media opiskelijan näkökulmasta

Opiskelijalla on oikeus kieltäytyä rekisteröitymästä sosiaalisen median palveluihin tai muuten käyttämästä niitä. Silloin opettajan tai oppilaitoksen pitää järjestää opiskelijalle vaihtoehtoinen tapa suorittaa ne opinnot, joissa sosiaalisen median palveluja on käytössä.

Kun opetuksessa käytetään sosiaalisen median palveluja, on tärkeää, että opettaja ja opiskelijat laativat yhteiset pelisäännöt ja keskustelevat palvelun käytöstä niin, että kaikilla on yhteinen ymmärrys sen hyödyistä ja reunaehdoista. Yksi tärkeistä reunaehdoista on se, että opettaja tietää, kuka opiskelijoista on tuottanut mitään materiaalia, jotta hän voi tuotoksen arvioida. Toisaalta

opiskelijan ei kannata välttämättä esiintyä sosiaalisen median palveluissa omalla nimellään. Usein olisi hyvä käyttää pelkästään etunimeä tai nimimerkkiä, joka on opettajan ja tarvittaessa muiden opiskelijoiden tiedossa. Siten opiskelijan ei tarvitse myöhemmin esimerkiksi töitä hakiessaan katua vaikkapa ensimmäisenä opiskeluvuonnaan tuottamiinsa ajatuksia tieteenalaltaan. Nimimerkin käytöstä on paljon positiivisia kokemuksia - se vapauttaa opiskelijan aidosti pohtimaan asiaa ja tuottamaan laadukkaampia oppimistehtäviä.

Verkossa materiaaleja on helppo kopioida, ja se on lisännyt kiusausta plagiointiin eli jonkun muun tuottaman materiaalin käyttöön ja kopiointiin ilman tekijän lupaa tai lähdeviittausta. Sosiaalisen median, nimimerkkien ja avatarien käyttö näyttää etäännyttävän henkilöä materiaalin takana ja vähentävän syyllisyyden tunteita luvattomasta kopioinnista. Kuitenkin nimimerkillä on yhtäläinen tekijänoikeus tuottamiinsa materiaaleihin kuin etu- ja sukunimellään esiintyvällä henkilöllä.

Opiskelija voi myös omaehtoisesti ottaa käyttöön sosiaalisen median palveluja opiskelunsa tueksi. Hän voi ryhtyä ylläpitämään oppimispäiväkirjaa, portfolioa tai ympäristöä, johon hän kirjaa oppimisen kokemuksiaan ja kerää edustavimpia näytteitä oppimisestaan ja asiantuntijuutensa kehittymisestä. Hän voi kutsua ympäristöönsä esimerkiksi työelämästä ne henkilöt, joiden haluaa tutustuvan tuotoksiin. Näin hän voi itse hallinnoida henkilökohtaista oppimisympäristöään, joka on hänen käytössään vielä sittenkin, kun hän valmistuu.

Linkkejä

[Moodle](#)

[Confluence Wiki](#)

Lähteet

Toikkanen, T. & Oksanen, V. 2011. Opettajan tekijänoikeus. Verkkopalvelut opetuksessa, s. 132-139. Oy Finn Lectura Ab, Helsinki.

7. Sosiaalinen media yliopiston viestinnässä ja markkinoinnissa

Tiedottaminen sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisen median julkaisualustat tarjoavat mahdollisuuden viestintään yliopistolta suoraan sidos- ja kohderyhmille tai yhteisöille. Viestien sisältö voi olla yliopiston tuottamaa tekstiä, kuvaa tai videota.

Sosiaalinen media ei ainakaan toistaiseksi korvaa perinteisiä markkinoinnissa ja viestinnässä käytettyjä mediajakelukanavia eikä yliopiston verkkosivuja, mutta se tuo erinomaisen ja kustannustehokkaan jakelukanavan näiden lisäksi.

Sidosryhmäviestintä

Sosiaalinen media tarjoaa hyvän kanavan viestittää sidosryhmille, mitä yliopistolla tapahtuu. On tärkeää muistaa, että samalla luodaan näille ryhmille myös mielikuvaa yliopistosta tässä ja nyt. Siksi sidosryhmiin suuntautuvan, sosiaalisen median kautta tapahtuvan viestinnän tulee olla sisällöltään monipuolista ja pitää esillä sekä tutkimusta, opetusta että yliopiston yhteiskunnallista palvelutehtävää.

Opiskelijarekrytointi

Lukio- ja yläkouluikäiset nuoret ovat suurin sosiaalista mediaa ja muuta verkkoviestintää käyttävä ikäryhmä. Kilpailua tulevista opiskelijoista käydään enenevässä määrin verkossa, jonka keskeisiin tuotteisiin sosiaalinen media kuuluu. Opiskelijarekrytointin näkökulmasta yliopistosta on sosiaalisessa mediassa välityttävä nuoria puhutteleva kuva.

Monipuolinen viestintä on tässäkin tärkeää. Myös kampuskaupungeista on luotava positiivinen mielikuva.

Henkilöstörekrytointi

Avoimesta työpaikasta voidaan kertoa perinteisten jakelukanavien ohella myös sosiaalisessa mediassa. Henkilöstörekrytointin kannalta sosiaalisella medalla on kuitenkin tärkeämpi rooli mielikuvan välittäjänä yliopistosta tutkimus-, opetus- ja työyhteisönä. Tässä sosiaalinen media tukee yliopiston ja sen yksikköjen verkkosivujen antamaa kuvaa yliopistosta.

Yliopiston markkinointi, mainonta, näkyvyys ja julkisuuskuva sosiaalisessa mediassa

Sosiaalinen media tarjoaa kanavia yliopiston ja sen tapahtumien markkinointiin ja uutisten jakeluun. Yliopiston, sen tiedekuntien, laitosten ja yksikköjen esiintyminen sosiaalisessa mediassa on osa yliopiston viestintää ja perustuu yliopiston strategiaan tavoitteisiin.

Yliopiston julkisuuskuvan kannalta on tärkeää, että sosiaalisessa mediassa tapahtuva, yliopistoa koskeva viestintä, markkinointi ja mainonta on yhdenmukaista sisällöltään ja ilmeeltään. Yliopiston eri yksikköjen tuleekin pitää viestintäyksikkö ajan tasalla sosiaalisen median kautta tarjoamistaan palveluista ja perustamistaan sivustoista. Viestintäyksikkö myös antaa ohjeet yliopiston graafisen ilmeen käyttöön sosiaalisessa mediassa.

Tärkeää on myös sosiaalisessa mediassa välitettyjen viestien monipuolisuus ja ajantasaisuus. Hitaat päivitykset ja viestinnän rajoittuminen esimerkiksi tiedotteiden tai mainosten jakeluun vähentävät kiinnostusta seurata yliopistoa sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median teho yliopiston näkökulmasta määrittyy pitkälti sen mukaan, kuinka suuren yhteisön yliopisto kykenee luomaan ympärilleen sosiaalisessa mediassa.

Lähteet

[Sosiaalinen media yliopistojen viestinnässä ja markkinoinnissa](#). Yliopistojen työryhmän suositus 8.10.2010. Dokumentti (pdf)

8. Sosiaalisen median seuranta, reagointi ja vaikuttavuuden mittaaminen

Sisältöjen seuranta ja vuorovaikutus

Sosiaalisessa mediassa toimiminen edellyttää jatkuvaa läsnäoloa ja vuorovaikutusta sekä tarvittaessa nopeaa reagointia ongelmatilanteisiin.

- Seuraa keskustelua ja viestiliikennettä palveluissa, joissa toimit. Vastaa kommentteihin ja kysymyksiin nopeasti.
- Jos yksikkösi on mukana sosiaalisessa mediassa, sopikaa työnjaosta ja työajan käytöstä edellä mainittuihin toimintoihin.
- Vastaa negatiiviseen palautteeseen asiallisesti ja perustellen. Vastaa vain oman vastualueesi osalta. Jos et ole varma, oletko oikea henkilö vastaamaan asiaan, keskustele esimiehesi kanssa.
- Sosiaalisen median käyttäjillä on vapaus keskustella yliopistosta myös kielteiseen sävyyn. Harkitse tarkoin, onko tällaiseen keskusteluun puuttuminen hyödyksi. Voit vaikuttaa keskustelun kulkuun myös nostamalla esille yliopiston kannalta hyviä aiheita. Usein esille nouseviin asioihin reagoidaan omissa sosiaalisen median kanavissa tai intranetissä.
- Jos havaitset sosiaalisessa mediassa yliopistosta virheellistä tietoa, korjaa tieto ripeästi tai ilmoita asiasta yliopiston viestintäyksikköön.
- Viha- ja uhkausviestit ja laittomat sisällöt tulee poistaa välittömästi. Taltioi viesti ennen poistamista esimerkiksi kuvakaappauksella mahdollista tutkintaa varten. Ilmoita asiasta myös esimiehellesi ja viestintäyksikköön.

Näkyvyyden seuranta ja vaikuttavuuden mittaaminen

Yliopiston viestintäyksikkö seuraa yliopiston näkyvyyttä ja yliopistoa koskevia keskusteluja keskeisillä sosiaalisen median kanavilla.

Kaikkien sosiaalisessa mediassa toimivien yksikköjen on syytä asettaa toiminnalle tavoitteet ja mitata niiden toteutumista. Mittareita voivat olla esimerkiksi:

- jäsenten, fanien, seuraajien, ystävien ym. määrä ja sen kasvu
- palveltujen asiakkaiden määrä
- yliopistoa, yksikköä, palvelua tms. koskevien mainintojen määrä
- kasvanut näkyvyys: hakuranking, linkittäminen, viittaaminen
- sivulataukset, klikkaukset, RSS-tilaukset, sosiaaliset kirjanmerkit
- kommenttien ja kommentoijien määrä

- lisääntynyt liikenne omiin palveluihin
- omien viestintäaktiviteettien läpimeno sosiaalisessa mediassa
- vaikuttaminen mielipiteisiin ja toiminnan aktivointi.

Toiminnan tuloksellisuutta voi arvioida myös laadullisin mittarein. Sosiaalisen median laadullinen seuranta voi kohdistua esimerkiksi seuraaviin asioihin:

- palautteen laatu
- hiljaiset signaalit ja nousevat puheenaiheet
- mahdolliset uhat, huhut ja maineriskit
- toimialan seuraaminen
- mielipidevaikuttajien ja kommentointien seuraaminen
- niiden kanavien tunnistaminen, joissa yliopistosta keskustellaan.

Lähteet

[Sosiaalinen media yliopistojen viestinnässä ja markkinoinnissa](#). Yliopistojen työryhmän suositus 8.11.2010. Dokumentti (pdf)

Analytics.fi: [Sosiaalisen median mittaaminen](#). Blogi (htm)

9. Sosiaalisen median tukipalvelut ja koulutus

Viestintäyksikkö

Sosiaalinen media on osa yliopiston viestinnän kokonaisuutta. Viestintäyksikkö koordinoi yliopiston sosiaalisen mediaan osallistumista, tarjoaa tukipalveluja viestinnän ja markkinoinnin suunnittelussa ja toteuttamisessa sekä seuraa yliopiston näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Näihin liittyvissä asioissa voi ottaa yhteyttä osoitteeseen [viestinta\(at\)uef.fi](mailto:viestinta(at)uef.fi).

Opinto- ja opetuspalvelut

Opinto- ja opetuspalvelujen yksikkö järjestää sosiaalisen median koulutusta, tukee sosiaalisen median käyttöä opetuksessa ja tarjoaa tukipalveluja sosiaalisen median käyttöönnotossa.

Sosiaalisen median koulutuksia järjestetään erillisinä taitokursseina, työpajoina ja koulutuskokonaisuuksina, mutta sosiaalisen median mahdollisuuksia, teemoja ja näkökulmia käsitellään myös muissa pedagogisissa ja tieto- ja viestintäteknikan (TVT) käytön koulutuksissa.

Opinto- ja opetuspalvelujen yksikössä on laadittu luettelo tuettavista sosiaalisen median palveluista, koska tukipalveluhenkilöstön on mahdotonta perehtyä kaikkiin palveluihin ja antaa niistä pätevää ohjausta asiakkaille. Luettelossa mainittuja palveluja on testattu tukipalveluyksikössä useita vuosia ja ne on hyväksi havaittu, mutta kaikki palvelut eivät välttämättä pysy saatavilla ja maksuttomina. Siksi

luettelo päivitetään ja ylläpidetään jatkuvasti. Lisätietoja listassa mainituista palveluista ja tukea niiden käyttöön voi tiedustella osoitteesta oppitupa(at)uef.fi.

Tietotekniikkakeskus

Tietotekniikkakeskus on asiantuntija sosiaalisen median tietoturvallisuuteen ja tietosuojaan liittyvissä kysymyksissä. Yhteydenotot: security(at)uef.fi.

Linkkejä

[Lisätietoja opinto\ - ja opetuspalvelujen yksikön koulutuksista](#)

[Opinto\ - ja opetuspalvelujen yksikön tukemat sosiaalisen median palvelut](#)

[Oppituvan verkkosivut](#)

Liite 1 Sosiaalisen median tietoturvan muistilista

Tietoturvallisuus

- Noudata varovaisuutta - palvelujen kautta voidaan levittää haittaohjelmia ja roskapostia sekä kalastella henkilötietoja.
- Muista, että haittaohjelmat voivat levitä myös ystävältä tai tutulta saatun viestin tai yhteydenoton kautta.
- Käytä palveluita vain sellaiselta työasemalta, jonka tietoturvallisuus on varmistettu.
- Käytä sosiaalisen median palveluissa eri tunnusta ja salasanaa kuin yliopiston omissa palveluissa.
- Selvitä yliopiston käytännöt kunkin palvelun tunnusten suhteen: käytetäänkö organisaation yhteisiä tunnuksia vai henkilökohtaisia tunnuksia.
- Saadessasi yhteydenoton uudelta henkilöltä varmista hänen oikea henkilöllisyytensä jollakin muulla välineellä.
- Neuvo opiskelijoillesi keskeiset palvelun käyttöön liittyvät tietoturva-asiat.
- Jos sinua uhkaillaan, häiritään tai epäilet joutuneesi huijauksen tai väärinkäytöksen kohteeksi, ota yhteyttä esimieheesi.

Tietosuoja

- Tarkista käyttäjäprofiilisi yksityisyyden suojaan vaikuttavat asetukset ja päivitä niitä tarvittaessa.
- Älä laita liian henkilökohtaisia tietoja palveluun. Älä laita muiden henkilöiden tietoja palveluun ilman heidän suostumustaan.
- Harkitse tarkoin, mitä itseesi, tuttaviasi tai työpaikkaasi liittyviä asioita voit käsitellä somessa.
- Varo paljastamasta sellaisia yhteystietoja tai muita seikkoja itsestäsi tai työyhteisöstäsi, joita ulkopuolinen taho voi hyödyntää kalastelu- tai huijausyrityksissä.

Tekijänoikeudet

- Selvitä palvelun käyttöehdot - älä luovuta palvelun tuottajalle oikeuksia tekijänoikeudella suojattuun aineistoon (logot, kuvat, kirjallinen aineisto).
- Määrittele materiaalisi käyttöoikeudet, kun tuotat materiaalia avoimeen verkkoon tai sosiaalisen median palveluihin (Creative Commons -palvelu).
- Pyydä tekijältä lupa hänen tuottamansa aineiston julkaisemiseen sosiaalisessa mediassa.