



**SAVONIA**

# **Intranet ja sosiaalinen media organisaation sisäisessä viestinnässä**

**Piia Kokkonen**

Opinnäytetyö

**18.3.2014 Kuopio**

**Ylempi ammattikorkeakoulututkinto**



Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Piia Kokkonen	
Työn nimi Intranet ja sosiaalinen media organisaation sisäisessä viestinnässä	
Päiväys	18.3.2014
Sivumäärä/Liitteet	67/9
Ohjaaja(t) Marja-Riitta Kivi ja Heikki Likitalo	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Valtion talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskus	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää toimeksiantajaorganisaation uuden intranetin toimivuutta sisäisen viestinnän välineenä sekä kuinka intranetissä olevat sosiaalisen median työkalut on kohdeorganisaatiossa otettu käyttöön. Opinnäytetyössä etsittiin vastausta intranetin merkitykselle sisäisen viestinnän välineenä sekä tutkittiin onko intranetissä tarvetta sosiaalisen median työkaluille ja auttavatko ne vuorovaikutteisuuden ja avoimuuden kulttuurin lisäämisessä.</p> <p>Opinnäytetyön johtajatuksena oli, että intranetin avulla voidaan parantaa organisaation sisäistä viestintää ja intranetin monipuolinen hyödyntäminen organisaatiossa auttaa parantamaan organisaation työntekijöiden keskinäistä kommunikointia ja luomaan uusia vuorovaikutteisia viestintämahdollisuuksia.</p> <p>Opinnäytetyön toteuttaminen rakentui teoriaosaan, jossa perehdyttiin kirjallisuuteen, artikkeleihin ja muihin lähteisiin koskien sisäistä viestintää ja sosiaalisen median työkaluja. Teoriaperustaa seurasi tutkimusosuus, jossa toteutettiin tutkimus kvantitatiivisena kyselynä koko organisaation henkilökunnalle. Viimeisessä osiossa analysoitiin tutkimuksen tulokset ja esitettiin niihin perustuvat johdopäätökset ja jatkotoimenpide-ehdotukset.</p> <p>Kysely osoitti, että intranetillä on suuri merkitys kohdeorganisaatiossa tiedon lähteenä sekä sisäisen viestinnän välineenä. Intranetistä etsitään eniten tietoa ajankohtaisista asioista, tietoa koulutuksista sekä ohjeita ja lomakkeita. Uusi intranet on otettu hyvin käyttöön, mutta siinä koetaan olevan vielä puutteellisuksia tietojen löydettävyydessä. Intranetissä olevat sosiaalisen median työkalut sen sijaan on otettu aika vähäisessä määrin käyttöön ja eikä niitä koeta kovinkaan hyödyllisinä.</p> <p>Kohdeorganisaation intranet on toimiva sisäisen viestinnän väline ja intranetin sisältö vastaa hyvin työntekijöiden tarpeisiin. Sisältöä tulee kuitenkin kehittää ja muistaa pitää se ajantasaisena käyttöaktiivisuuden ylläpitämiseksi. Sosiaalisen median työkalujen mahdollisuuksia tulee tuoda enemmän esille ja yrittää saada niihin hyödyllisiä ja mielenkiintoisia sisältöjä käytön lisäämiseksi.</p>	
Avainsanat Intranet, sisäinen viestintä, sosiaalinen media	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Management and Entrepreneurship			
Author(s) Piia Kokkonen			
Title of Thesis Intranet and social media in an organisation's internal communication			
Date	18.3.2014	Pages/Appendices	67/9
Supervisor(s) Marja-Riitta Kivi and Heikki Likitalo			
Client Organisation /Partners The Finnish Government Shared Services Centre for Finance and HR			
<p><b>Abstract</b></p> <p>The purpose of the thesis was to study how the client organisation's new intranet functions in work community communication and in internal communication. The aim was also to find out if the employees use the tools of social media on the intranet.</p> <p>The thesis is built on the notion that intranet improves organisations internal communication and utilizing an intranet widely helps to help to enhance communication among the employees and creates new interactive communication possibilities.</p> <p>The thesis sought answers to the following questions: How is an intranet perceived as a tool of internal communication? What kind of information do employees search on the intranet and does the content meet their needs? How widely are social media tools and practices used on an intranet? Are the employees ready to use these tools and do they see them useful?</p> <p>The theory part of the thesis explored general scientific theories and literature on social media jne. In the research part of the thesis a quantitative survey was made among the personnel of the client organisation. The last part of the thesis contains the analysis of the responses in the survey, conclusions and proposals for action.</p> <p>The study demonstrated that an intranet is a significant tool for internal communication. It is widely used in the client organisation. On the contrary, social media tools are not so often used on the client organisation's intranet. The employees do not consider them useful; they are also less aware of the tools.</p>			
Keywords Intranet, internal communication, social media			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Opinnäytetyön aihe ja johtoajatus.....	9
1.2	Opinnäytetyön tutkimuskysymykset.....	9
1.3	Opinnäytetyön rakenne.....	10
2	VIESTINTÄ ORGANISAATIOISSA.....	11
2.1	Sisäinen viestintä yleisesti.....	12
2.2	Sisäinen- ja työyhteisöviestintä organisaatiossa.....	13
2.3	Intranetin mahdollisuudet organisaation sisäisessä viestinnässä.....	14
2.4	Sosiaalisen median mahdollisuudet intranetissä.....	17
3	TUTKIMUKSEN LÄHTÖTILANNE.....	21
3.1	Kohdeorganisaation kuvaus.....	23
3.2	Mihin haluttiin päätyä ja mitä kehittämällä tavoiteltiin?.....	26
3.2.1	Toiminnalliset tavoitteet.....	26
3.2.2	Viestinnälliset tavoitteet.....	28
3.3	Metadata.....	29
3.4	Haku.....	29
3.5	Blogit.....	30
3.6	Keskustelupalstat.....	31
3.7	Omat sivut.....	31
3.8	Muut käytössä olevat foorumit.....	32
4	TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	33
4.1	Tutkimuskysymykset.....	34
4.2	Tutkimusmenetelmän valinta.....	34
4.3	Mittarin suunnittelu.....	36
4.4	Lomakkeen suunnittelu.....	37
4.5	Tutkimuksen toteutus.....	38
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET JA AINEISTON ANALYYSI.....	39
5.1	Vastaajien perustiedot.....	39
5.2	Intranet sisäisen viestinnän välineenä.....	43
5.2.1	Intranet tiedonlähteenä.....	47
5.2.2	Intranetin tarpeellisuus sisäisen viestinnän välineenä.....	51
5.3	Intranetin sosiaalisten työkalujen käyttäminen ja yhteisöllisyys.....	52
5.3.1	Sosiaalisten työkalujen hyödyllisyys ja vaikuttavuus.....	52
5.3.2	Sosiaalisten ominaisuuksien käyttäminen ja miten käyttöä voidaan edesauttaa.....	55

6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDESUOSITUKSET.....	59
6.1	Miten tarpeellisena intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä? .....	59
6.2	Miten intranet sijoittuu tiedonlähteenä omaa työtä koskevaa tai organisaatiota koskevaa tietoa haettaessa?.....	59
6.3	Mitä tietoa intranetistä haetaan ja millaiseksi intranetin sisältö koetaan? .....	60
6.4	Miten sosiaalisen median työkalut on otettu käyttöön intrassa henkilöstön keskuudessa?.....	61
6.5	Miten organisaatiossa henkilöstö kokee sosiaalisen median työkalujen hyödyllisyyden? .....	61
6.6	Vaikuttavatko intranetin käytössä olevat sosiaalisen median työkalut vuorovaikutteisuuteen? .....	62
6.7	Tutkimuksen johtajatuksen pätevyys.....	62
	LÄHTEET .....	64
	LIITTEET	
	Liite 1 Kyselylomake	
	Liite 2 Vertailutaulukko Khiin neliö -testi	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihetta pohtiessani lähtökohtana minulla oli, että aiheen täytyy tukea omaa kehittymistä työssäni sekä työnantajaorganisaatiota. Työskentelen Valtion talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskuksessa (Palkeet). Työssäni vastaan organisaation verkkoviestinnästä ja yksi suuri projekti organisaatiossa on ollut intranetin uudistaminen. Vanha intranet ei vastannut organisaation tarpeisiin ja uuden intranetin kehittämässä tärkeinä lähtökohtina olivatkin sisäisen viestinnän kehittäminen, tietojen helpompi löydettävyys, hakutoimintojen ja tiedostojen nimeämisen kautta sekä käyttäjystävällisyys eli loogisempi rakenne ja miellyttävämpi ulkoasu. Tavoitteena uudistuksen myötä oli intranetin parempi käytettävyys, hakutoimintojen monipuolisuus, sisäisen viestinnän kehittäminen ja vuorovaikutteisuuden lisääminen. Koska organisaatiossa intranetin ja sen mahdollistamien vuorovaikutteisten ominaisuuksien käyttäminen sisäisen viestinnän välineenä on ollut tähän mennessä hyvin vähäistä, näen, että opinnäytetyöstäni on organisaatiolle ja omalle oppimiselleni hyötyä. Toisena perusteena näen tiedonvälityksen kehittämisen hyödyn. Organisaatio on vielä nuori ja usean eri palvelukeskuksen yhdistämisen jäljiltä erilaisia toimintatapoja on vielä jäljellä. Aiheena intranet ja sen mahdollisuudet sisäisessä viestinnässä on itselleni erittäin mielenkiintoinen ja sen avulla myös osaamiseni kehittyy työtäni ajatellen. Organisaatiolle opinnäytetyöstä tulee olemaan merkitystä myöskin mietittäessä panostuksen hyötyjä ja intranetin jatkokehittämistä. Mielenkiintoista on saada tietää, onko yhteisöllisen median avulla mahdollista tuottaa tuloksia? Tähän on hyvän vastauksen antanut Ford-yhtiön yhteisöllisestä mediasta vastaava johtaja Scott Monty. Häneltä on tiedusteltu yhteisölliseen mediaan investoimisen tuottavuudesta, hän on vastannut, että kysymys on väärin muotoiltu: *"Mikä on päivittäisen housujen päälle pukemisen tuottavuus? Se on vaikeasti mitattavissa, mutta sen tekemättä jättämisellä on varsin tuntuvat negatiiviset seuraukset. Kyseessä ei ole kertainvestointi vaan prosessi, joka todistetusti johtaa pitkällä aikavälillä parempaan tulokseen."* (Soininen & Kumpp., 2010, 207.)

Lehmuskallion (2006, 305) tutkimuksen mukaan intranetin rooli sisäisessä viestinnässä 25 suurimmassa suomalaisessa kansainvälisessä organisaatiossa on merkittävä. 25 vastaajaorganisaatiosta 18 oli sitä mieltä, että intranet on erittäin tärkeä sisäisen viestinnän väline ja 6 vastaajista koki sen tärkeänä. Kun intranetiä verrattiin muihin sisäisen viestinnän välineisiin, koki 17 vastaajaorganisaatiota sen tärkeimmäksi sisäisen viestinnän välineeksi. Intranet on yksi tärkeimmistä sisäisen viestinnän välineistä myös tämän tutkimuksen kohdeorganisaatiossa. Kohdeorganisaatio jakaantuu kuudelle eri toimipaikalle Suomessa ja intranet mahdollistaa ajantasaisen viestinnän

maantieteellisesti riippumattomasti, sekä antaa mahdollisuuden myös toimipaikoittain kohdennetulle viestinnälle.

Opinnäytetyössäni pyrin pohtimaan miten intranet vastaa tällä hetkellä sisäisen viestinnän tarpeisiin ja voidaanko sen tarjoamalla työkaluilla kehittää organisaation sisäistä viestintää vuorovaikutteisemmaksi ja kohdennetummaksi viestinnäksi. Tutkin, voidaanko intranetin monipuolisella hyödyntämisellä lisätä organisaation sisäisen viestinnän mahdollisuuksia ja samalla vaikuttaa työyhteisön vuorovaikutukseen ja henkilöstön vaikuttamismahdollisuuksiin. Lisäksi kartoitan, miten hyödylliseksi työntekijät kokevat intranetin arkityössä ja sen tukemisessa, onko intranetin sisältö relevanttia vai puutuuko sieltä jotakin oleellista.

Otalan ja Pöystin (2008, 48) mukaan sosiaalista mediaa voidaan käyttää organisaatiossa sisäisessä käytössä mm. sisäisen innovoinnin kehittämiseen, osaamisen kehittämiseen ja hallintaan, tietojen ja parhaiden käytänteiden tallentamiseen ja jakamiseen, uutisseurantaan sekä asiantuntijoiden tunnistamiseen ja löytämiseen. Isokankaan & Kankkusen raportista (2011, 47) käy ilmi, että suomalaiset yritykset hyödyntävät jo paljon sosiaalista mediaa organisaation sisäisenä työvälineenä ja tulevaisuudessa kolme tärkeintä aluetta, joissa sosiaalista mediaa tullaan hyödyntämään, ovat brändin rakentaminen, markkinointi ja sisäisen viestinnän välineenä. Selkäinaho (2013) mainitsee blogissaan, että *”sosiaalinen intranet toimii parhaimmillaan siten, että kukin työntekijä voi ja uskaltaa vapaasti kommunikoida koko organisaatiolle tai rajatummille ryhmille avoimissa keskusteluketjuissa. Jokainen voi osallistua asioiden kehittämiseen ja ongelmien ratkomiseen myös oman tiimensä rajojen ulkopuolella. Työntekijät kokevat, että omaan työtehtävään kuuluu muille viestiminen siitä, mitä on meneillään ja että heillä on oikeus saada tietoa muilta. Parhaimmillaan sosiaalinen intranet on kysymysten kysymisessä, koska saatat saada tarvitsemasi vastauksen taholta, jolta et olisi osannut kysyä. Samalla koko organisaatio oppii, kun asioita käsitellään näkyvillä, eikä suljetuissa kokoushuoneissa”*. Tässä työssä pyrin selvittämään myös, miten organisaatiossa käyttöönotetut intranetin sosiaalisen median työvälineet ovat vaikuttaneet sisäiseen viestintään sekä vuorovaikutteisuuteen? Ovatko työntekijät asenteellisesti valmiita käyttämään näitä työkaluja ja missä määrin?



## 1.1 Opinnäytetyön aihe ja johtoajatus

Yllä mainittuun lähtökohtaan liittyen päädyin valitsemaan opinnäytetyöni aiheeksi Intranet ja sosiaalinen media organisaation sisäisessä viestinnässä.

Opinnäytetyön johtoajatuksen on tarkoitus ohjata myöhempää työskentelyä mm. aineiston hankintaa, teorian valintaa, lähteiden etsintää jne. (Laukkanen, 2012). Johtoajatus ilmaisee yksityiskohtaisesti mutta tiiviisti tutkimuksen perusidean, tarkastelunäkökulman ja käsittelyn rajat sekä ilmaisee usein myös kannanoton tai asenteen asiaan (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 69). Omassa opinnäytetyössäni päädyin seuraavaan johtoajatuksen: Intranetin avulla voidaan parantaa organisaation sisäistä viestintää ja intranetin monipuolinen hyödyntäminen organisaatiossa auttaa parantamaan organisaation työntekijöiden kommunikointia keskenään ja luomaan uusia vuorovaikutteisia viestintämahdollisuuksia.

## 1.2 Opinnäytetyön tutkimuskysymykset

Edellisessä kappaleessa esittelin tutkimuksen johtoajatuksen, jonka perusteella voidaan määritellä myös tutkimuskysymykset, mihin ongelmiin tutkimuksessa halutaan saada ratkaisua ja vastauksia. Hirsjärven (2009), ym. mukaan kvantitatiivisessa tutkimuksessa ongelmat tulisi esittää mahdollisimman selkeästi ja tarkkarajaisesti.

Tutkimuskysymyksiä opinnäytetyössäni ovat:

- Miten tarpeelliseksi intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä?
- Miten intranet sijoittuu tiedonlähteenä omaa työtä koskevaa tai organisaatiota koskevaa tietoa haettaessa?
- Mitä tietoa intranetistä haetaan ja millaiseksi intranetin sisältö koetaan?
- Miten sosiaalisen median työkalut on otettu käyttöön intrassa henkilöstön keskuudessa?
- Miten organisaatiossa henkilöstö kokee sosiaalisen median työkalujen hyödyllisyyden?
- Vaikuttavatko intranetin sosiaalisen median työkalut (blogit, keskustelupalsta, omat sivut) viestinnän vuorovaikutteisuuteen?

### 1.3 Opinnäytetyön rakenne

Ensimmäinen luku johdattelee opinnäytetyön aiheeseen ja tässä käyn läpi aiheen valinnan perusteita. Lisäksi ensimmäinen luku esittelee tutkimuksen johtoajatuksen ja tutkimuskysymykset. Opinnäytetyön luvussa kaksi käyn läpi teoreettista viitekehystä, jossa tarkastelen ensin hyvin karkealla tasolla viestintää yleisesti. Tämän jälkeen käsitteelen tarkemmin sisäistä viestintää ja mikä on sen merkitys organisaatiossa. Lisäksi perehdyn intranetin mahdollisuuksiin sisäisessä viestinnässä yleisesti ja tarkastelen tässä osa-alueessa myös intranetin sosiaalisen median työkalujen tarjoamia mahdollisuuksia sisäisen viestinnän välineenä.

Luvussa kolme käyn läpi kohdeorganisaation lähtötilannetta, mitkä olivat intranetin uudistamisen tavoitteet sekä mitä intranetin uudistamisella toivottiin saavutettavan. Neljäs luku käsittelee tutkimuksen suunnittelua ja sen vaiheita tutkimuksen toteuttamisvaiheeseen saakka. Viidennessä luvussa käyn läpi tutkimuksen rakennetta ja toteuttamista sekä esittelen ja analysoin tutkimuksen tulokset. Kuudes luku pitää sisällään tutkimuksesta esiin tulleet johtopäätökset ja jatkotoimenpide-ehdotukset sekä mahdollisesti esiin nousseet jatkotutkimusaiheet.

## 2 VIESTINTÄ ORGANISAATIOISSA

Viestintä on mukana organisaation kaikessa toiminnassa, työntekijät haluavat tietää, miten organisaatiolla menee tällä hetkellä, mitkä ovat tulevaisuuden näkymät ja mitä mahdollisia muutoksia on tulossa sekä miten nämä muutokset vaikuttavat omaan työhön ja tulevaisuuteen organisaatiossa. Koettu viestintä, eli tiedonkulku ja vuorovaikutus, on lähellä oleva käsite omaan työhön ja työyhteisöön tyytyväisyyden kanssa. Mikäli tiedonkulku ja vuorovaikutus organisaatiossa eivät toimi tai ovat puutteellisia, ei työntekijä ole tyytyväinen myöskään työyhteisöönsä tai työhönsä tai päinvastoin. Koetun viestinnän ja tyytyväisyyden työhön ja työyhteisöön keskinäinen vaikutus on kuitenkin suhteellisen tuntematon, joten nämä käsitteet on hyvä pitää erillään toisistaan. (Juholin 1999, 16 – 18.)

Viestintä voidaan määritellä prosessikoulukunnan mukaan niin sanotuksi vaihdantaprosessiksi, jossa sanoma välittyy lähettäjän ja vastaanottajan välillä eri kanavia käyttäen. Prosessin osia ovat lähettäjä, vastaanottaja, sanoma, informaatio, kanava, häiriöt, palaute, vuorovaikutus ja kontekstit. Semioottis-kulttuurisen koulukunnan mukaan viestintä on merkitysten tuottamista ja vaihtoa, jossa sanoma on väline, jonka avulla siirretään merkityksiä. Viestintää tarkastellessa merkitystapahtumana sanoman merkitys syntyy vasta kun vastaanottaja sen tulkitsee. (Åberg 2000, 26 – 37.) Rituaalisen näkemyksen mukaan viestintä on yhteisyyden tuottamista jolloin olennaista on yhteisen ymmärryksen tuottaminen. (Carey 1994, 81 – 87.) Mitä sitten on viestintä? Åbergin (2000, 54) mukaan viestintä on tapahtuma, prosessi, jossa merkityksen antamisen kautta tulkitaan asioiden tilaa ja jossa tämä tulkinta saatetaan muiden tietoisuuteen vuorovaikutteisen, sanomia välittävän verkoston kautta.

Sisäisessä viestinnässä ja viestinnässä yleensä on hyvä mieltää käsitteiden data, informaatio ja tieto eroavaisuudet. Arkikielessä nämä käsitteet esiintyvät yleensä toistensa synonyymeinä, varsinkin tiedolla ja informaatiolla tarkoitetaan usein arkisyntaksissa samaa asiaa. Data on merkkijonoja, potentiaalista informaatiota, joka voidaan koodin purkamalla muuntaa informaatioksi. Kun vastaanottaja tulkitsee informaation ja siitä tulee ymmärrystä, jota ihmisellä on itsestään ja maailmasta, syntyy tieto. Tieto on yksilöllistä informaation tulkintaa, johon liittyy henkilön omia asenteita, arvoja, mielipiteitä, uskomuksia, ja niin edelleen. Informaatioksi tieto muuttuu taas, kun henkilö jollakin tavalla viestii yksilöllistä tietoa toiselle. Toisin sanoen informaation tuottajan näkökulmasta informaatio on viestittyä tietoa ja vastaanottajalle se on tulkittua informaatiota, eli tietoa. (Huotari 2005, 38 – 39.)

## 2.1 Sisäinen viestintä yleisesti

Sisäinen viestintä alkoi Suomessa saada painoarvoa, kun vuonna 1971 työmarkkinajärjestöt sopivat niin sanotun informaationsopimuksen, joka virallistettiin vuonna 1979 voimaan tullessa YT-laissa (Laki yhteistoiminnasta yrityksissä). Tässä laissa määritellään työnantajan tiedotusvelvollisuuksiksi henkilöstölle mm. tilinpäätös, taloudellinen tilanne, henkilöstösuunnitelmat, henkilöstöasioiden yleisperiaatteet ja organisaatio, työehdot ja muutokset. Näiden asioiden viestiminen henkilöstölle toimii hyvin ohjenuorana sisäisen viestinnän toteuttamisessa. (Juholin, 2001, 111.)

Korhosen & Rajalan (2011, 83) mielestä sisäinen viestintä pitää sisällään kaiken viestinnän, tiedonkulun ja vuorovaikutuksen organisaation ja sen työntekijöiden välillä. Tehokkaassa sisäisessä viestinnässä johto on mukana viestinnän suunnittelussa ja on sitoutunut sisäiseen viestintään. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän tulee olla linjassa toisiinsa nähden, ettei henkilöstö kuule organisaation tapahtumista ulkoisen viestinnän kanavien kautta. Parhaimmillaan sisäinen viestintä on kaksisuuntaista ja vuorovaikutteista.

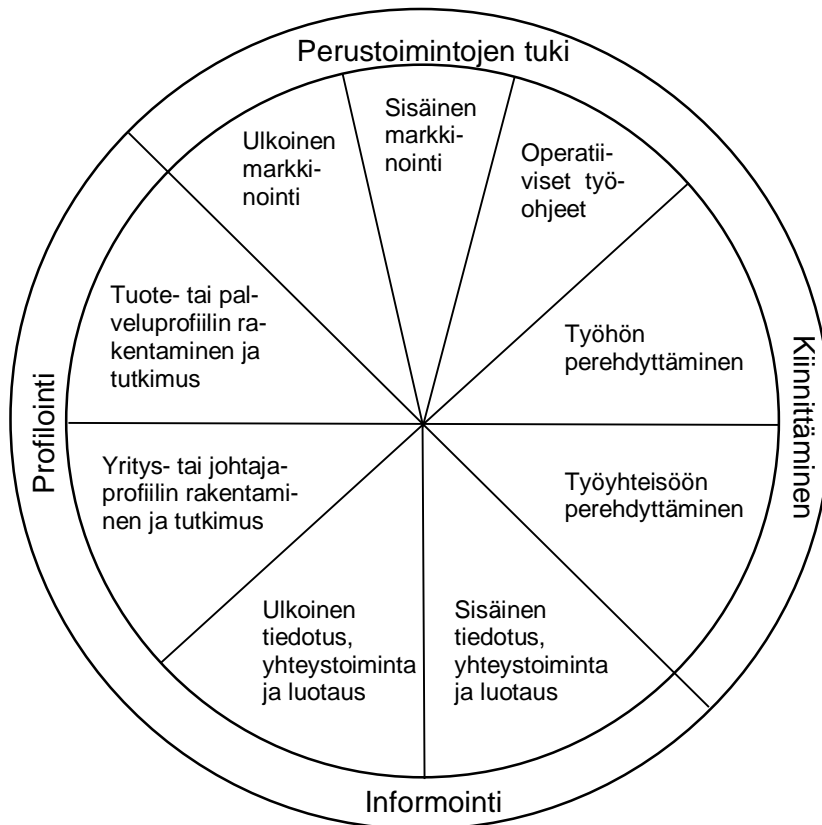
Åbergin (2006, 111) mukaan sisäisessä viestinnässä voidaan nostaa neljä eri haastetta. Ensimmäinen on tietojen liikkuminen. Organisaation pitäisi pystyä saamaan kaikkia koskeva tieto liikkeelle, jottei syntyisi ns. uutistyhjiöitä, jotka puskaradio täyttää omilla, huhuihin perustuvilla tiedoillaan. Toinen haaste ovat tietovarastot ja verkot: tietojen tulisi olla saatavilla hajautetuissa tietokannoissa, joihin tiedon tarvitsijoilla tulisi olla pääsy. Kolmantena haasteena Åberg (2006, 112) mainitsee esimiehet, jotka toimivat välikätenä oman yksikkönsä ja muun työyhteisön välissä. Esimiehen rooli on välittää yleisiä tietoja omalle yksikölle ja oman yksikön tietojen välittäminen ylöspäin organisaatiossa. Neljäs haaste ovat erilaiset tietotorit ja ahaa-aukiot. Nämä areenat mahdollistavat ns. satunnaisviestinnän, jossa työntekijöillä on mahdollisuus ideoida vapaasti.

Juholin nostaa esiin myös työyhteisöviestinnän uuden ajattelun, jonka mukaan viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset ovat ja työskentelevät ja missä he itse tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia. ”*Viestintä tapahtuu foorumeilla, joista tärkein on fyysinen tai virtuaalinen -työtila tai -ympäristö, jossa työyhteisön jäsenet toimivat itseohjautuvasti ja kollegiaalisesti. Viestinnän tarkoitus on työskentelyn edellytysten luominen, työyhteisön ylläpito, vahvistaminen ja kehittäminen sekä sen jäsenten yksilöllinen ja yhteinen oppiminen, joka toteutuu dialogisen ja vastuullisen vuorovaikutuksen kautta.*

*Työyhteisön jäsenet muokkaavat työllään ja viestinällään organisaationsa mainetta tietoisesti ja tiedostamattaan ja heijastavat sitä takaisin työyhteisöön” (Juholin 2008, 62).*

## 2.2 Sisäinen- ja työyhteisöviestintä organisaatiossa

Sisäisen viestinnän voi Holtzin (2003, 35) mukaan jakaa neljään eri kategoriaan, jotka ovat lakiin perustuva viestintä, henkilöstöviestintä, liiketoimintaviestintä ja arkiviestintä. Organisaation työyhteisöviestinnän ulottuvuudet käyvät mielestäni hyvin ilmi Åbergin (1997, 32) pizzamallista mukailtuna Åbergin (2000, 102) tulosviestinnän malliin (kuvio 1). Näiden mukaan työyhteisöviestinnän funktiot ovat 1) perustoimintojen tukeminen, 2) työyhteisön ja organisaation profilointi, 3) informointi sekä 4) kiinnittäminen.



KUVIO 1. Viestinnän funktiot: Åbergin pizza (Åberg 1997, 110).

Jos näitä pizzamallin eri funktioita avataan hieman tarkemmin sisäisen viestinnän näkökulmasta, on perustoimintojen tuki kaikkein tärkein, sillä ilman sitä työyhteisö ei pysty toimimaan. Perustoimintojen tuki pitää sisällään sisäisen markkinoinnin, työviestinnän ja operatiiviset työohjeet. Profiointi kohdistuu ulkoisiin kohderyhmiin, mutta sisäisellä viestinnällä voidaan vaikuttaa paljon, millainen yrityskuva halutaan luoda. Informointi

pitää sisällään sekä ulkoista, että sisäistä tiedotusta. Sisäisesti informointi käsittää yleistä, ei yksittäisen työtehtävään hoitamiseen liittyvää tiedottamista. Kiinnittäminen pitää sisällään työhön ja työyhteisöön perehdyttämisen. Tässä on myös huomioitava, että se ei koske vain uusia työntekijöitä, vaan sitä tarvitaan myös työtehtävien vaihtuessa tai uusien työmenetelmien käyttöönotossa. (Åberg, 1997, 100 – 211.) Vuorovaihtus ja sosiaalinen kanssakäyminen pitää sisällään sisäisen lähiverkon, puskaradion, joka toimii myöskin yhtenä, varsin voimakkaana, joskaan ei aina niin luotettavana sisäisen viestinnän välineenä. (Åberg 2000, 103 - 104.)

Työyhteisöviestinnän suunnittelussa ja toteuttamisessa pidän hyvänä lähtökohtana viestinnän sisällöistä lähtevää määrittelyä. Sisällöt nousevat yleisesti työyhteisöstä itsestään, eli sen toiminta-ajatuksista, visiosta, tavoitteista, suunnitelmista ja tuloksista. Lisäksi sisältöjä nousee työyhteisön jäsenten tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä, kuten palkkaus, työajat, koulutus ja edut. (Juholin, 1999, 34.) Sisäisen viestinnän tehtävät jakautuvat Juholinin (1999, 43) mukaan kolmeen pääkategoriaan:

- tiedonkulkuun eli siihen, että ihmiset saavat tarvitsemansa tiedon tai se on helposti saatavilla ja etsittävässä
- vuoropuheluun ja vaikuttamiseen henkilöiden, henkilöstöryhmien, tiimien, osastojen kesken siten, että jokainen voi ilmaista mielipiteitään ja häntä kuunnellaan
- keskeisten tietosisältöjen, kuten vision, strategian ja arvojen käsittelyyn.

Sisäisen viestinnän kanavat voidaan jaotella Åbergin (2000, 174) mukaan lähi- ja kaukokanaviin. Näiden kanavien välityksellä viestintää voidaan toteuttaa suorana viestintänä sekä välitettynä viestintänä. Suora lähiviestintä on ns. kasvokkaisviestintää, ja sen kanavia ovat lähiesimiehet, muut esimiehet, osastokokoukset, ahaa-aukiot sekä työtoverit ja -ystävät. Suoria kaukokanavia ovat tiedotustilaisuudet, yhteistyöelimet ja luottamushenkilöt, kokoukset ja neuvottelut, ylimmän johdon suora yhteydenpito sekä työtoverit ja -ystävät muissa yksiköissä. Välitetyn viestinnän lähikanavia ovat yksikön ilmoitustaulu, tiedotteet tai kiertokirjeet, lehdet ja verkkoviestintä, tekstiviestit ja mobiili internet. Kaukokanavat välitettyssä viestinnässä ovat välitetyn viestinnän lähikanavien lisäksi mm. toimintakertomukset, tietokannat verkossa, sisäiset radio-, tv- ja videouutiset sekä joukkoviestimet. (Åberg 2000, 174; Juholin 2001, 122 – 137.)

### 2.3 Intranetin mahdollisuudet organisaation sisäisessä viestinnässä

Intranet on organisaation omaan käyttöön tarkoitettu verkko, jolla on itsenäistä sisältötuotantoa ja joka hyödyntää selainta ja muuta tyypillistä internet-teknologiaa. Parhaimmillaan intranet on käyttöliittymä organisaation koko tietoavaruuteen (Alasilta

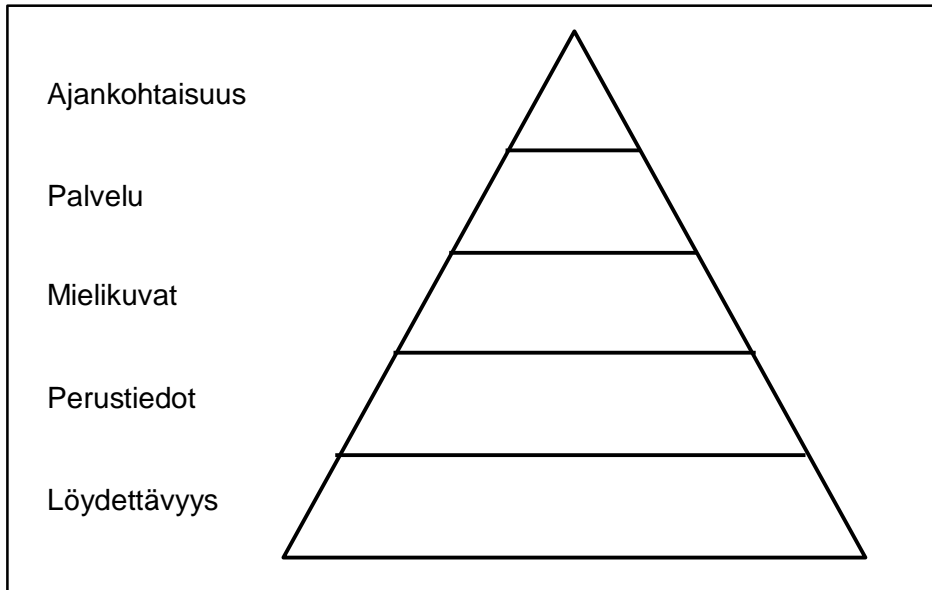
2000, 251 - 252). Intranet on muuttanut sisäisen viestinnän muotoa ja rakennetta sekä vaikuttanut myös työkuultuuriin. Verkon ansiosta sama tieto on samanaikaisesti kaikilla riippumatta organisaation sijainnista tai hierarkiasta. Kirjalliset tiedotteet, ilmoitustaulut ja ohjeet siirtyvät yhä enenevässä määrin verkkoon. Kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus vähenee ja muuttuu ihmisten kohtaamisen verkon välityksellä (Juholin 2001, 141). Tämä pitäisikin osata huomioida esimerkiksi intranetin suunnittelussa, jotta se mahdollistaisi sekä tiedon välittämisen ja vastaanottamisen kuin myös vuorovaikutteisen viestinnän (Juholin 1999, 154). Intranetin päätehtävinä pidetään yleisesti mm. seuraavia asioita (Lehmuskallio, 2006):

- Tiedon jakaminen ja arkistointi
- Vuorovaikutuksen lisääminen
- Yhteisön jäsenten tavoittaminen maailmanlaajuisesti ja nopeasti
- Yhteisön strategian esitleminen ja jalkauttaminen
- Yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden lisääminen maantieteellisistä etäisyyksistä huolimatta
- Yhteisöidentiteetin rakentaminen ja vahvistaminen
- Yhteisön jäsenten tarvitsemien palvelujen ja työvälineiden tarjoaminen

Kun taas intranettiin soveltuvia viestinnän sovelluksia ovat mm. seuraavat (Juholin 2001, 142):

- sähköiset ilmoitustaulut ja kalenterit
- organisaation tiedotus- ja uutistuotanto
- henkilöstölehti
- koulutusohjelmat ja -paketit sekä kyselyt
- ohjeistot ja lomakkeet
- sisäiset hakemistot
- linkit yhteistyökumppaneiden palveluihin
- keskusteluryhmät
- ryhmätyön hallinta verkon yli (jaetut työpöydät)
- tilaisuuksien lähettäminen verkon yli (webcast)

Intranetin mahdollisuuksien kartoittamisessa voisi hyvin soveltaa Maslow'n hierarkian tapaan viisiportaiselle hierarkialle sijoitetut Homo contentuksen, eli verkkoa ja verkon sisältöjä aktiivisesti kuluttavan ja tuottavan ihmisen tarpeet (kuvio 2). Hakola & Hiila (2012, 36 – 43) käsittelevät aihetta organisaation kaikessa verkkotoiminnassa, itse olen muokannut aihetta niin, että se kattaa intranetin näkökulmasta sisäisen viestinnän.



KUVIO 2. Homo contentuksen tarvehierarkia (Hakola & Hiila 2012, 36).

Kuviossa ensimmäisellä tasolla oleva löydettävyys tarkoittaa, miten organisaation työntekijä löytää tarvitsemansa sisällön intranetissä. Löydettävyyden osa-alueita ovat haun toimivuus, tietojen looginen sijainti sekä tiedostojen, linkkien ja tietojen nimeäminen. Perustiedot kattavat organisaation yleiset tiedot, eli strategian, vision, johtamisen, tuotettujen palveluiden yleiskuvaukset, jne. Mielikuvat ovat kaikkea sitä, millä pyritään erottautumaan, herättämään mielenkiintoa asioita kohtaan ja luomaan työnantajakuva. Mielikuvat ovat asioiden erilaista esille tuomista, esimerkiksi blogeja tai asioiden esittämistä visuaalisesti. Palvelu pitää sisällään työntekijöille työntekeksen tukemiseen tarvittavat työkalut ja sovellukset. Näitä ovat esimerkiksi ohjeet, tiedotteet ja keskustelu- ja palautekanavat. Ajankohtaisuus on yksi intranetin vahvuus, se mahdollistaa asioiden esilletuomisen yhtäaikaisesti kaikille. Ajankohtaisia asioita ovat mm. tiedotteet, erilaiset teemasivut jostakin organisaatiossa tapahtuvasta asiasta ja keskustelupalstat ajankohtaisista asioista.

Holtzin (2003, 97) mukaan intranetin avulla voidaan parantaa tiedon saatavuutta ja nopeutta, toimittaa tietoa paikasta riippumatta, innostaa yhteisöllisyyteen ja vuorovaikutukseen, yhdistää tietoa ja toimintoja sekä jakaa ääntä kuvaa ja animaatiota. Intranet ei kuitenkaan voi Holtzin (2003, 98) mielestä korvata kasvokkain tapahtuvaa viestintää eikä painettua tekstiä. Intranet ei voi työntää tietoa, kaikki tieto on vastaanottajan haettava intranetistä (Holtz 2003, 98). Nykyään intranetistä voidaan saada tietoa erilaisen syötteiden avulla, luokittelen nämä silti vastaanottajan haettavaan tietoon, koska syötteet yleensä tilataan ja näin ollen tieto haetaan.

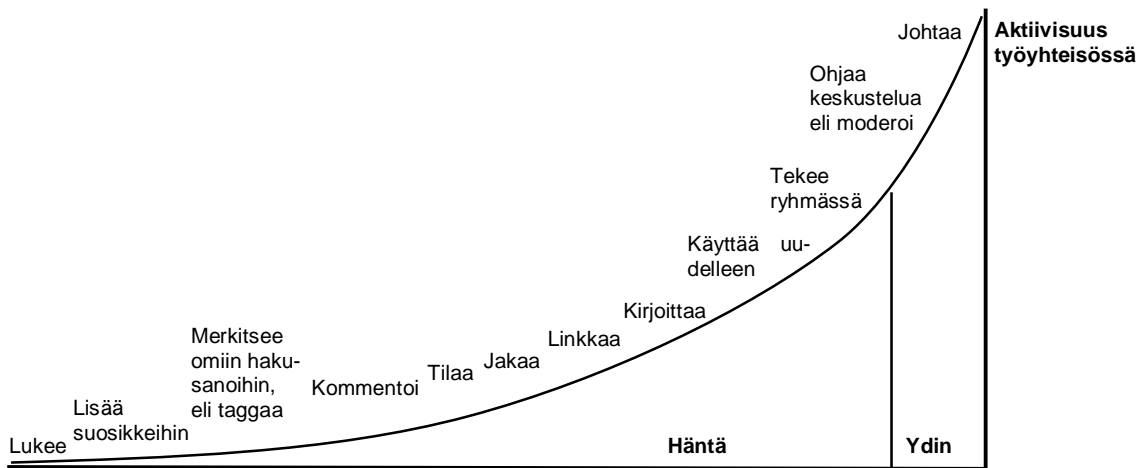


## 2.4 Sosiaalisen median mahdollisuudet intranetissä

Sosiaalinen media on mahdollistanut verkon kehittymisen viestintäkanavasta toimintalustaksi. Verkon mahdollistama vertaisviestintä on täydentynyt erilaisilla yhteistoiminnan ja vertaistuotannon muodoilla. (Majava 2006, 88 – 95.) Cook (2008, 7) määrittelee sosiaalisen median filosofisesta näkökulmasta siten, että sisällöstä on internetin myötä tullut demokraattista ja ihmisen rooli on tiedon käyttämisen ja toisille välittämisen lisäksi myös luoda ja jakaa sisältöjä tekstin, äänen ja visualisoinnin avulla. Toisena näkökulmana Cook nostaa esille sosiaalisen median olevan myös ohjelmistoja ja työkaluja, joita ihmiset käyttävät jakaakseen, luodakseen ja välittääkseen sisältöjä.

Cookin mukaan (2008, 9) viestintä on sosiaalisessa mediassa perinteisen yhdeltä monelle viestimisen sijaan monelta monelle viestimistä. Monissa organisaatioissa intranet on muodollisen viestinnän tukiväline ja pitää sisällään ohjeistettua viestien vastaanottamista, lähettämistä ja rekisteröimistä. Harvoin voidaan puhua intranetistä sosiaalisena välineenä, jossa viestinnän muoto on yleensä epävirallista. Haaste organisaatioissa onkin, kuinka yhdistää epävirallista viestintää ja sitä tukevia työvälineitä muodolliseen viestintään ja sitä tukeviin välineisiin.

Otala & Pöysti (2008, 9, 13) toteavat, että sosiaalinen media muuttaa työtapoja ja johtamista sekä tarjoaa organisaatioille runsaasti mahdollisuuksia työvälineenä, jonka avulla voidaan lisätä ideoiden ja innovaatioiden määrää ja nostaa tietotyön tuottavuutta hyödyntämällä jokaisen työntekijän kekseliäisyyttä. Yhteisöllisyys, tarvittavan tiedon vieminen jokaisen ulottuville, tiedon jakaminen, yhteisen tiedon synnyttäminen ja jalostaminen ovat organisaatioissa nykypäivää ja sosiaalinen media mahdollistaa näiden toteuttamisen organisaatiossa. Moni organisaatio tunnistaa jo sosiaalisen median mahdollisuudet, sekä avoimuuteen liittyvät riskit sisäisessä toiminnassaan. Toimintatapojen muutoksessa on kuitenkin huomioitava myös eri-ikäiset ja eri taustaiset työntekijät ja pystyttävä kunnioittamaan kaikkien osaamista. Sosiaalisen median käyttäjien roolit yhteisössä voidaan jakaa kuvion 3 mukaisesti.



KUVIO 3: Sosiaalisen median käyttäjien roolit (Ojala & Pöysti, 2008, 110).

Sosiaalisen median käyttöönotto organisaatiossa vie aikaa ja sille on oltava myös tarve. Käyttöönoton onnistumisessa tärkeitä asioita ovat (Cook, 2008, 105):

- 1) Tietoisuus: työntekijöiden tulee olla tietoisia, mitä työkaluja on käytettävissä.
- 2) Koulutus: tietoisuus työkalujen olemassaolosta ei riitä, vaan niitä tulee osata myös käyttää. Käyttökoulutus ja käytönaikainen tuki tulee olla kunnossa.
- 3) Organisaatiokulttuuri: työkalujen käyttämisen tulee olla organisaatiossa hyväksyttyä ja ilmapiiri työkalujen käyttöön kannustava.

Esittelen lyhyesti yleisimpiä sosiaalisen median työkaluja (blogi, wiki, uutissyöte, tagi, sosiaaliset kirjanmerkit sekä mashup). Luvussa kolme perehdyn kohdeorganisaation intranet-uudistuksen myötä käyttöönotettuihin sosiaalisen median työkaluihin tarkemmin.

Blogit ovat yksittäisiä kirjoituksia, jotka on järjestetty kronologiseen järjestykseen. Blogeihin muiden on yleensä mahdollista kommentoida kirjoituksia sekä tilata RSS-syöte päivityksistä. (Cook 2008, 21.) Blogit ovat hyvä tapa jakaa yhden ihmisen tietoja ja ajatuksia muille sekä synnyttää keskustelua. Organisaatioiden sisäiset blogit ovat yleistyneet ja ne ovat hyvä keino esimerkiksi johdolle viestiä organisaation tilanteesta. (Ojala & Pöysti, 2008, 29.)

Wikit ovat blogeihin verrattuna suuntautuneet yhteistoiminnallisempaan tiedon rakenteluun. Wikien tekniset ominaisuudet tukevat avointa ja strukturoimatonta tiedon tuottamista. (Majava 2006, 89.) Wikit ovat sivustoja, joissa jokaisella niihin kuuluvalla on oikeus muokata, luoda ja linkittää sivuja. Teknisesti editoinnit yleensä pystytään jäljittämään tai sivusto voidaan palauttaa edelliseen versioon. Suosituin julkinen wiki on Wikipedia. (Cook 2008, 21.)

Uutissyötteet, joita voidaan kutsua myös lyhenteellä RSS (Really Simple Syndication) on XML-kielinen formaatti erilaisten sisältöjen, yleensä uutisotsikoiden ja usein päivittyvien tietojen kuvailuun. Uutissyötteiden lukemiseen tarvitaan erillinen ohjelma, joka yleisesti sisältyy jo selaimiin. RSS mahdollistaa käyttäjälle tilata jatkuvasti päivittyvää tietoa haluamistaan lähteistä ja tarjoaa kokonaan uuden tavan lähestyä verkon tietovarantoa. Nykyisin esimerkiksi blogit itsessään tuottavat jo uusimmat merkinnät sisältävän RSS-tiedon automaattisesti. (Majava 2006, 90 - 91.)

Taggaamisessa on kyse sisällön kuvaamisesta vapaamuotoisilla, käyttäjän itse valitsemilla termeillä, tageilla. Tagit eivät pohjautu mihinkään valmiiseen luokitteluun. Taggaamisella pyritään parantamaan tiedon löydettävyyttä ja sitä käytetään yleensä blogeissa, valokuvien kuvailussa ja sosiaalisissa kirjanmerkkipalveluissa. Esimerkiksi kuvapalvelu Flickr hyödyntää tageja tarjoamalla kuvien julkaisemisen yhteydessä käyttäjälle mahdollisuuden määrittää kuhunkin kuvaan liittyvät tagit. Tagaamisessa käyttäjien aktiivisuus ja mitä enemmän käyttäjiä osallistuu toimintaan, tekee palveluista sitä hyödyllisempiä. (Majava 2006, 92.)

Sosiaaliset kirjanmerkit ovat palveluita, joissa kirjanmerkkejä voidaan jakaa, säilöä, organisoida ja etsiä verkkopohjaisesti käyttämättä selaimen kirjanmerkki-toimintoa. Monet näistä sosiaalisista kirjanmerkkipalveluista käyttävät myös taggausta sisällön kuvaamiseen. (Cook 2008, 21.)

Mashupilla tarkoitetaan erillisten sivustojen tai palvelujen tuottamien tietojen yhdistelemistä uudeksi sovellukseksi. Yhä useammat verkkopalvelut antavat tietovarantonsa avoimesti yhdisteltäviksi, esimerkiksi Googlen karttapalvelu on hyvä esimerkki, jota paikkatietoa hyödyntävät sovellukset voivat käyttää alustanaan. Uutislähteiden kokoaminen yhteen syötteiden kautta on myös yksi mashupeissa sovellettava menetelmä. (Majava 2006, 95.)

Sosiaalinen media edellyttää organisaatiolta uuden toimintavan ja -kulttuurin omaksumista, ns. yhteisöllisen tiedon kulttuurin omaksumista, jossa organisaation tulisi pystyä arvostamaan jokaisen osaamista ja tietämystä, hyvä idea voi tulla miltä tahansa tasolta organisaatiossa. Yhteisöllisen tiedon kulttuurissa tiedon tulee olla kaikkien saatavilla, kommentoitavissa ja edelleen jalostettavissa. (Ojala & Pöysti, 2008, 22.) Sosiaalisen median työkalujen käyttämisen hyödyt intranetissä ovat johtamisen tasolla osaamisen johtamisessa sekä johto saa suoran näkyvyyden siihen mitä organisaatiossa on me-

neillään ja mikä henkilöstöä mietityttää. Työntekijän näkökulmasta taas hyöty on tiedonkulun nopeutumisessa, oman osaamisen jakamisessa, palautteenannon helppoudessa ja ongelmatilanteissa avun saamisen nopeudessa. (Selkäinaho, 2013.)

### 3 TUTKIMUKSEN LÄHTÖTILANNE

Tässä tutkimuksessa pyrin ajattelemaan sisäistä viestintää Juholinin (2008, 62) ajatusmallin mukaisesti niin, että viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset ovat ja työskentelevät ja missä he itse tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia. Viestintä ei tämän ajattelun mukaan ole myöskään mikään erillinen toiminto tai sarja toimintoja vaan osa kaikkea tekemistä ja elämistä työyhteisössä. Juholin mainitsee sisäisen viestinnän 6+1 osatekijää, joihin työyhteisön sisäinen keskustelu ja yhteisöllisyys perustuvat. Nämä osatekijät ovat:

1. Vuorovaikutteinen isojen ja tärkeiden asioiden käsittely, jossa varmistetaan asioiden ymmärtäminen ja annetaan mahdollisuus keskusteluun. Mahdollisuus antaa eriäviä mielipiteitä.
2. Ajantasainen tieto on saatavilla niille, jotka sitä tarvitsevat sekä jokaisen ymmärtämys omasta roolista ajantasaisen tiedon tuottajana, jalostajana ja vaihtajana.
3. Tunnelman tulee olla vapaamuotoinen ja rento, jokaisen tulisi pystyä ja uskaltaa ilmaisemaan omia näkemyksiään ja kokemuksiaan, sekä kysyä ja kyseenalaistaa.
4. Kaikkien työntekijöiden osallistumisen- ja vaikuttamisen mahdollisuudet lähipiiriin ja koko organisaation sekä isoihin, että pieniin asioihin.
5. Yhdessä oppiminen ja osaamisen jakaminen tukee sekä yksilöä, että koko yhteisöä. Tämä mahdollistuu mutkattoman viestinnän kautta, johon sisältyy monisuuntainen ja jatkuva palaute.
6. Työnantajamaine on osa jokaisen työtä. Omalla toiminnallaan jokainen tuottaa mainetta ja samalla heijastaa sitä omaan ympäristöönsä. Myös organisaation maine peilautuu yksilöiden minäkuvaan.

+1 on näitä kaikkia yhdistävä tekijä:

Toiminnan ja viestinnän tapahtuminen foorumeilla, jotka mahdollistavat avoimen tiedon vaihtamisen ja vuoropuhelun. Foorumit yhdistävät organisaation verkostoihin ja toimintaympäristöön (kuvio 4).



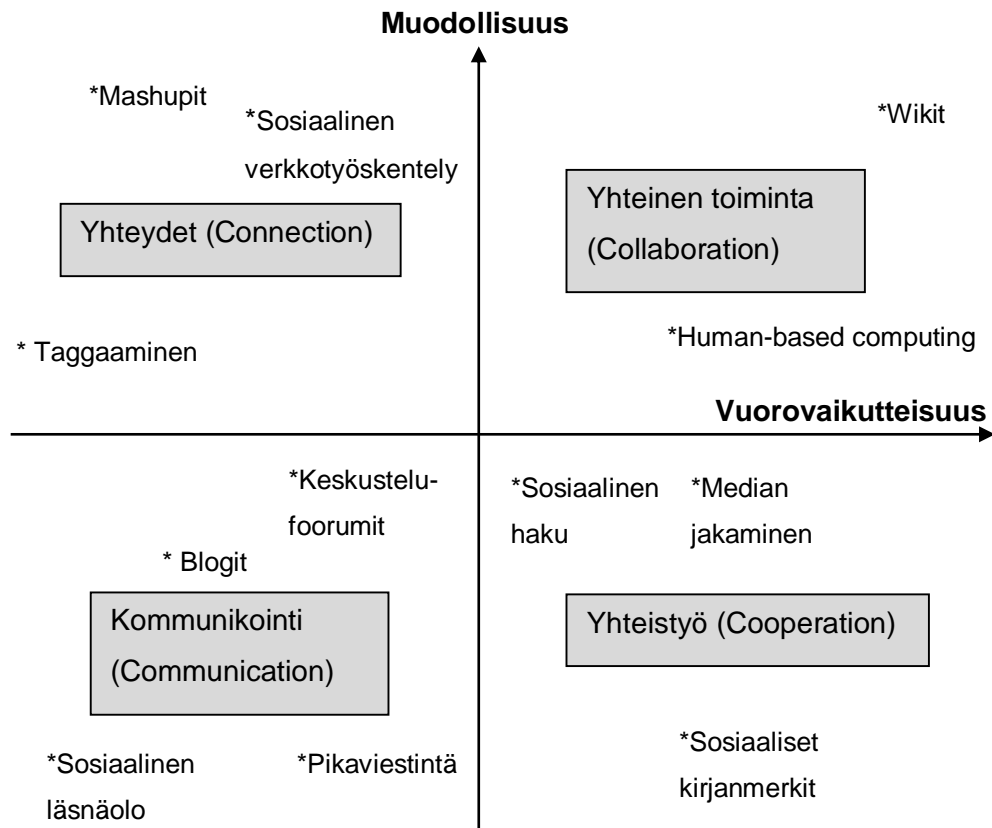
KUVIO 4. Työyhteisöviestinnän uusi agenda (Juholin 2008, 64).

Intranet edustaa virallisia, puolivirallisia sekä vapaamuotoisia foorumeita. Intranetissä voidaan jakaa muiden foorumien materiaaleja ja niissä käsiteltyjä tietoja, eli se voi toimia myös tukifoorumina muille foorumeille. Sosiaalisen median työkalut luovat intranetille uusia, vuorovaikuttavia keinoja toimia viestinnän tehostamisessa ja kehittämisessä uuden agendan suuntaan.

Cookin (2008, 36 – 39) 4C:n lähestymistapa jakaa sosiaalisen median työkalut neljään kategoriaan käyttötarkoituksen mukaan.

- 1) kommunikointi (communication), alustat, jotka mahdollistavat ihmisten välisen kommunikoinnin kuvien, tekstin videon tai näiden yhdistelmien avulla,
- 2) yhteistyö (cooperation), sisällön jakamiseen ihmisten välillä jäsenyनेesti tai epämuodollisesti tarkoitettut ohjelmat,
- 3) yhteinen toiminta (collaboration) työkalut, jotka rohkaisevat ihmisiä yhteiseen ongelmanratkaisuun, suoraan tai epäsuorasti sekä keskitetysti, että jaetusti sekä
- 4) yhteydet (connection), verkkoteknologiat, jotka mahdollistavat luomaan yhteyksiä sekä sisällön, että muiden ihmisten kanssa.

Kuviossa 5 nämä kategoriat on asetettu matriisille muodollisuuden ja vuorovaikutuksen mukaan. Lisäksi kuvioon on lisätty kutakin 4C:n kategoriaa havainnollistamaan tyypillisiä työkaluja, joita kategoriaan kuuluu.



KUVIO 5. 4C:n muodollisuus ja vuorovaikutteisuus-matriisi yhdistettynä sosiaalisten teknologioiden kehukseen (mukaellen Cook 2008, 38 – 39).

Yllä oleva matriisi toimii apuvälineenä, kun organisaatiossa mietitään, miten organisaatiokulttuurin halutaan kehittyvän ja millä välineillä sitä tulisi kehittää haluttuun suuntaan.

### 3.1 Kohdeorganisaation kuvaus

Valtion talous- ja henkilöstöhallinnon palvelukeskus (Palkeet) on aloittanut toimintansa vuonna 2010, kun oikeushallinnon, puolustushallinnon, sisäasiainhallinnon ja Valtiokonttorin palvelukeskukset yhdistettiin yhdeksi palvelukeskukseksi. Palkeet tuottaa talous- ja henkilöstöpalveluja valtionhallinnon virastoille, laitoksille ja rahastoille sekä n. 80 000 yksittäiselle palkansaajalle. Palkeet on merkittävä toimija valtionhallinnon konsernipalveluissa ja työllistää yli 700 talous- ja henkilöstöhallinnon ammattilaista. Liike-

vaihto on n. 50 miljoonaa euroa. Palkeiden hallinnollinen päätoimipaikka sijaitsee Joensuussa ja muut toimipisteet sijaitsevat Hämeenlinnassa, Kuopiossa, Mikkelissä, Porissa ja Turussa. Palvelukeskus toimii omakustannusperiaatteella, eli maksuilla kateaan palvelujen tuottamisen ja kehittämisen kustannukset. Palkeet toimii valtiovarainministeriön alaisuudessa (Palkeiden verkkosivut).

Palkeet on nuori organisaatio, johon on yhdistetty useita eri palvelukeskuksia. Lisäksi toiminta on hajautettu, eli toimintaa on kuudella eri paikkakunnalla. Tämä aiheuttaa haasteita sekä tiedonkululle, että yhteiselle toimimiselle. Toimivat tietojärjestelmät ovat avainasemassa tietojen välittämisessä. Toimintakulttuurit ovat olleet erilaiset eri palvelukeskuksissa ja näiden yhteensovittaminen ja yhteisten pelisääntöjen luominen yhteen palvelukeskukseen on haasteellista. Palkeiden organisaatio jakaantuu kahteen tulosalueeseen, palvelutuotantoon ja liiketoiminnan tukeen, jotka pitävät sisällään eri yksiköitä. Alla on organisaatiokaavio, josta organisaation rakenne käy havainnollisesti ilmi (kuvio 6). Huomioitavaa on, että tämä organisaatorakenne on voimassa tutkimuksen toteuttamisen aikana. Vuoden 2014 alusta organisaatorakenne muuttui kolmeen tulosalueeseen.



KUVIO 6. Palkeiden organisaatiokaavio (Palkeiden verkkosivut).



Palkeissa oli aiemmin käytössä Windows SharePoint Services 3.0 (WSS) -pohjainen intranet-palvelu, joka piti sisällään intranet-osuuden sekä työryhmätilat. Palkeet toimi aiemmin neljässä eri työasemaympäristössä, joka osaltaan aiheutti ongelmia tiedonkulussa ja tiedostojen jakamisessa. Vuoden 2012 keväällä tapahtui Aluehallinnon tietohallintopalveluyksikön (AHTi) -palvelujen käyttöönotto, joka tarkoitti sitä, että Palkeiden kaikki toimipisteet ovat AHTi -työasemaympäristössä ja yhdessä ja samassa verkossa. Tämän uudistuksen myötä intranet ja työryhmätilat erkaantuivat ja työryhmätilojen käyttöön alustaksi tuli Microsoft SharePoint 2010. Intranetin toimittajaksi tuli myös AHTi-palvelut ja intranetin uudistaminen lähti liikkeelle. Tavoiteaikataulu intranetin uudistamiselle oli vuoden 2013 kevät. Uusi Microsoft SharePoint 2013 -alustalle toteutettu intranet avattiin työntekijöille heinäkuussa 2013.

Aiempi intranet toimi yhdensuuntaisena tiedonvälityskanavana ja niin sanottuna dokumenttipankkina. Intranetissä ei hyödynnetty sosiaalisen median työkaluja kahdensuuntaisen viestinnän välineenä eikä siellä ollut ns. toimitettua sisältöä. Henkilöstölle tehtiin käyttäjäkysely syksyllä 2011 vanhan intranetin toimivuudesta sisäisen viestinnän välineenä. Kyselystä kävi ilmi, että intranet toimii yhtenä tärkeimmistä tiedotuskanavista henkilöstölle ja enemmistö vastaajista vieraili intranetissä päivittäin. Käytetyimpiä asioita intranetissä olivat ajankohtaistiedotteiden lukeminen ja asiakirjojen etsiminen. Suurimpina ongelmina vanhassa intranetissä nähtiin intranetin sekavuus, epäloogisuus, heikot hakuominaisuudet sekä vaikea lähestyttävyyys. Uuden intranetin toteutuksessa kiinnitettiin huomiota näiden vastausten perusteella selkeyteen, riittävään yksinkertaisuuteen, loogiseen sivurakenteeseen ja otsikointiin sekä toimiviin hakuominaisuuksiin. Lisäksi pyrittiin huomioimaan sosiaalisen median mahdollisuudet vuorovaikutteisuuden ja henkilöstön osallistuvuuden mahdollistamiseksi.

Kohdeorganisaatiossa uusi intranet on ollut käytössä heinäkuun 2013 puolivälistä lähtien. Uusi intranet toimii yhtenä sisäisen viestinnän kanavana ja välineenä. Muita sisäisen viestinnän tahoja, kanavia tai välineitä organisaatiossa ovat: lähiesimies, muut esimiehet ja johto, luottamushenkilöt ja etujärjestöt, työtoverit, kokoukset, viikkopalaverit ja neuvottelut, muistiot ja tiedotteet, sähköpostit, internet-sivut, ekstranet (lokakuu 2013 käyttöönotto), henkilöstöinfotilaisuudet ja muut yhteiset tilaisuudet. Huomioitavaa on, että osa näistä kanavista ja välineistä mielletään myös intranetiin, esimerkiksi muistiot ja tiedotteet ovat osa intranetin sisältöä.

Organisaatioiden intranet-konseptit voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin, joita ovat 1) viestinnällinen intranet, 2) sosiaalinen intranet sekä 3) sähköinen työpöytä. Viestinnäl-

linen intranet edustaa ns. perinteistä intranetiä, joka pitää sisällään organisaation sisäisen informaation, ohjeet, ajankohtaiset uutiset ja tapahtumat ja jota muutama henkilö ylläpitää. Viestinnällisessä intranetissä voi olla sosiaalisen intranetin piirteitä kommentointimahdollisuuksineen ja keskustelupalstoineen, mutta viestintä on pääsääntöisesti yhdeltä monelle -viestintää. Sosiaalisessa intranetissä pääpainona on käyttäjien muodostama sisältö ja viestintä on näin ollen monelta monelle -viestintää. Tämä edellyttää omien profiilisivujen vahvaa hyödyntämistä sekä muokkausoikeuksia kaikille työntekijöille. Etusivu ei ole viestinnän nostamien uutisten varassa, vaan pitää sisällään käyttäjien tekemien päivitysten ja keskusteluiden muodostaman tapahtumavirran. Sosiaalisen intranetin konsepti on hyvin lähellä wiki-ajattelua. Sähköinen työpöytä pitää sisällään viestinnällisen intranetin, dokumenttienhallinnan sekä työryhmätilat. Lisäksi sähköiseen työpöytään voi olla yhdistettynä pikaviestintää. (Toivonen, 2012.) Kohdeorganisaatiossa intranet edustaa perinteistä viestinnällistä intranetiä, johon on yhdistetty sosiaalisen intranetin piirteitä. Kohdeorganisaatiossa intranetissä on käytössä sosiaalisen median työkaluista blogit, keskustelupalstat, henkilön omat sivut ja mahdollisuus antaa luokituksia tiedotteille (yhdestä viiteen tähteen). Lisäksi käytössä on vuorovaikutteisia sisältöjä, joihin koko henkilöstöllä on mahdollisuus osallistua. Näitä ovat kirppari, kierrätä kiitokset -palsta sekä gallup.

### 3.2 Mihin haluttiin päätyä ja mitä kehittämällä tavoiteltiin?

Tässä osuudessa perehdyn niihin asioihin, joita haluttiin kehittää ja joiden toivottiin tuovan parannusta organisaation sisäisen viestinnän sekä vuorovaikutteisuuden näkökulmasta uuden intranetin myötä. Yleisesti tarkastelen toiminnallisia ja viestinnällisiä tavoitteita sekä tarkemmassa tarkastelussa ovat intranetissä käyttöönotetut sosiaalisen median työvälineet.

#### 3.2.1 Toiminnalliset tavoitteet

Toiminnalliset tavoitteet otin mukaan kehittämisen tavoitteisiin, koska ne vaikuttavat hyvin läheisesti myös jäljempänä esitettäviin viestinnällisiin tavoitteisiin. Intranetin vaatimusmäärittelyssä mainittujen toiminnallisten tavoitteiden lisäksi olen lisännyt tekstiini ne toimenpiteet, jotka uudessa intranetissä toteutettiin toiminnallisten vaatimusten toteutumiseksi:

Löydettävyys: dokumentit ja tiedot on intranetin sisältörakenteessa jäsennettävä niin selkeästi, että niiden löytäminen ja tulkinta käy helposti, nopeasti ja tehokkaasti (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: löydettävyyden parantamiseksi intranetissä otettiin käyttöön asiakirjojen metatiedot, joiden avulla erityyppisten asiakirjojen haku nopeutuu. Lisäksi uudessa intranetissä tuli käyttöön tehokkaampi hakutoiminto, jossa on mukana mahdollisuus tarkennettujen hakuehtojen mukaisesti hakuihin, sekä pdf-indeksointi, joka mahdollistaa tietojen hakemisen myös pdf-dokumenteista. Uudessa ratkaisussa intranetin rakennetta pyrittiin selkeyttämään jaotteleamalla osiot loogisiksi kokonaisuuksiksi ja selkeyttämällä navigointia.

Olenaisuus: intranettiin koottavien tietojen tulee olla olennaisia asioita henkilöstön käyttöön, jotta palvelusta löytyy vain tarpeenmukaista tietoa eikä siitä kerry vanhentuneiden tietojen kaatopaikkaa.

Toteutetut toimenpiteet: sisältösuunnittelussa pyrittiin miettimään tarkoin, mitä sisältöjä intranettiin laitetaan. Kun uutta tietoa lisätään, poistetaan samalla vanhentunut tieto, eli intranet ei ole arkistointijärjestelmä.

Ajantasaisuus ja oikeellisuus: intranet-palvelusta löytyvien tietojen täytyy olla luotettavia ja uskottavia. Tämä taataan hajautetulla päivitystyöllä ja ylläpitäjien organisoinnilla ja koulutuksella: mikäli ylläpitäjät saavat tarvittavan koulutuksen ja tuen intranetin päivittämiseen ja ylläpitoon, intranetiä ylläpidetään onnistuneesti ja tiedoista voi vastata se taho, joka tiedon tuottaa (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: intranetin ylläpito hajautettiin ja ylläpitäjät koulutettiin.

Järkevä rajaus: intranet-ympäristöön pyritään tuomaan vain ne tiedot tai toiminnot, jotka sillä on järkevää toteuttaa. Intranettiin ei lähdetä rakentamaan sovelluksia, jotka eivät ole lisäarvoisia ja käyttäjille aidosti hyödyllisiä (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: ainakin näin alkuun lähdettiin intranetissä liikkeelle perustoinnallisuuksilla. Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa siitä, mitkä toteutetut ominaisuudet ovat käyttäjälle hyödyllisiä ja mitä ominaisuuksia mahdollisesti olisi tarve vielä toteuttaa.

### 3.2.2 Viestinnälliset tavoitteet

Uuden intranetin viestinnälliset tavoitteet määriteltiin vaatimusmäärittelyssä seuraavasti ja lisäksi olen tekstissä maininnut, mitä toimenpiteitä toteutettiin ratkaisussa toiminnallisten vaatimusten toteutumiseksi:

Kokonaiskuvan hahmottuminen: intranetin keskeisiksi sisällöiksi poimitaan sellaiset asiat, joiden kautta välittyy hyvä yleiskuva siitä, mitä virastossa tapahtuu. Intranetiä seuraamalla henkilöstö pystyy muodostamaan hyvän käsityksen Palkeiden toimintatavoista, terminologiasta, sisäisistä ohjeista ja työhön vaikuttavista tai työssä käytettävistä asiakirjoista (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: sisältö pyrittiin rakentamaan tämän määritteen mukaisesti.

Ajankohtaisasioiden nostaminen esiin: tiedotevirta ajankohtaisuuksista on keskeinen intranetin tarjoama hyöty, ja sisäisiä uutisia pyritään esittämään palvelussa tehokkaasti. Uutisia on runsaasti tarjolla jo intranetin etusivulla, ja erityyppisiksi luokitellut uutiset kertyvät arkistoihin, joista niiden löytäminen ja suodattaminen on helppoa (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: etusivulla on ajankohtaiset uutiset sekä ajankohtaiset ICT-uutiset, lisäksi etusivulta löytyy kalenteri, jossa ovat kaikki organisaation tapahtumat. Ajankohtaisille uutisille annetaan niitä kuvaavat metatiedot, jonka perusteella niiden esille nostaminen sivuston eri osioihin automaattisesti on mahdollista. Näin sama tiedote on mahdollista saada näkyviin esimerkiksi etusivun ajankohtaisissa ja koulutus-tiedotteiden ajankohtaisissa uutisissa.

Yhteishengen luominen: intranetin viestinnän ei ole tarkoitus olla vain yksisuuntaista tiedottamista, vaan se tukee myös Palkeiden yhteisöllisyyttä. Intranetin uutisvirtaan voi sisältyä myös vapaa-aikaan liittyviä "kevyempiä" sisältöjä. Intranetin kautta osallistetaan henkilöstöä yhteistyössä tapahtuvaan kehittämiseen esim. mahdollisuuksilla päivittää omaa profiilisivua, keskustella, osallistua gallup-kyselyihin, ja niin edelleen. (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: intraan perustettiin keskusteluosio, omat sivut ja gallup-kysely, näistä tarkemmin jäljempänä.

Toiminnan avoimuus: intranetin viestintätavoissa ja julkaisupolitiikalla pyritään estämään yksiköiden tai toimintojen "lokeroitumista" omiin piireihinsä. Eri yksiköitä kannustetaan tuottamaan intranettiin tietoja toiminnastaan, lopputuloksistaan ja tehtävistään, joiden avulla työntekijät pystyvät hahmottamaan toistensa työtä ja toimenkuvia. Tämä viestinnällinen periaate edistää tiedon julkisuuden ja avoimuuden toteutumista Palkeiden sisällä (Palkeet intranet-vaatimusmäärittely).

Toteutetut toimenpiteet: tässä yhtenä osa-alueena toimivat omat sivut. Lisäksi eri yksiköistä on toteutettu kuvaukset, mitä missäkin yksikössä tehdään. Tämä osa-alue vaatii vielä kehittämistä.

### 3.3 Metadata

Sisällön organisoinnissa metadata, joka on tietoa tiedosta, on erittäin tärkeässä roolissa. Metadata antaa tietoa sisällöstä, asiayhteyksistä ja taustasta sekä rakenteesta (Cook, 2008, 73). Intranetissa otettiin käyttöön metadata dokumenteissa, mikä tarkoittaa, että ylläpitäjät antavat tiedostoille valmiiksi määritellystä luokittelusta sopivat metadatat, asiakirjaluokittelut. Näiden tietojen avulla tiedostoja voidaan nostaa näkyviin halutuissa paikoissa. Metadata edesauttaa myös hakutoimintoa.

### 3.4 Haku

Otalan & Pöystin (2008, 34) mukaan haun avulla voidaan löytää kertyvää tietoa ja näin ollen haku on välttämätön osa yrityksen sisäistä intranetiä. Tietomäärän kasvaessa hyvä ja tehokas haku, jonka avulla voidaan hakea kaiken muotoista tietoa, on avainasemassa tietojen hyödyntämisessä. Cookin (2008, 74) mukaan tutkimukset tutkimuksen perään osoittavat, että haun kyseessä ollessa työntekijöiden odotukset sisällön suhteen eivät kohtaa. Monesti hakuvälineet eivät tuo esille odotettua tulosta vaan yleensä tuloksena on sisältöjä, joilla ei ole arvoa tai hakutuloksia on liikaa. Tässä tärkeäksi keinoksi muodostuu metadatan käyttäminen sekä sisältöjen luokittelu.

SharePoint 2013 -version hakutoiminto on huomattavasti kehittyneempi, kuin organisaatiossa aiemmin olleessa intranetissä. Uudessa haussa on käytössä jatkuva indeksointi, jonka ansiosta hakutulokset ovat ajan tasalla lähes reaaliajassa. Hakutuloksissa näytetään esikatselua hakutulosten rinnalla, esimerkiksi Office-dokumenteista näh-

dään myös esikatselunäkymä, joka helpottaa oikean dokumentin löytämistä. Hakutuloksia voi suodattaa tulospäätöksessä eri kategorioiden, esimerkiksi tekijän tai dokumenttityypin mukaan. Tulokset saadaan näkyviin eri nostokomponenttien mukaan, esimerkiksi suosituimmuuden tai viimeksi muokattujen kohteiden mukaisesti. Analytiikka on SharePoint 2013 -versiossa sisäänrakennettuna, jolloin sen avulla voidaan näyttää katselumääriä listakohdetasolla ja hakutuloksissa painotetaan käyttäjien eniten selaa-  
mia sivuja. Haku antaa suosituksia sekä hakusanoja kirjoitettaessa että tulospäätöksen yhteydessä. (Köngäs, 2012.)

### 3.5 Blogit

Blogit ovat erinomainen väline kommunikointiin ja luomaan avointa sekä ajankohtaista keskustelua. Työntekijät voivat kommunikoida keskenään ja toimitusjohtajille sekä johtajille blogit ovat hyvä väline kommunikoida ajatuksia, organisaation ajankohtaisia asioita ja luoda tietynlaista avointa, keskustelevaa kulttuuria. Blogit ovat hyvä mahdollisuus tuoda johtoa lähemmäksi ja lähestyttävimmiksi, koska niissä on mahdollisuus viestiä vapaammin omista ajatuksista ja tuoda esille henkilökohtaisiakin asioita. Mikä sitten on hyvä blogi? Hyvä blogi kuulostaa kirjoittajaltansa ja kerää lukijoidensa palautetta ja mielipiteitä asiasta. (Melcrum Publishing 2006.)

Sisäiset blogit voivat tukea tiedonhallintaa toimimalla ns. muistikirjana, jolloin tietoa välitettyä henkilön lisäksi myös muille organisaation jäsenille ja nämä muut jäsenet voivat jakaa ja käyttää tietoa tai täydentää sitä omalla tiedolla. Lisäksi sisäiset blogit voivat toimia projektinhallinnan tukena. Projektiblogit ovat hyvä kanssakäymisen väline, varsinkin jos toimijat sijaitsevat eri paikkakunnilla ja kasvotusten käytävä kanssakäyminen on vähäisempää. Projektiblogit keräävät ja välittävät projekti-informaation lisäksi ideoita, mielipiteitä ja projektihenkilöiden osaamista. (Cook 2008, 47.)

Toimeksiantajaorganisaation uudistetussa intranetissä on otettu käyttöön laajemmin blogimahdollisuudet. Aiemmin käytössä on ollut toimitusjohtajan blogi, mutta siinä ei ole ollut mahdollisuutta esimerkiksi kommentointiin. Nykyisessä intranetissä toimitusjohtaja pitää blogiaan omilla sivuillaan, johon aina uuden kirjoituksen ilmestyessä linkitetään etusivun ajankohtaisista uutisista. Lisäksi käytössä on esimiestyön sivuilla blogi, jossa käydään läpi ajankohtaisia asioita blogin muodossa. Nykyinen järjestelmä mahdollistaa blogeissa myös kommentoinnin ja tätä ominaisuutta toivotaan myös käytettävän. Blogeilla toivotaan saavutettavan avoimempaa, keskustelelevampaa ja ihmislähe-

sempää kulttuuria organisaatioon. Tavoitteena on, että asioita voitaisiin käsitellä avoimemmin, ei niin virallisesti, ja jokaisella olisi mahdollisuus tuoda esille omaa mielipidettä ja ajatuksia asioista rakentavasti.

### 3.6 Keskustelupalstat

Keskustelupalstat mahdollistavat työntekijöiden keskinäisen keskustelun ajankohtaisista aiheista. Keskustelut voivat pitää sisällään kysymyksiä, mielipiteitä tai jonkun tapahtuman tiimoilta käytävää keskustelua. Keskustelupalstat ovat monessa organisaatiossa se ensimmäinen käyttöönotettava sosiaalisen median työkalu. Keskustelupalstoja ei pitäisi kontrolloida liikaa, koska liian rajoitettuina ne tahtovat ”kuivua kasaan”. BBC:n tapaustutkimus osoitti keskustelupalstojen käytön jakaantuvan kolmeen eri ryhmään: 1) käytännön kysymyksien ratkomiseen, miten teen...? tai mistä löydän...?, 2) kysymyksiin liittyen organisaation menettelytapoihin erilaisissa tilanteissa sekä 3) isompien, koko henkilökuntaan vaikuttavien asioiden käsittely, henkilöstön mahdollisuus ”päästää höyryjä ulos”. (Cook 2008, 44 – 46.)

Uuteen intranettiin on luotu keskustelupalsta Keskustelupaja-nimellä. Täällä toivottaisiin, että työntekijät pystyisivät käymään avointa keskustelua esimerkiksi BBC:n tapaustutkimuksen osoittamista asioista. Tämän käyttäminen vaatii organisaatiossa vielä totuttelua, että saataisiin työntekijät käymään avointa keskustelua. Keskustelupalstojen käyttöönotossa voitaisiin hyödyntää myös nimettyjä keskustelijoita, jotka ainakin alkuun herättelisivät palstalla keskustelua erityyppisistä aiheista. Tavoitteena on, että keskustelupajan avulla saataisiin yksi vuorovaikutteinen kanava työntekijöiden väliseen kommunikointiin. Tämä mahdollistaa myös eri paikkakuntien välisen nopean tiedonvälityksen.

### 3.7 Omat sivut

Uuden intranetin myötä organisaatioon tuli käyttöön myös jokaisen työntekijän omat sivut. Microsoft määrittelee omat sivut paikaksi, jossa henkilö voi hallita keskitetysti kaikkia asiakirjoja, sisältöjä ja tehtäviä, joita hänellä on missä tahansa organisaation sivustossa. Omilla sivuilla henkilö voi myös esittää sisältöjä ja asiakirjoja muille henkilöille, tuottaa tietoja itsestään muille ja saada lisätietoja työtovereista. Omilta sivuilta muut käyttäjät saavat tietoja henkilön osaamisalueista ja nykyisistä projekteista. Omilta

sivuilta löytyy myös luettelo työtovereista sekä organisaatiokaavio, josta näkee oman aseman omassa työryhmässä (SharePoint Server 2007).

Omien sivujen käytöllä pyritään organisaatiossa saamaan työntekijät paremmin tutuiksi toisilleen. Omille sivuille työntekijöitä on ohjeistettu lisäämään oma kuva sekä tietoja osaamisestaan ja millä toimipaikalla henkilö työskentelee. Osa henkilön tiedoista, nimi, sähköposti ja asema organisaatiossa, tulevat suoraan Active Directory -järjestelmästä. Lisäksi omilla sivuilla on mahdollisuus seurata haluamiaan intranetin sivuja. Omien sivujen käyttöä ei haluttu ainakaan näin alkuun lähteä rajoittamaan tai ohjeistamaan liian tarkasti, vaan tarkoituksena on seurata, miten tämä toiminnollisuus lähtee organisaatiossa käyntiin. Ainakin näin alkuvaiheessa omien sivujen päätarkoitus ja tavoite on, että kaikki työntekijät laittaisivat sinne kuvan itsestään, sekä tietoa omasta osaamisestaan.

### 3.8 Muut käytössä olevat foorumit

Vanhasta intranetistä tuotiin käyttöön myös tähän uuteen intranettiin kirppari, jossa työntekijöillä on mahdollisuus myydä, ostaa tai vaihtaa. Tämä toiminnollisuus on ollut satunnaisessa käytössä, mutta tämä mahdollisuus haluttiin pitää yllä uudessakin intranetissä. Kirpparilla pyritään luomaan vapaamuotoisempaa ilmapiiriä osaksi intranetiä. Lisäksi uuteen intranettiin tuotiin vanhassa intranetissä käytössä ollut Kierrätä kiitokset -palsta, jossa kuka tahansa voi välittää työntekijälle, ryhmälle tai yksikölle joko sisäisesti tai asiakkailta tulleita kiitoksia hyvästä työstä tai palvelusta. Tällä palstalla pyritään tuomaan kiitoksen ja kannustuksen kulttuuria näkyvämmiin esille. Uutena ominaisuutena intranetissä toteutettiin gallup-kysely, jossa kysytään työntekijöiltä mielipidettä ajankohtaisista asioista. Gallup-kyselyssä on jokin vaihtuva kysymys, johon työntekijä vastatessaan näkee koko organisaation vastanneiden vastausjakauman graafisesti. Tämän ominaisuuden avulla tuodaan esille ajankohtaisia asioita eri tavalla ja voidaan kysyä työntekijöiden mielipidettä eri asioihin anonyymisti ja helposti.



#### 4 TUTKIMUKSEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Ennen tutkimuksen konkreettisten menetelmien valintaa on hyvä pohtia, millaisella lähestymistavalla kehittämistyötä lähdetään viemään eteenpäin. Tutkimuksellisuuden kytkeminen kehittämiseen helpottuu, jos kykenee tunnistamaan erilaiset lähestymistavat. Lähestymistapa liittyy kokonaisvaltaisesti kehittämisen tavoitteeseen. Erilaisia tutkimuksen lähestymistapoja ovat tapaustutkimus, toimintatutkimus, konstruktiiivinen tutkimus ja innovaatioiden tuottaminen (Ojasalo ym. 2009, 36).

Tutkimuksen lähestymistapaa miettiessäni päädyin konstruktiiiviseen lähestymistapaan, vaihtoehtona mietin myös tapaustutkimusta. Konstruktiiiviseen lähestymistapaan päädyin, koska kyseessä on konkreettinen ratkaisu, eli intranetin sosiaalisen median työkalut ovat toiminnassa organisaation uudessa intranetissä ja tutkimuksessa tullaan myös ottamaan kantaa niiden toimivuuteen sisäisen ja vuorovaikutteisen viestinnän kehittäjänä. Työssäni tulen arvioimaan toteutetun ratkaisun toimivuutta käytännössä. Onko uudella intranetillä ja sen mahdollistamilla uusilla työkaluilla parantavaa vaikutusta organisaation vuorovaikutteiseen viestintään ja sisäiseen viestintään yleensä? Lisäksi huomioin mahdolliset kehitystarpeet, mitä työkaluja tai toimintoja intranetiin olisi hyvä lisätä?

Ojasalo & kumpp. (2009) määrittelevät konstruktiiivisen tutkimuksen luonteen seuraavasti: Konstruktiiivinen tutkimus pyrkii ratkaisemaan käytännön ongelman luomalla jonkin konkreettisen tuotoksen. Toimintatutkimukseen verrattuna konstruktiiivinen tutkimus pyrkii konkreettisen kohteen muutokseen, kun toimintatutkimus pyrkii ihmisten toiminnan muuttamiseen. Konstruktiiivisen tutkimuksen keskeinen osa on toteuttaa kehitetty ratkaisu ja arvioida sen hyödyllisyys sekä toimivuus käytännössä. Konstruktiiivinen tutkimus vastaa mm. kysymyksiin: Voidaanko yrityksessämme tehdä tarjouslaskelmat tehokkaammin kuin aikaisemmin? Voidaanko organisaatiomme tietojärjestelmää muuttaa palvelemaan paremmin työyhteisön tarpeita? (Ojasalo ym. 2009, 38, 66.)

Opinnäytetyön tutkimusprosessi mukailee Ojasalon & kumpp. määritelmää konstruktiiivisen tutkimuksen prosessista, joka pitää sisällään seuraavat prosessivaiheet (Ojasalo ym. 2009, 67):

- mielekkään ongelman etsiminen
- syvällisen teoreettisen ja käytännöllisen tiedon hankinta tutkimuksen ja kehittämisen kohteesta
- ratkaisujen laatiminen

- ratkaisun toimivuuden testaus ja konstruktion oikeellisuuden osoittaminen
- ratkaisussa käytettyjen teoriakytkeiden näyttäminen ja ratkaisun uutuusarvon osoittaminen
- ratkaisun soveltamisalueen laajuuden tarkastelu

#### 4.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksiä opinnäytetyössäni ovat:

- Miten tarpeelliseksi intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä?
- Miten intranet sijoittuu tiedonlähteenä omaa työtä koskevaa tai organisaatiota koskevaa tietoa haettaessa?
- Mitä tietoa intranetistä haetaan ja millaiseksi intranetin sisältö koetaan?
- Miten sosiaalisen median työkalut on otettu käyttöön intrassa henkilöstön keskuudessa?
- Miten organisaatiossa henkilöstö kokee sosiaalisen median työkalujen hyödyllisyyden?
- Vaikuttavatko intranetin sosiaalisen median työkalut (blogit, keskustelupalsta, omat sivut) viestinnän vuorovaikutteisuuteen?

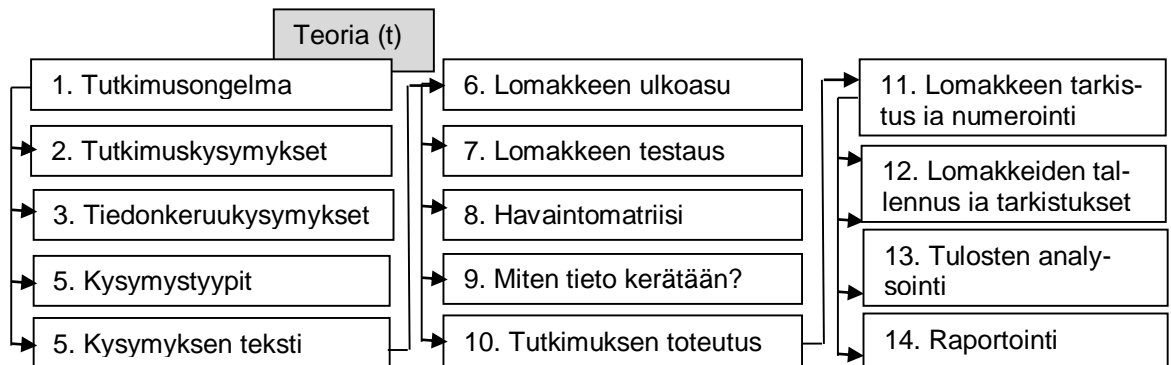
Tutkimuksessa oli tarkoitus käyttää monivalintakysymyksiä, asteikkoihin perustuvia kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Yleisenä ohjeena kysymysten laadinnassa pidän Taanilan (2012, 25) ohjetta, että hyvä kysymys on yksinkertainen, lyhyt ja selkeä, välttää epäselviä käsitteitä ja jokaisen vastaajan pitäisi pystyä ymmärtämään ja tulkitsemaan kysymys samalla tavalla. Kysymykset, joissa haluan verrata tuloksia aiemmin tehtyyn kyselytutkimukseen, on otettu suoraan aiemmin tehdystä kyselytutkimuksesta parhaan mahdollisen vastaavuuden tuottamiseksi.

#### 4.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimuksella on aina jokin tarkoitus, joka ohjaa tutkimusstrategiasia valintoja. Yleensä tutkimuksen tarkoitusta luonnehditaan neljän piirteen perusteella, joita ovat kartoittava, selittävä, kuvaileva tai ennustava. Tutkimus voi sisältää useampia tarkoituksia ja tarkoitus voi myös muuttua tutkimuksen aikana. (Hirsjärvi 2009, 138 – 139.) Omassa tutkimuksessani näen sekä selittävän, että kuvailevan tarkoituksen piirteitä. Selittävää tarkoitusta näen siinä, että etsin selitystä intranetin käytölle syy-seurausketjuja tunnistamalla. Kuvailevan tarkoituksen piirteenä on taas se, että pyrin selvittämään intranetin

käytössä esiintyviä käyttäytymismuotoja ja tapahtumia. Molemmissa tarkoituksissa tutkimusmenetelmänä voi Hirsjärven (2009, 138 – 139) mukaan olla joko määrällinen tai laadullinen tutkimus.

Opinnäytetyössäni tutkimusmenetelmänä käytän kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusta. Määrällisessä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta ja numeerisiin tuloksiin perustuvasta ilmiön selittämisestä (KOPPA 2013). Kanasen mukaan kvantitatiivinen tutkimusprosessi on kuin juna, joka etenee asemalta asemalle. Tutkimukseni prosessi pohjautuu Kanasen määriteltyyn kvantitatiivisen tutkimuksen prosessin vaiheista, jotka käyvät ilmi kuviosta 7 (Kananen 2011, 20).



KUVIO 7. Kvantitatiivisen tutkimuksen vaiheet (Kananen 2011, 20).

Määrällisen tutkimuksen valitsin menetelmäksi, koska haluan osittain hyödyntää tutkimuksessani jo aiemmin tehtyä vanhaa intranetiä koskevaa määrällistä tutkimusta sekä tutkimuskysymykset tukevat määrällisen menetelmän valintaa. Tilastokeskuksen (Tilastokeskus, Virsta) mukaan kvantitatiivisen tutkimuksen objektiivisuus katsotaan saavutettavan sillä, että tutkija nimenomaan pysyy erillään haastateltavasta kohteesta eikä ryhdy kysymyksen ulkopuoliseen vuorovaikutukseen lainkaan. Tutkimuskohdetta katsotaan ikään kuin puolueettoman ulkopuolisen silmin. Esitettävät kysymykset, mittarit on perusteltu teoriasta käsin. Tämä tukee myös tutkimuksen suorittamista määrällisenä tutkimuksena. Olen työskennellyt niin tiiviisti uuden intranetin kehittämisessä, jolloin määrällisessä tutkimuksessa omien asenteiden ja uskomusten sekoittuminen tulee minimoiduksi.

### 4.3 Mittarin suunnittelu

Määrällisen tutkimuksen perusta on muuttuja ja sen mittaaminen (Kananen, 2011. 53). Määrällisessä tutkimuksessa tutkimuskysymysten keskeiset käsitteet pelkistetään mitattaviksi ominaisuuksiksi eli muuttujiksi. Mittaamisella pyritään liittämään teoreettiset käsitteet käytännön ilmiöihin. Osa käsitteistä on suoraan mitattavissa, kuten ikä ja sukupuoli. Osa mitattavista ilmiöistä tai käsitteistä on moniulotteisia, jolloin käsitteen tai ilmiön ulottuvuudet pitää määritellä ennen mittarien laatimista. Toisin sanoen jonkin moniulotteisen käsitteen mittaamiseksi, pitää kaikkia käsitteen ulottuvuuksia mitata yhdellä tai useammalla kysymyksellä (Taanila 2012, 18). Hyvän mittaamisen kriteereinä voidaan pitää seuraavia asioita: mittari mittaa oikeita asioita (validiteetti), mittaustulokset ovat pysyviä ja luotettavia (reliabiliteetti), mittauksen kohde ja sen tärkeys (relevanssi), mittaaminen on ymmärrettävää ja mittaaminen on edullinen (Kananen 2011, 54).

Mitta-asteikot voidaan luokitella ominaisuuksiensa perusteella nominaali-, ordinaali-, intervalli- sekä suhdeasteikoksi. Nominaaliasteikko on vähiten kehittynein asteikkotyyppi. Tässä havaintoyksikkö kuuluu yhteen luokkaan ja muuttujan saamalla arvoilla ei ole järjestystä eikä merkitystä. Ainoa nominaaliasteikolla sallittu laskutoimitus on määrä eli frekvenssi (kpl, prosenttiosuus). Ordinaali- eli järjestysasteikolla havaintoyksiköt voidaan asettaa järjestykseen mitatun ominaisuuden suhteen ja mittauksen tulokset ilmaisevat järjestyksen, mutta eivät järjestyksien välisiä eroja. Esimerkkinä ordinaaliasteikosta on Likertin asteikko, jossa samanmielisyys kasvaa tai pienenee suuntaan tai toiseen. Lisäämällä järjestysasteikkoon tasaväliset järjestykset saadaan aikaiseksi intervalli-, eli välimatka-asteikko, joka mahdollistaa välimatkojen, ei määrien vertaamisen. Suhde-, eli absoluuttinen asteikko pitää sisällään absoluuttisen nollakohdan, esimerkiksi pituus, paino, asiakasmäärät, jne. Taulukossa 1 on tiivistetysti asteikkotyyppien ominaisuudet. (Kananen 2011, 60 – 62.)

TAULUKKO 1. Asteikkotyyppien ominaisuudet (Kananen 2011, 62)

Asteikkotyyppi	Esimerkkejä	Tilastolliset operaatiot	Ominaisuus Vertailu
Nominaali-asteikko	- Sukupuoli: mies, nainen - Ammattiryhmä: opiskelija, toimihenkilö, jne. - Käyttää: ei, kyllä	Prosenttiluvut Moodi Ristiintaulukointi	Ominaisuus: Samanlainen, Eri- lainen
Ordinaali-asteikko	Brändien suosituimmuusjärjestys tai mikä tahansa muu järjestys	Mediaani	Järjestys
Intervalli-asteikko	Lämpötila	Keskiarvo Keskihajonta	Välimatkojen pituus
Suhdeluku-asteikko	Myyntimäärät, pituus, paino	Keskiarvo	Määrä

Opinnäytetyön kyselyssä käytän mittaamisessa nomiaali- ja ordinaali-asteikkoja sekä avoimia kysymyksiä. Kysymyksissä pyrin suosimaan monivalintoja avoimien vastausten sijaan. Tämä siksi, että monivalintakysymyksiin saa helpommin vastauksia kuin avoimiin kysymyksiin, jotka yleensä jätetään monesti tyhjiksi. Avoimia kysymyksiä käytän vastaajien ideoiden ja ajatusten saamiseen kehittämistä ajatellen.

#### 4.4 Lomakkeen suunnittelu

Kyselyssä oli yhteensä 25 kysymystä, jotka jakaantuivat kolmeen eri osuuteen, joista ensimmäisessä osuudessa kysymyksiä oli kymmenen ja niiden avulla kerättiin perustieto vastaajasta (ikä, toimipaikka, ammatillinen koulutus, jne.). Lisäksi tässä osuudessa kartoitettiin vastaajien tietoteknisiä taitoja. Tämän osuuden tietoja käytettiin ristiintaulukoinnissa, eli onko eri toimipisteiden välillä eroja esimerkiksi käyttötarkoituksessa tai vaikuttaako asema organisaatiossa käytön laajuuteen.

Toisessa osuudessa kysymyksiä oli yhdeksän ja kysymykset keskittyvät sisäiseen viestintään (Mitä tietoja intranetistä haetaan?, Mitkä sisällöt koetaan hyödylliseksi?, Saadaanko intranetin kautta hyvin tietoa?, jne.). Tässä osuudessa pyrin selvittämään intranetin tärkeyttä sisäisen viestinnän välineenä ja minkälaista tietoa sieltä yleisimmin haetaan ja mitä tietoa sieltä haluttaisiin löytää? Tämän osuuden kysymyksien suunnittelussa huomioin myös edellisen vuonna 2011 toteutetun Intranet-kyselyn, jolloin voin verrata tuloksia siihen, onko muutosta tapahtunut esimerkiksi käyttötiheyden osalta.

Kolmannen osuuden kysymykset käsittelevät sosiaalisia työkaluja ja yhteisöllisyyttä (Miten uudet ominaisuudet intranetissä koetaan ja käytetäänkö niitä?). Tässä osuudessa oli kuusi kysymystä, joiden avulla kerättiin tietoa siitä, käytetäänkö sosiaalisia työkaluja kohdeorganisaation intranetissä ja onko niille ylipäätään tarvetta? Tämän osion kysymykset on suunniteltu vastaamaan tämänhetkiseen tilanteeseen sosiaalisen median ominaisuuksista. Kysymysten perusteella tuloksista pyrittiin saamaan yleiskuva siitä, miten intranetissä jo olemassa olevia sosiaalisen median ominaisuuksia käytetään ja koetaanko niistä olevan hyötyä esimerkiksi vuorovaikutuksen lisääjänä. Lisäksi halusin saada työntekijöiden näkökulmaa siihen, miten näiden työkalujen käyttöä voitaisiin edistää organisaatiossa.

#### 4.5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin internet-pohjaisena kyselynä jossa populaationa, eli kohderymänä on koko organisaation henkilöstö. Kyseessä on kokonaistutkimus, jossa kaikki perusjoukon tilastoyksiköt mitataan. (Kananen 2011, 65.) Kyselytutkimukselle tyypillisiä piirteitä ovat, että havaintoyksiköt ovat ihmisiä ja että tieto kerätään strukturoituja kysymyksiä (valmiit vastausvaihtoehdot) käyttäen haastatteleamalla, havainnoimalla tai antamalla vastaajien täyttää kyselylomake (Taanila 2012, 7). Kysely toteutettiin Webpropol-ohjelmalla ja kysely lähetettiin henkilökohtaisena sähköpostilinkkinä organisaation jokaiselle työntekijälle. Sähköpostilistaus otettiin organisaation henkilöstötietojärjestelmästä 15.11.2013 tilanteen mukaan, listaus käsitti 741 henkilöä. Webpropol-kysely oli hyvä tapa toteuttaa kysely, koska kohdeorganisaation henkilöstö on tottunut vastaamaan Webpropol-kyselyihin. Kysely toteutettiin ajalla 12.12.2013 – 15.1.2014. Kyselystä lähetettiin kolme muistutusviestiä ja vastausaika jatkettiin alkuperäisestä 31.12.2013 tammikuun 15. päivään 2014. Vastauksia jatkettuun määräaikaan mennessä saatiin 165 kappaletta, vastausprosentin näin ollessa 22.7 %.

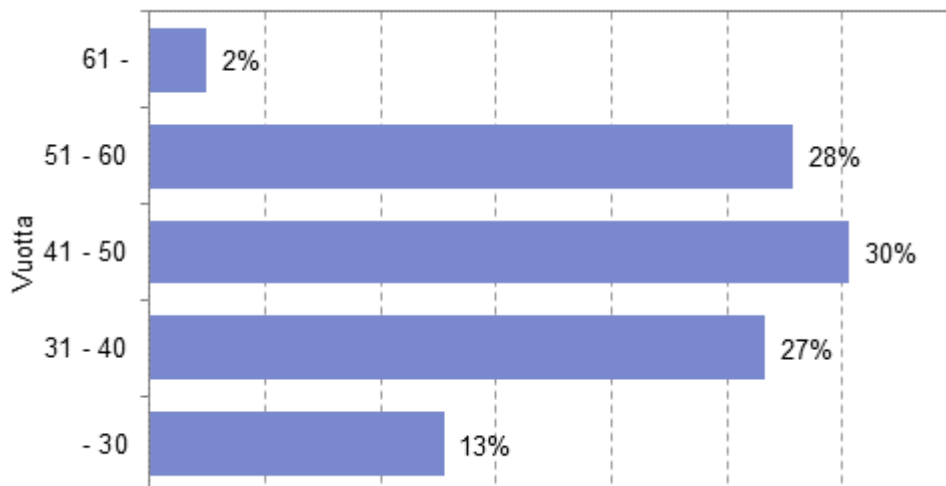
Tutkimuksen analysoinnin toteutin Excel- ja Webpropol-ohjelmilla. Perusraportoinnin lisäksi halusin tarkastella tutkimuksessa myös eri perusmuuttujiin (ikäluokka, asema, toimipaikka) peilaten intranetin käyttöä, miten intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä ja sosiaalisen median ominaisuuksiin suhtautumista. Eli onko esimerkiksi asemalla vaikutusta siihen, miten hyödylliseksi sosiaalisen median ominaisuudet intranetissä koetaan tai onko iällä merkitystä sosiaalisen median ominaisuuksien käyttämisessä.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA AINEISTON ANALYYSI

Tässä osuudessa puran tutkimuksen tuloksia kyselyn rakenteen mukaisesti, eli ensin perehdyn perustietojen purkamiseen ja analysointiin, jonka jälkeen tarkastelen sisäisen viestinnän osuutta. Lopuksi esittelen sosiaalisen median työkalujen osuuden tuloksia ja analysointia.

### 5.1 Vastaajien perustiedot

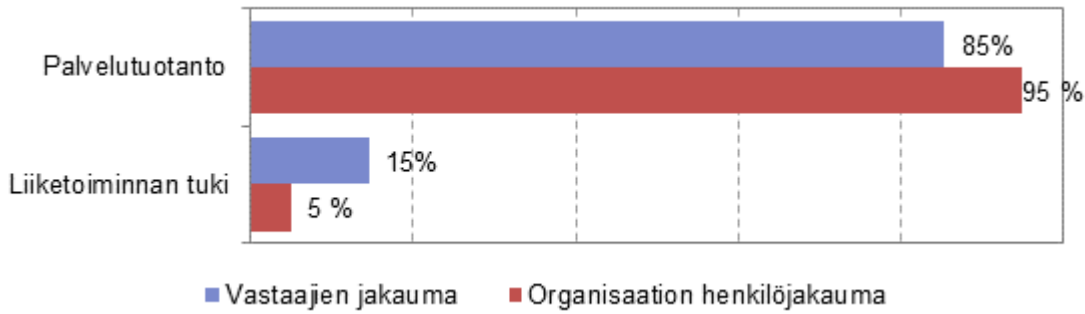
Vastaajista suurin osa, 86,1 % oli naisia ja 13,9 % miehiä. Kuvioista 8 käy ilmi, että vastaajista noin kolmannes (30 %) sijoittui ikäluokkaan 41 – 50 vuotta. Muut suurimmat vastaajaikäluokat olivat 51 – 60 vuotta (28 %) sekä 31 – 40 vuotta (27 %).



KUVIO 8. Vastaajien ikäjakauma (n=165).

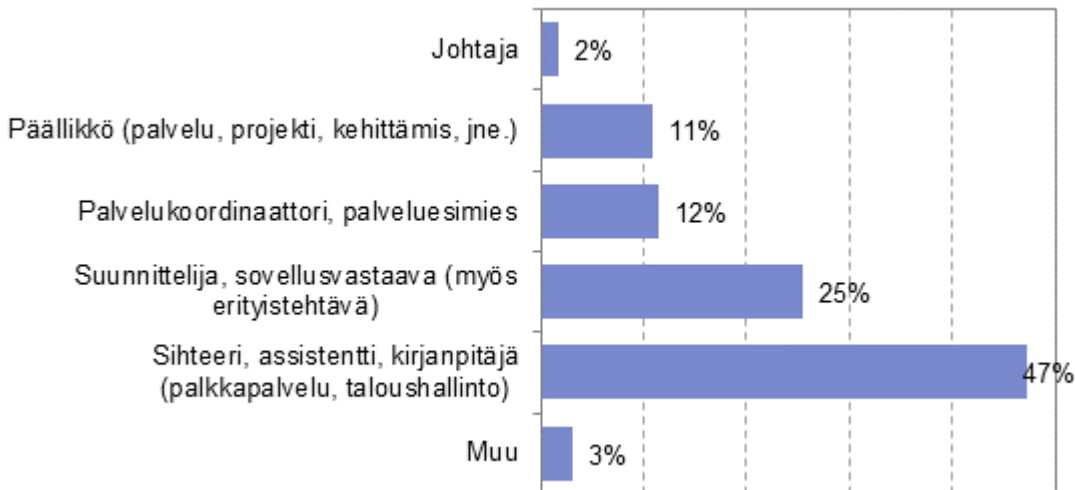
Kyselyn aloitusajankohdassa organisaatiossa oli kaksi tulosaluetta. Tämä tilanne muuttui 1.1.2014, jolloin organisaatioon perustettiin uusi tulosalue, eli tulosalueiden määrä nousi kolmeen. Tässä kyselyssä käytettiin kyselyn aloitusajankohdan tilannetta, eli vastausvaihtoehtona oli valinta kahdesta tulosalueesta.

Kuviosta 9 voidaan nähdä, että vastaajien aktiivisuus liiketoiminnan tulosalueella oli suurempi organisaation henkilöstön todelliseen jakaumaan tulosalueittain verrattuna. Vastaajista liiketoiminnan tulosalueelle sijoittui 15 %, kun todellinen henkiläjakauma tällä tulosalueella on 5 %.



KUVIO 9. Vastaaajien jakaantuminen tulosalueittain (n=165) verrattuna kyselyn ajankohdan todelliseen jakaumaan.

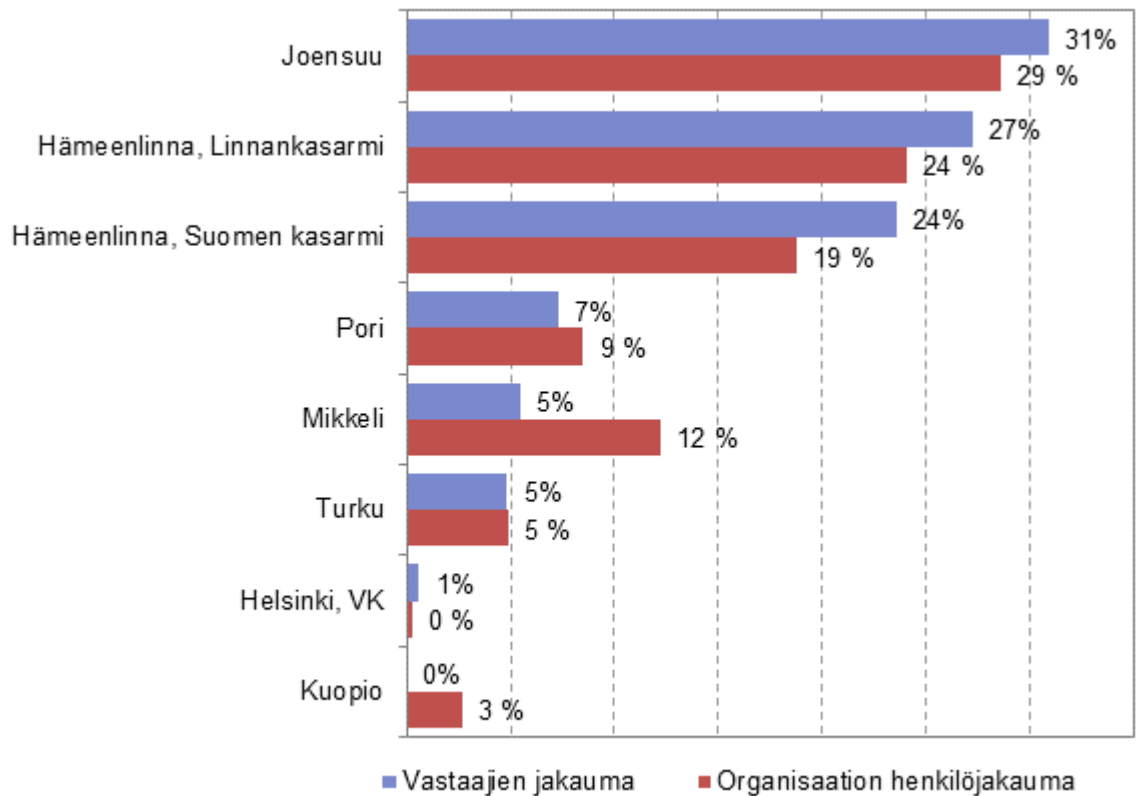
Kuvio 10 osoittaa, että vastaajista vähän alle puolet (47,3 %) sijoittui asemaltaan sihteerin, assistentin, kirjuriin -kategoriaan, seuraavaksi suurin vastaajajoukko (25,5 %) sijoittui suunnittelija, sovellusvastaava -tasolle.



KUVIO 10. Vastaaajien asema organisaatiossa (n=165).

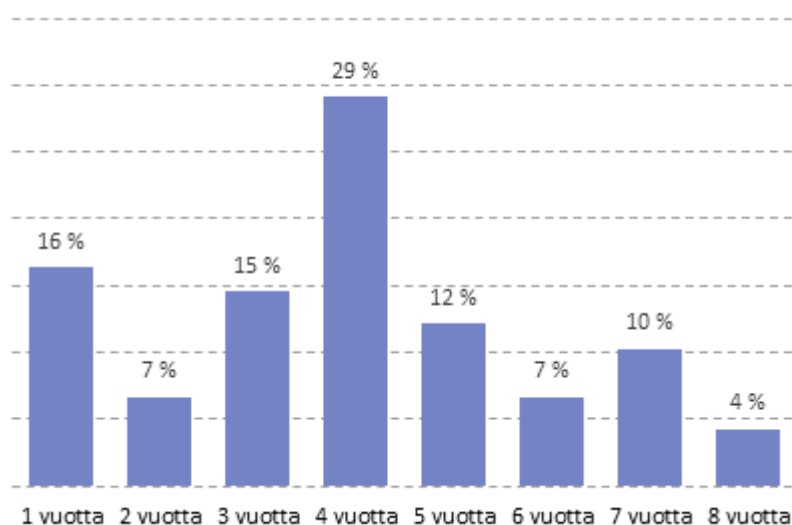
Vastaajamäärät toimipaikoittain jakaantuivat prosentuaalisesti tasaisesti suhteessa prosentuaaliseen henkilöjakaumaan toimipaikoittain. Kuviossa 11 käy ilmi, että eniten vastauksia saatiin Joensuun toimipaikasta sekä Hämeenlinnan toimipaikoista. Nämä toimipaikat ovat myös todellisen henkilöjakauman mukaan suurimmat toimipaikkakunnat. Joensuun sekä Hämeenlinnan toimipaikoissa vastausten prosentuaalinen määrä ylittää todellisen prosentuaalisen henkilöjakauman. Mikkelistä saatiin vähiten vastauksia (5 %) verrattuna todelliseen prosentuaaliseen osuuteen (12 %).





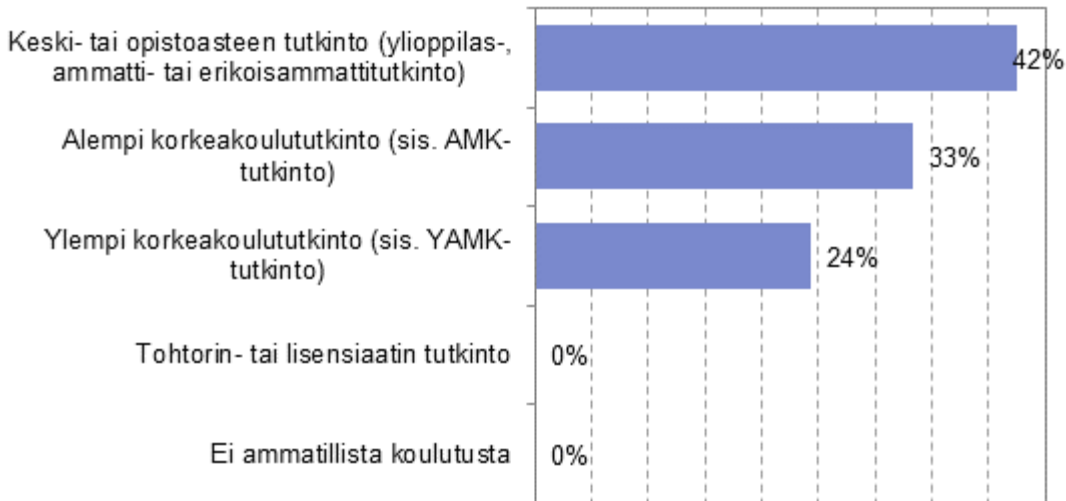
KUVIO 11. Vastaaajien jakaantuminen toimipaikoittain (n=165) verrattuna organisaation todelliseen henkilöjakaumaan toimipaikoittain.

Vastaaajista 84,2 % oli vakituksessa virkasuhteessa ja 15,8 % työskenteli määräaikaisena. Kuvioista 12 näkyy, kuinka vastaajien työskentelyaika jakaantuu yhden ja 8 vuoden välille. Mielenkiintoista huomata, että vastaajissa ei ollut pidempään organisaatiossa työskennelleitä henkilöitä. Työskentelyajassa on huomioitava se, että vastaajat laskevat työskentelyaikaan myös ajan edellisen organisaation palveluksesta, joka sitten vuonna 2010 yhdistyi yhdeksi organisaatioksi.



KUVIO 12. Vastaaajien jakauma työskentelyajan mukaan (n=165).

Vastaajien koulutustaso jakaantui keski- tai opistoasteen tutkinnon, alemman- ja ylemmän korkeakoulututkinnon kesken kuvion 13 mukaisesti. Vastaajien joukossa ei ollut tohtorin tai lisensiaatin tutkinnon suorittaneita, eikä vailla ammatillista koulutusta olevia henkilöitä.



KUVIO 13. Vastaajien koulutustaso (n=165).

Vastaajien tietoteknisiä taitoja pyrittiin kartoittamaan kysymällä yleisimpien ohjelmien käyttöaktiivisuutta töissä ja vapaa-ajalla. Vastaajat käyttävät työssään paljon tietoteknisiä ohjelmia päivittäin ja viikoittain, varsinkin sähköposti ja tekstinkäsittely- sekä taulukkolaskentaohjelmia käytetään viikkotasolla melkein 100 %:esti (taulukko 2). Huomattavaa on myös se, että Lync-ohjelmaa käytetään viikkotasolla 80 %:esti. Lync-ohjelman käyttämisessä on myös sosiaalisen median ominaisuuksiin rinnastettavaa käyttöä, koska ohjelma pitää sisällään myös pikaviestimisen mahdollisuuden kokousten pitämisen rinnalla. Työkäytössä muina käytettävänä ohjelmina oli mainittu mm. matkahallintaohjelma M2 sekä tuntikirjausohjelma SoleTM, joita käytetään viikkotasolla myöskin paljon.

Vapaa-ajalla käyttö keskittyy enimmäkseen sähköpostin, Facebookin ja verkkopankin käyttöön (taulukko 3). Vapaa-ajalla muina käytettävänä ohjelmina oli mainittu mm. WhatsApp, Floorplanner, Wilma-ohjelma, LinkedIn ja Pinterest.

Tästä voidaan päätellä, että vastaajien tietotekninen osaaminen on suhteellisen hyvällä tasolla. Töissä ohjelmia käytetään paljon, tosin käyttö keskittyy hyvin työpainotteisesti siihen ohjelmaan, jota työssään tarvitsee. Vapaa-ajalla käytetään sosiaalisen median ohjelmista lähinnä Facebookia aika yleisesti.

TAULUKKO 2. Tietoteknisten ohjelmien käyttäminen töissä (n=165).

Ohjelmien työkäyttö	Päivittäin	Viikoittain	Kerran-pari kk	Harvemmin	En ollenkaan	Yhteensä
Sähköposti	99%	0%	1%	0%	1%	100 %
Tekstinkäsittelyohjelmia, esim. Word	64%	27%	7%	2%	1%	100 %
Taulukkolaskentaohjelmia, esim. Excel	62%	28%	7%	1%	1%	100 %
Kieku, Personec, Prima, Raindance, AdeEko, Rondo tms. (ammattikäyttö)	62%	5%	3%	5%	25%	100 %
Lync	51%	29%	8%	6%	6%	100 %
Kieku (peruskäyttö)	38%	33%	12%	4%	14%	100 %
Rondo (peruskäyttö)	38%	25%	13%	8%	17%	100 %
Esitysgraafikkaohjelmia, esim. PowerPoint	15%	22%	16%	31%	16%	100 %
Kuvankäsittelyohjelmia	0%	7%	11%	29%	53%	100 %
Videonkäsittelyohjelmia	0%	1%	2%	19%	78%	100 %
Muu	45%	18%	23%	0%	14%	100 %

TAULUKKO 3. Tietoteknisten ohjelmien käyttäminen vapaa-ajalla (n=165).

Ohjelmien vapaa-ajan käyttö	Päivittäin	Viikoittain	Kerran-pari kk	Harvemmin	En ollenkaan	Yhteensä
Sähköposti	63%	30%	4%	2%	2%	100%
Facebook	40%	21%	4%	3%	32%	100%
Tekstinkäsittelyohjelmia, esim. Word	7%	32%	33%	25%	4%	100%
Taulukkolaskentaohjelmia, esim. Excel	7%	24%	36%	27%	6%	100%
Verkkopankki	5%	75%	18%	2%	1%	100%
Skype	3%	7%	13%	20%	57%	100%
Twitter	3%	1%	5%	5%	85%	100%
Esitysgraafikkaohjelmia, esim. PowerPoint	1%	9%	18%	46%	26%	100%
Kuvankäsittelyohjelmia	1%	13%	23%	35%	28%	100%
Videonkäsittelyohjelmia	0%	2%	7%	28%	62%	100%
Instagram	0%	2%	2%	5%	91%	100%
Verkkokauppa	0%	10%	41%	37%	12%	100%
Muu	12%	24%	12%	12%	41%	100%

## 5.2 Intranet sisäisen viestinnän välineenä

Tässä osuudessa esittelen kyselyn tuloksia sisäisen viestinnän kannalta. Selvitän vastausten avulla intranetin tärkeyttä sisäisen viestinnän välineenä, minkälaista tietoa intranetistä yleisimmin haetaan ja mitä tietoa sieltä haluttaisiin löytää?

Vastaajista päivittäin intranetiä käyttää 68 % ja viikoittain 27 % (taulukko 4). Intranetin käyttöiheys on pysynyt samalla tasolla, kuin vanhan intranetin. Vähintään viikoittain intraa käyttävien osuus on 95 %, joka aiemmassa, vuonna 2011 tehdyssä tutkimuksessa oli 94 % (Palkeet intranetkyselyn raportti, 2012). Tämä osoittaa, että intranetillä on vakiintunut rooli organisaation tiedonvälityksessä. Ihannelilanne olisi, että intranetiä

päivittäin käytävien prosentuaalinen osuus olisi lähellä 100 %. Intranet avautuu jokaisella ensimmäisenä, kun internet selainikkunan avaa ja tavoitteena olisi, että jokainen lukisi ainakin ajankohtaiset asiat etusivulta.

TAULUKKO 4. Intranetin käyttötiheys (n=165).

<b>Kuinka usein käytät intranetiä?</b>	
Päivittäin	68%
Viikoittain	27%
Kerran pari kuukaudessa	4%
Harvemmin	1%
En ollenkaan	1%
	100%

Tutkimuksessa halusin myös selvittää, onko intranetin käyttämisessä eroja toimipaikoittain. Taulukosta 5 voidaan päätellä, että käyttötiheys toimipaikoittain jaoteltuna on samansuuntainen kuin kokonaiskäyttötiheys, eikä toimipaikkakohtaisessa käyttötiheydessä ole eroavaisuuksia. Tässä kohdassa jätin Helsingin toimipaikan yhden vastauksen pois, vastauksen tunnistettavuuden poissulkemiseksi.

TAULUKKO 5. Intranetin käyttötiheys toimipaikoittain (n=164).

<b>Toimipaikka:</b>	<b>Kuinka usein käytät intranetiä, vertailu toimipaikoittain</b>					<b>Yhteensä</b>	<b>n</b>
	<b>Päivittäin</b>	<b>Viikoittain</b>	<b>Kerran- pari kk:ssa</b>	<b>Harvemmin</b>	<b>En ollenkaan</b>		
Mikkeli	78 %	22 %	0 %	0 %	0 %	100 %	12
Joensuu	73 %	27 %	0 %	0 %	0 %	100 %	45
Hämeenlinna, Linnankasarmi	67 %	29 %	2 %	0 %	2 %	100 %	39
Hämeenlinna, Suomenkasarmi	64 %	21 %	10 %	3 %	3 %	100 %	51
Pori	58 %	42 %	0 %	0 %	0 %	100 %	9
Turku	63 %	25 %	13 %	0 %	0 %	100 %	8

Intranetin käyttämisessä voidaan huomata eroavaisuutta tulosalueittain. Liiketoiminnan tuen tulosalueella käyttötiheys on jonkin verran suurempi kuin palvelutuotannon tulosalueella. Liiketoiminnan tuen tulosalueella päivittäinen käyttö on 92 %, kun taas palvelutuotannon tulosalueella se on 64 % (taulukko 6). Tämä on mielestäni tulosalueiden luonteen huomioon ottaen ennakoitu tulos. Palvelutuotannon tulosalueella työn luonne on enemmän suorittavaa työtä asiakkaisiin päin, kun taas liiketoiminnan tuen tulosalueella työn luonne on sisäiseen palveluun ja johtamiseen keskittyvää.

TAULUKKO 6. Intranetin käyttöihteys tulosalueittain (n=165).

Kuinka usein käytät intranetiä, jakauma tulosalueittain							
Tulosalue	Päivittäin	Viikkottain	Kerran-pari		En ollenkaan	Yhteensä	n
			kk:ssa	Harvemmin			
Liiketoiminnan tuki	92 %	8 %	0 %	0 %	0 %	100 %	24
Palvelutuotanto	64 %	30 %	4 %	1 %	1 %	100 %	141

Verrattaessa käyttöihteyttä virka-asemaan, voidaan taulukosta 7 todeta, että johtaja ja päällikkötasolla intranetiä käytetään päivittäin kun taas sihteeri, assistentti ja kirjanpitäjä virka-asemassa olevat käyttävät intranetiä harvemmin, kuitenkin melkein 90 %:esti vähintään viikoittain. Tämän näkisin johtuvan suurimmaksi osaksi työn luonteesta, mitä korkeammalle virkatasolle mennään, sitä enemmän tarvitsee hyödyntää työssään intranetin tarjoamia sisältöjä. Poistin vertailusta kohdan muu asema, koska siinä vastauksia oli yksi kappale ja tämän vastauksen esittämisellä ei tässä kohdassa ole merkitystä.

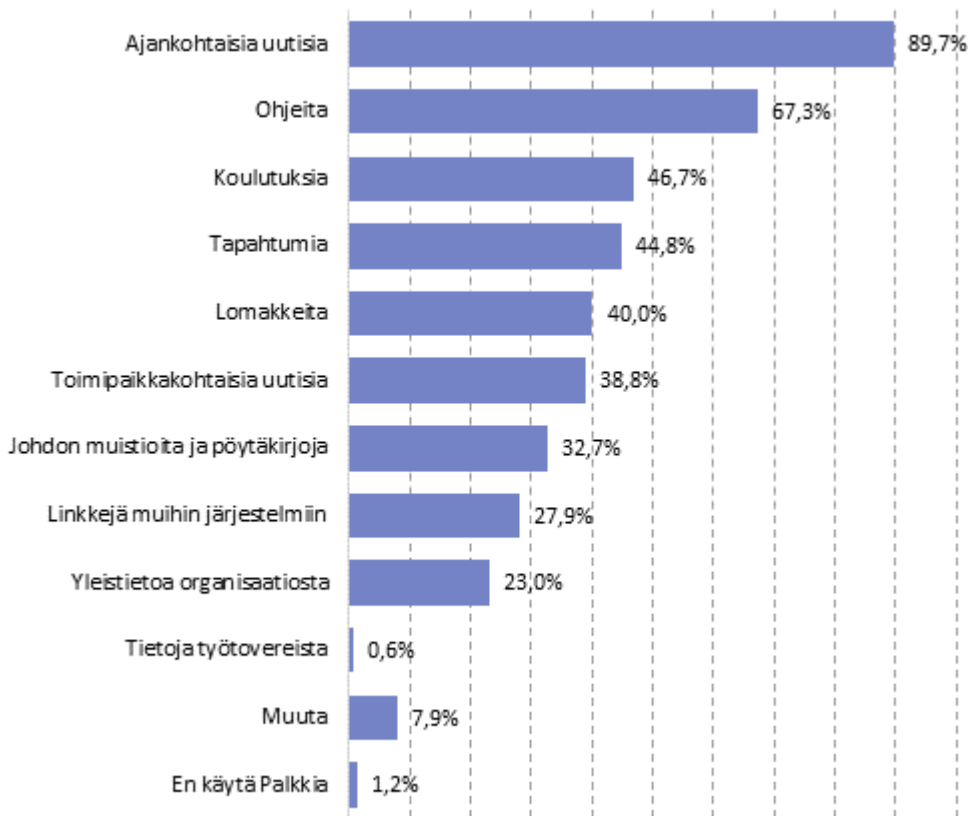
TAULUKKO 7. Intranetin käyttöihteys virka-aseman mukaan (n=164).

Käyttöihteys virka-aseman mukaan							
Asema	Päivittäin	Viikoittain	Kerran-pari		En ollenkaan	Yhteensä	n
			kk:ssa	Harvemmin			
Johtaja, päällikkö	100 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %	21
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	84 %	16 %	0 %	0 %	0 %	100 %	19
Suunnittelija, sovellusvastaava	71 %	29 %	0 %	0 %	0 %	100 %	45
Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä	54 %	34 %	8 %	1 %	3 %	100 %	79

Kuviosta 14 näkyy, että intranetistä haetaan eniten tietoa ajankohtaisista uutisista (89,7 %). Lisäksi tietoa haetaan koulutuksista, tapahtumista sekä ohjeita ja lomakkeita. Kyselystä käy ilmi, että tietoja työtovereista ei juurikaan haeta intranetistä, mikä osoittaa, että sosiaalisen median työkaluista omat sivut eivät ole vielä vastaajien tietoisuudessa tai niitä ei koeta tarvittavan. Muuta, mitä? kohdassa haetuiksi tiedoiksi nousivat myös avoimet työpaikat ja nimitykset ja toimipaikkojen yhteystiedot. Intranetin käyttötarkoitus ei ole muuttunut aiempaan vuonna 2011 tehtyyn käyttäjäkyselyyn verrattuna, jossa myös ajankohtaiset tiedotteet, ohjeet ja lomakkeet olivat haetuimpia asioita (Palkeet intranetkyselyn raportti, 2012).

Hieman yllättävää oli huomata, kuinka vähän intranetistä haetaan johdon muistioita ja pöytäkirjoja sekä yleistietoa organisaatiosta. Osaltaan uskon tähän alhaiseen käyttöön vaikuttavan sen, että yleensä johtoryhmässä käsitellyt asioita käydään läpi myös ryhmäpalaverissa, jolloin tarvetta pöytäkirjojen hakemiselle ei enää niin paljon nouse

esille. Organisaation yleistiedon osuutta intranetissä voisi mielestäni kehittää ja lisätä, sekä tuoda näitä asioita paremmin käyttäjien tietoisuuteen.



KUVIO 14. Mitä tietoja intranetistä haetaan (n=165).

Vastaajia pyydettiin arviomaan väittämien avulla intranetin sisällön tämänhetkistä tilannetta sekä sitä, kuinka tarpeellisenä he näkivät kyseisen väittämän toteutumisen. Keskihajonta osoittaa, että havaintoarvot eivät poikkea kovinkaan paljon toisistaan, kaikissa osa-alueissa keskihajonta jää alle yhden. Intranetin tämän hetkisen sisällön koettiin olevan hyvin ajan tasalla, hyödyllistä sekä ymmärrettävää. Näissä keskiarvo oli lähellä neljää tai neljä asteikolla 1 – 5 (taulukko 8). Sisällön virheettömyyteen tulisi kiinnittää huomiota, vaikka siinäkin keskiarvo oli 3,59. Virheettömyys nimittäin koettiin erittäin tarpeelliseksi sisällön tarpeellisuuden arvioinnissa (taulukko 9).

Oma mielipiteeni on, että tähän vaikuttaa se, että intranetistä ei välttämättä aina muisteta poistaa vanhoja versioita lisättäessä uutta. Sisällön löydettävyyden ja vuorovaikutteisuuden koettiin olevan hieman alhaisemmalla tasolla, joissa keskiarvo jäi noin kolmeen asteikolla 1-5 (taulukko 8). Löydettävyyden alhainen arviointi yllätti hieman itseäni, koska uudessa intranetissä hakumahdollisuudet ovat edelliseen intranettiin verrattuna huomattavasti parantuneet. Arvioon vaikuttanee se, että intranet on vielä uusi, eikä sen logiikkaan ole vielä totuttu. Lisäksi arvioon vaikuttanee se, että hakutoiminnallisuutta ei vielä osata tarpeeksi hyödyntää.

TAULUKKO 8. Intranetin tämänhetkisen sisällön arviointi (n=165).

Sisällön arviointi	Täysin eri mieltä	Osittain eri mieltä	En eri enkä samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	Keski-arvo	Keski-hajonta
Sisältö on hyödyllistä	1%	6%	10%	56%	27%	4,01	0,85
Sisältö on ymmärrettävää	0%	14%	8%	58%	19%	3,83	0,90
Sisältö on ajan tasalla	0%	12%	13%	58%	18%	3,81	0,87
Sisältö on virheetöntä	0%	12%	27%	52%	10%	3,59	0,83
Sisältö on vuorovaikutteista	5%	20%	51%	21%	2%	2,95	0,85
Sisältö on löydettävää	10%	35%	19%	32%	5%	2,88	0,83

Kysyttäessä edellä mainittujen sisältöön liittyvien asioiden tarpeellisuutta osoittaa kysely, että vastaajat kokevat nämä asiat todella tarpeelliseksi, lukuun ottamatta vuorovaikutteisuutta (taulukko 9). Keskihajonta osoittaa, että havaintoarvot eivät poikkea kovinkaan paljon toisistaan, muissa osa-alueissa keskihajonta jää alle yhden, paitsi sisällön ajantasaisuudessa keskihajonta on hieman yli yksi. Muissa osa-alueissa, lukuun ottamatta vuorovaikutteisuutta, tarpeellisuuden keskiarvo oli yli 4,5 luokka-asteikolla 1 - 5, mikä on mielestäni hyvin korkea. Tähän pitäisi intranetin sisällöntuotannossa pystyä vastaamaan, että sisältö on ajantasaista, virheetöntä, hyödyllistä, ymmärrettävää ja löydettävää. Vuorovaikutteisuudelle ei todennäköisesti nähdä vielä tarvetta, koska asia on vielä uusi. Lisäksi jäljempänä tutkimuksessa käy ilmi, että vuorovaikutteisuuden ominaisuuksia ei ole totuttu vielä käyttämään.

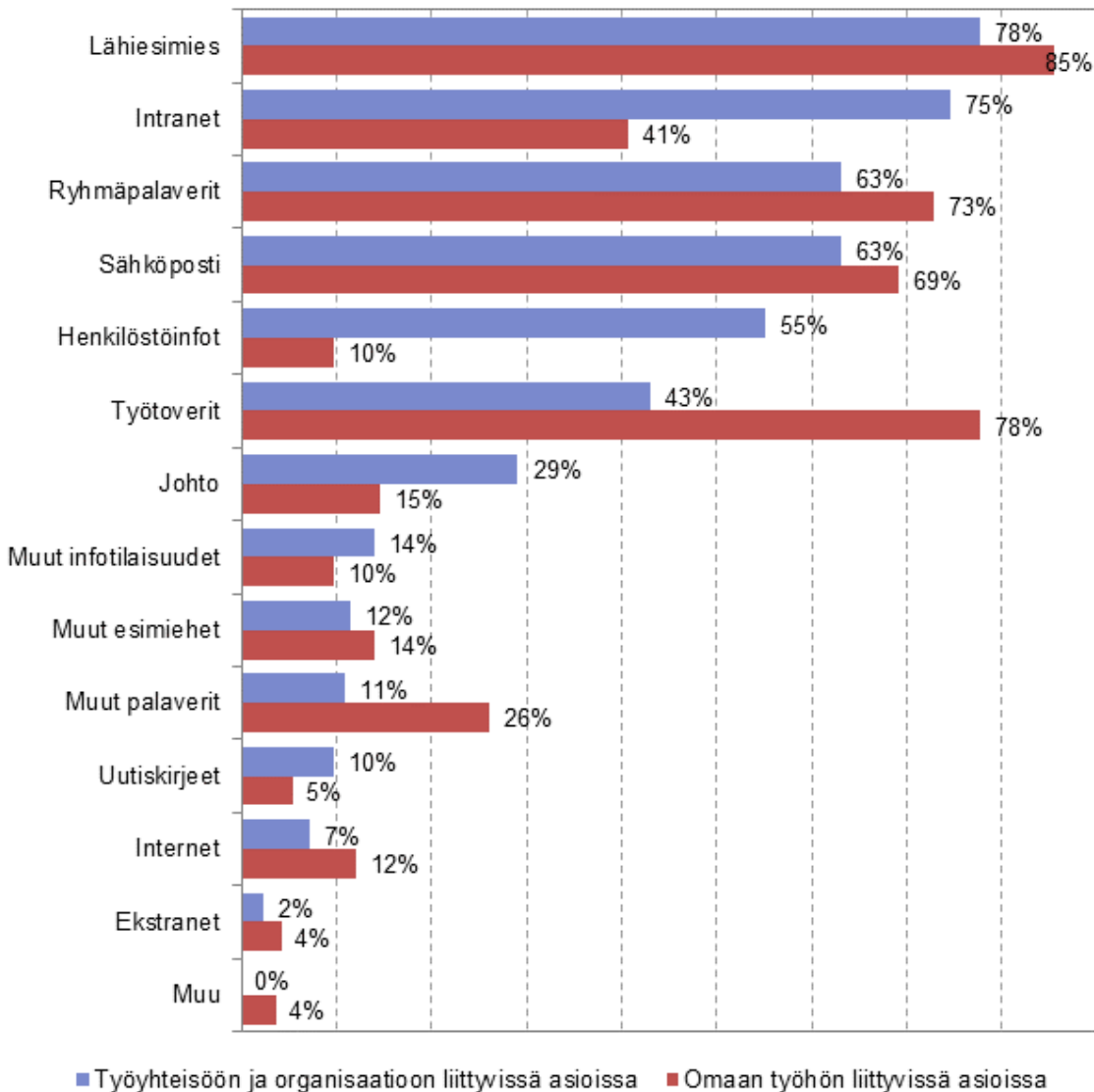
TAULUKKO 9. Intranetin sisällön tarpeellisuuden arviointi (n=165).

Asian tarpeellisuus	Täysin tarpeeton	Melko tarpeeton	Ei tarpeellinen eikä tarpeellinen	Melko tarpeellinen	Erittäin tarpeellinen	Keski-arvo	Keski-hajonta
Sisältö on ajan tasalla	1%	1%	4%	25%	68%	4,61	1,11
Sisältö on virheetöntä	0%	2%	7%	19%	72%	4,60	0,90
Sisältö on hyödyllistä	0%	2%	5%	35%	58%	4,58	0,70
Sisältö on ymmärrettävää	0%	3%	5%	28%	63%	4,52	0,69
Sisältö on löydettävää	1%	2%	7%	19%	72%	4,48	0,85
Sisältö on vuorovaikutteista	2%	10%	43%	35%	10%	3,42	0,87

### 5.2.1 Intranet tiedonlähteenä

Kuvio 15 osoittaa, että tiedonlähteenä intranetillä on selkeästi suurempi merkitys työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa kuin omaan työhön liittyvissä asioissa. Lähiesimies ja intranet ovat työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa tärkeimmät tiedonlähteet. Omaan työhön liittyvissä asioissa lähiesimies, työtoverit ja ryhmä-

palaverit ovat tärkeimpiä tiedonlähteitä. Vastauksissa yllättävää oli sähköpostin merkitys tiedonlähteenä, joka oli mielestäni yllättävän vähäinen verrattuna intranetiin. Tämä on mielestäni hyvä suuntaus, että tietoa haetaan enemmän intranetistä kuin sitä välitettäisiin sähköpostin välityksellä.



KUVIO 15. Eri tiedonlähteiden tärkeys haettaessa tietoa työyhteisöön ja organisaatioon sekä omaan työhön liittyvissä asioissa (n=165).

Intranetin kautta koetaan saatavan hyvin tietoa ajankohtaisista asioista, keskiarvona 3,76 asteikolla 1 - 5. Koulutuksista saadaan myös ihan hyvin tietoa, keskiarvo 3,47. Kokonaisuutena vastaajat arvoivat intranetistä saavansa tietoa hyvin, tässä keskiarvo oli 3,36. Tämä osoittaa mielestäni sen, että intranetin käyttötarkoitus ja sieltä saatava tieto kohtaavat suhteellisen hyvin. Tietoa koko organisaation tulostavoitteista ja toimitasuunnitelmista koettiin saavan hyvin, keskiarvo 3,39 (taulukko 10). Toisaalta tässä kohdassa myös en ole hakenut tietoa aiheeseen liittyen vastaajien osuus oli suuri.



Tietoa organisaation taloudellisesta tilanteesta koettiin myös saatavan intranetin kautta hyvin. Kuvio 14 sekä taulukon 10 kohdan en ole hakenut tietoa aiheeseen liittyen vastausten suuri osuus osoittaa, että tieto organisaation taloudellisesta tilanteesta ei ole haetuimpien tietojen joukossa.

TAULUKKO 10. Miten intranetin kautta koetaan saavan tietoa (n=165).

	Huonosti	Välttävästi	Tyydyttävästi	Hyvin	Erinomaisesti	En ole hakenut josta tietoa poistettu aiheeseen ei tietoa liittyen hakeneet	Keskiarvo,
Organisaation ajankohtaisista tapahtumista	0%	5%	22%	55%	11%	6%	3,76
Koulutuksesta ja ammatillisen osaamisen kehittämisestä	1%	10%	28%	46%	4%	10%	3,47
Omaa toimipaikkaa koskevista ajankohtaisista asioista	3%	6%	35%	41%	3%	12%	3,40
Koko organisaation tulostavoitteista ja toimintasuunnitelmista	0%	6%	31%	25%	3%	35%	3,39
Henkilöstö- ja sosiaalieduista	4%	12%	30%	42%	5%	7%	3,37
Saan kokonaisuutena Palkista tietoa	3%	8%	38%	44%	2%	5%	3,36
Organisaatiossa tapahtuvista muutoksista	5%	13%	44%	30%	1%	7%	3,11
Organisaation taloudellisesta tilanteesta	4%	11%	25%	12%	2%	46%	2,92
Toimintatapojen muutoksista	9%	17%	36%	16%	0%	22%	2,76
Päivittäisiin työtehtäviin liittyvistä asioista	12%	18%	33%	18%	1%	19%	2,73

Halusin myös tarkastella sitä, onko virka-aseman mukaan eroavaisuuksia siinä, kuinka tietoa koetaan saatavan kokonaisuutena. Poistin vertailusta kohdan muu asema, koska siinä vastauksia oli yksi kappale ja tämän vastauksen esittämisellä ei tässä kohdassa ole merkitystä. Taulukosta 11 voidaan päätellä, että sihteerit, assistentit ja kirjanpitäjät -tasolla, niiden osuus, jotka kokevat saavan hyvin tietoa, on alhaisempi, kuin ylemmillä virka-asemilla. Keski-arvo sihteerit, assistentit ja kirjanpitäjät -tasolla on alle 3, kun taas johtajat, päälliköt, palvelukoordinaattorit ja palveluesimiehet -tasolla se on yli 3,5. Verrattaessa virka-aseman mukaan jaoteltuna tiedon saatavuutta kokonaisuutena ja intranetin käyttötiheyttä (taulukko 7) voidaan päätellä, että käyttötiheydellä, sekä sillä, miten tietoa koetaan kokonaisuutena saatavan, on yhteneväisyys virka-asemaan.

Tähän kannattaa kiinnittää huomiota sisällöntuotannossa ja pyrkiä tuottamaan intranettiin enemmän myös sihteerit, assistentit ja kirjanpitäjät kohderyhmälle hyödyllistä ja käyttökelpoista sisältöä. Lisäksi tälle käyttäjätasolle tulisi tuoda myös enemmän intranetiä tutummaksi esimerkiksi kouluttamalla ja kertomalla intranetin sisällöistä.

TAULUKKO 11. Miten intranetin kautta koetaan kokonaisuutena saavan tietoa, jakauma virka-aseman mukaan (n=164).

Asema	Saun kokonaisuutena intranetistä tietoa						Yhteen- sä	Keski- n arvo	
	Huo- nosti	Välttä- västi	Tyydyt- tävästi	Hyvin	Erinomai- sesti	En ole hakenut tietoa			
Johtaja, päällikkö	0 %	0 %	33 %	57 %	5 %	5 %	100 %	21	3,52
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	0 %	5 %	32 %	63 %	0 %	0 %	100 %	19	3,58
Suunnittelija, sovellusvastaava	7 %	9 %	27 %	53 %	2 %	2 %	100 %	45	3,29
Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä	3 %	10 %	48 %	30 %	1 %	8 %	100 %	79	2,95

Tässä kohdassa halusin selvittää onko aseman ja sen, miten intranetistä koetaan kokonaisuutena saatavan tietoa välillä riippuvuutta. Testaukseen käytin khiin neliö -testiä. Testauksessa käytin Taanilan menetelmäblogin (2012) aineistoa apuna sekä analysoinnissa. Ensin ryhmittelin yhdeksi ryhmäksi vaihtoehdot 1 – 3, eli kohdat huonosti, välttävasti ja tyydyttävasti ja toiseksi ryhmäksi vaihtoehdot 4 – 5, eli hyvin ja erinomaisesti. Tämän jälkeen laskin odotetut lukumäärät näille arvoille khiin neliö -testiä varten, jonka tuloksena alle viiden suuruisia oletettuja lukumääriä oli 0 % ja pienin odotettu lukumäärä oli 9,1. Tämä osoittaa sen, että khiin neliö -testin käyttöedellytykset ovat voimassa.

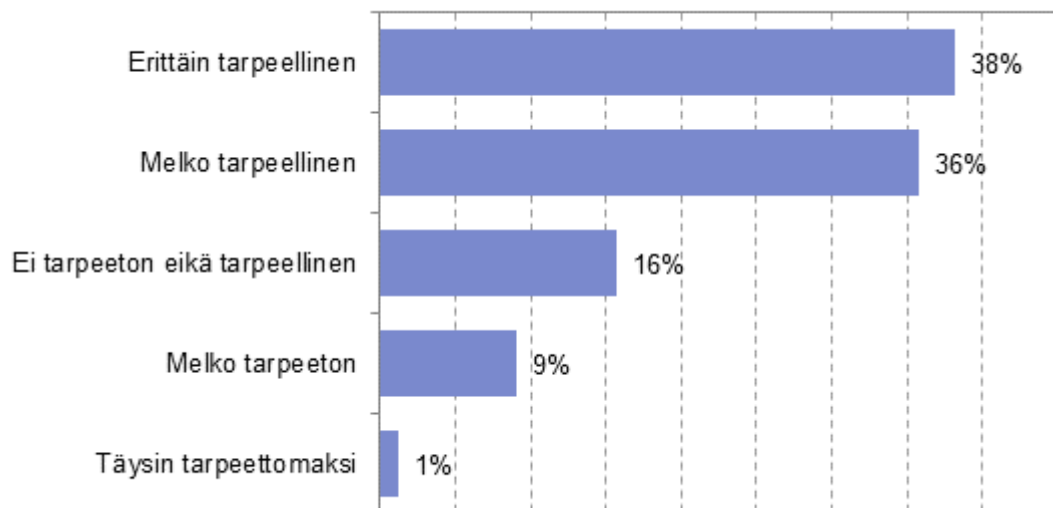
Mitä alhaisempi virka-asema on, sitä suuremmaksi tiedon saamiseen tyytymättömien osuus kasvaa. Sihteeri, assistentti ja kirjanpitäjätasolla tyytymättömien osuus on huomattavasti suurempi kuin tyytyväisten, kun vastaavasti muissa virka-asematasoissa tyytyväisten osuus oli tyytymättömien osuutta suurempi. Khiin neliö -testi antaa p-arvoksi 0,012. (Liite 1). Vakiintuneen tavan mukaan alle 0,05 (5 %) suuruisia p-arvoa pidetään riittävänä näyttönä perusjoukossa olevan riippuvuuden tai eron puolesta (Taanila, 2012). Testin antamasta p-arvosta 0,012 voidaan tulkita, että asemalla ja sillä, miten intranetistä koetaan kokonaisuutena saatavan tietoa, on riippuvuus. Eli virka-asemalla on merkitystä siihen, miten intranetistä koetaan saatavan tietoa.

Vapaavalintaisena avoimena kysymyksenä vastaajilta kysyttiin, mitä sisältöjä he toivoisivat intranetissä olevan, joita sieltä nyt puuttuu. Tähän kohtaan vastauksia tuli 28 kappaletta. Intranettiin toivottiin enemmän tietoa palveluryhmistä ja mitä asiakkaita mikäkin ryhmä palvelee, tietoa henkilöstön muutoksista valokuvien kera ja ajantasaisuutta tietoihin. Avoimissa vastauksissa esille nousi myös tietojen löydettävyyden parantaminen, varsinkin ohjetiedostojen nimeäminen ja tätä kautta niiden parempi hakulöydettä-

vyys. Vaikka uudessa intranetissä hakutoiminto onkin entiseen verrattuna huomattavasti parantunut, tulee vastauksista silti esille sen toimimattomuus ja asioiden hankala löydettävyys.

### 5.2.2 Intranetin tarpeellisuus sisäisen viestinnän välineenä

Tutkimus osoittaa kysyttäessä intranetin tarpeellisuutta sisäisen viestinnän välineenä, että intranet koetaan tarpeellisenä sisäisen viestinnän välineenä. Kuviosta 16 näkyy, että vastaajista 74 % on sitä mieltä, että intranet on erittäin tai melko tarpeellinen sisäisen viestinnän välineenä. Tärkeys sisäisen viestinnän välineenä ja se, että intranet koetaan tärkeäksi tiedonlähteeksi työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa (kuvio 15) osoittaa sen, että intranet on yksi tärkeimmistä tiedonlähteistä ja sen kehittämiseen ja ylläpitämiseen tulee organisaatiossa panostaa.



KUVIO 16. Intranetin tarpeellisuus sisäisen viestinnän välineenä (n=165).

Vertailtaessa toimipaikoittain intranetin tarpeellisuutta sisäisen viestinnän välineenä, nousee huomiona esille, että Joensuussa erittäin tarpeelliseksi intranetin sisäisen viestinnän välineenä kokee melkein 60 % vastaajista (taulukko 12). Tämä on muihin paikkakuntiin verrattaessa suuri prosentuaalinen osuus, jos verrataan esimerkiksi toiseksi eniten erittäin tarpeelliseksi kokevia Turun toimipaikan vastaajia, jossa prosentuaalinen osuus oli noin 40 %. Koska Helsingin toimipaikassa oli vain yksi vastaaja, ja näin ollen vastauksen voisi tunnistaa, poistin tämän vastauksen vertailusta.

TAULUKKO 12. Intranetin tarpeellisuus sisäisen viestinnän välineenä, jakauma toimipaikoittain (n=164).

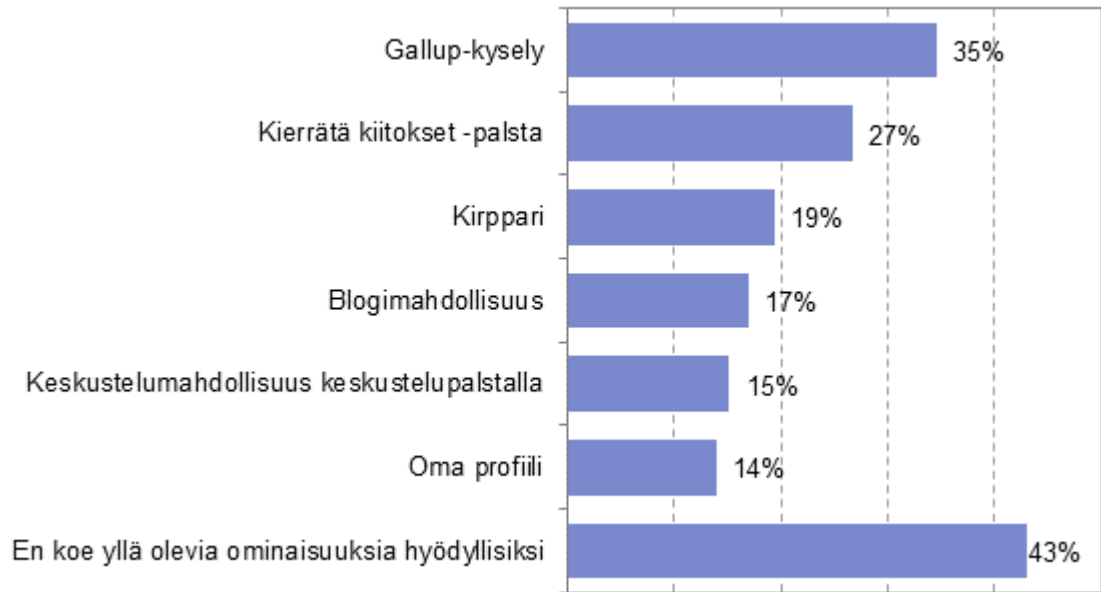
<b>Kuinka tarpeelliseksi koet intranetin sisäisen viestinnän välineenä</b>									
<b>Toimipaikka</b>	<b>Täysin tarpeeton</b>	<b>Melko tarpeeton</b>	<b>Ei tarpeeton eikä tarpeellinen</b>	<b>Melko tarpeellinen</b>	<b>Erittäin tarpeellinen</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>Keskivertoinen arvo</b>		
							<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
Joensuu	2 %	2 %	13 %	25 %	58 %	100 %	51	4,35	
Pori	0 %	8 %	17 %	42 %	33 %	100 %	12	4,00	
Turku	0 %	13 %	13 %	38 %	38 %	100 %	8	4,00	
Hämeenlinna, Suomenkasarmi	0 %	8 %	23 %	41 %	28 %	100 %	39	3,90	
Hämeenlinna, Linnankasarmi	2 %	16 %	11 %	40 %	31 %	100 %	45	3,82	
Mikkeli	0 %	22 %	22 %	44 %	11 %	100 %	9	3,44	

### 5.3 Intranetin sosiaalisten työkalujen käyttäminen ja yhteisöllisyys

Tässä osuudessa esittelen sosiaalisten työkalujen käyttämistä intranetissä. Käytetäänkö sosiaalisia työkaluja kohdeorganisaation intranetissä ja kokevatko vastaajat, että niille on ylipäättään tarve?

#### 5.3.1 Sosiaalisten työkalujen hyödyllisyys ja vaikuttavuus

Kysyttäessä intranetissä olemassa olevien eri sosiaalisten toiminnallisuuksien hyödyllisyydestä, osoittautui, että toiminnallisuuksia ei koeta kovinkaan hyödyllisiksi. Kuvio 17 osoittaa, että vastaajista 43 % ei kokenut näitä toiminnallisuuksia hyödylliseksi. Aiemmassa, vuonna 2011 toteutetussa intranet-kyselyssä käyttäjiltä kysyttiin, kaipaavatko he intranetiin lisää sosiaalisia ominaisuuksia ja 54,6 % vastaajista ei kaivannut lisää näitä ominaisuuksia. Nämä kaksi asiaa tukevat mielestäni sitä, että sosiaalisten toiminnallisuuksien osuus intranetissä on varsin vähäinen ja se toimii lisäarvona palvelussa niille, jotka sitä haluavat hyödyntää. Sosiaalisia toiminnallisuuksia kannattaa pikkuhiljaa nostaa esille. Esimerkiksi gallup-kysely nousi vastauksissa esiin, mihin vaikuttanee se, että kysely sijaitsee intranetin etusivulla, jolloin se on käyttäjille myös helposti saatavilla ja siihen on helppo vastata.



KUVIO 17. Intranetissä olevien sosiaalisten ja yhteisöllisten ominaisuuksien kokeminen hyödylliseksi (n=165).

Tässä kohdassa halusin saada tietoa myös, kuinka näiden toiminnallisuuden hyödyllisyys nähdään toimipaikoittain. Koska Helsingin toimipaikassa oli vain yksi vastaaja, ja näin ollen vastauksen voisi tunnistaa, poistin tämän vastauksen vertailusta. Taulukosta 13 voidaan päätellä, että toimipaikkakohtaisesti ei suuria eroavaisuuksia sosiaalisten toiminnallisuuden kokemisessa hyödylliseksi ole. Huomiona tässä kohdassa se, että Joensuussa en koe ominaisuuksia hyödylliseksi vastausosuus oli muita toimipaikkoja pienempi, josta voidaan päätellä, että Joensuussa toiminnallisuudet koetaan hieman hyödyllisemmiksi kuin muissa toimipaikoissa.

TAULUKKO 13. Sosiaalisten toiminnallisuuden kokeminen hyödylliseksi toimipaikoittain (n=164).

<b>Sosiaalisten toiminnallisuuden kokeminen hyödylliseksi toimipaikoittain</b>			
<b>Toimipaikka</b>	<b>En koe ominaisuuksia hyödylliseksi</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>n</b>
Joensuu	31 %	100 %	51
Hämeenlinna, Suomen kasarmi	38 %	100 %	39
Mikkeli	44 %	100 %	9
Turku	50 %	100 %	8
Hämeenlinna, Linnankasarmi	53 %	100 %	45
Pori	67 %	100 %	12

Vertailtaessa eri ikäluokkien suhtautumista sosiaalisen median toiminnallisuuden hyödyllisyyden kokemiseen, voidaan päätellä, että ikäluokissa 31 – 40 ja yli 61 vuotta toiminnallisuudet nähdään hieman hyödyllisempänä kuin muissa ikäluokissa. Suurta

eroa tässä ei kuitenkaan ole havaittavissa (taulukko 14). Yllättävää tuloksissa on alle 30 vuotiaiden suuri osuus toiminnallisuuksien kokemisessa hyödyttömäksi.

TAULUKKO 14. Sosiaalisten toiminnallisuuksien kokeminen hyödylliseksi ikäluokittain (n=165).

<b>Sosiaalisten toiminnallisuuksien kokeminen ei hyödylliseksi eri ikäluokissa</b>				
<b>Ikäluokka</b>	<b>En koe ominaisuuksia hyödylliseksi</b>		<b>Yhteensä</b>	<b>n</b>
- 30	52 %	100 %		21
31 - 40	36 %	100 %		44
41 - 50	44 %	100 %		50
51 - 60	46 %	100 %		46
61 -	25 %	100 %		4

Vertailtaessa virka-aseman vaikutusta sosiaalisen median toiminnallisuuksien hyödyllisyyden kokemiseen, voidaan päätellä, että mitä ylemmälle tasolle virka-asemassa mennään, sitä hyödyllisemmäksi toiminnallisuudet koetaan. Poistin vertailusta kohdan muu asema, koska siinä vastauksia oli yksi kappale ja tämän vastauksen esittämisellä ei tässä kohdassa ole merkitystä.

Taulukko 15 osoittaa, että johtaja ja päällikkötasolla vain 19 % ei koe ominaisuuksia hyödylliseksi. Kun taas sihteerit, assistentit ja kirjanpitäjät asemassa olevista yli puolet eivät koe ominaisuuksia hyödylliseksi. Tämä on mielestäni hyvin luonnollinen jakauma näin alkuvaiheessa, kun toiminnollisuuksia vasta käyttöön otetaan. Positiivista on huomata, että johtaja- ja päällikkötasolla ominaisuudet koetaan hyödyllisiksi, koska tämä on juuri se ryhmä, joka toimii ensimmäisinä käyttäjinä ja esimerkinnäyttäjinä. Lisäksi tämä ryhmä on erittäin tärkeä lähdettäessä luomaan organisaatiokulttuurin muutosta sosiaalisten toimintojen osalta avoimemmaksi.

TAULUKKO 15. Sosiaalisten toiminnallisuuksien kokeminen hyödylliseksi virka-aseman mukaan (n=164).

<b>Sosiaalisten toiminnallisuuksien kokeminen hyödylliseksi virka-aseman mukaan</b>					
<b>Asema</b>	<b>En koe ominaisuuksia hyödylliseksi</b>		<b>Tyhjä</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>n</b>
Johtaja, päällikkö	19 %	81 %	100 %		21
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	32 %	68 %	100 %		19
Suunnittelija, sovellusvastaava	38 %	62 %	100 %		45
Sihteerit, assistentit, kirjanpitäjät	54 %	46 %	100 %		79

Kuviossa 17 mainittujen ominaisuuksien vaikuttavuutta pyydettiin arvioimaan muutamien eri kriteerein ja vastauksista voidaan päätellä, ettei näillä sosiaalisilla ominaisuuksilla koeta olevan myöskään paljon vaikutusta vuorovaikutteisuuteen, yhteisöllisyydentunteeseen, työtovereihin tutustumiseen tai palautteen antamiseen (taulukko 16).

TAULUKKO 16. Sosiaalisten ominaisuuksien vaikuttavuus (n=165).

<b>Ovatko edellä mainitut ominaisuudet mielestäsi vaikuttaneet:</b>	<b>Erittäin vähän</b>	<b>Vähän</b>	<b>Kohtalaisesti</b>	<b>Paljon</b>	<b>Erittäin paljon</b>	<b>Yhteensä</b>
Omiin vuorovaikutusmahdollisuuksiisi	36%	33%	27%	3%	1%	100%
Yhteisöllisyydentunteeseen	33%	33%	28%	5%	1%	100%
Palautteen antamiseen	36%	33%	24%	6%	1%	100%
Viestinnän vuorovaikutteisuuteen	35%	30%	32%	4%	0%	100%
Mahdollisuuteen tutustua työtovereihin (oma profiili)	44%	33%	19%	4%	0%	100%

### 5.3.2 Sosiaalisten ominaisuuksien käyttäminen ja miten käyttöä voidaan edesauttaa

Kuvio 18 osoittaa, että vastaajista noin 65 % on käyttänyt intranetissä sosiaalisia ominaisuuksia, mikä vaikuttaa hyvältä prosentuaaliselta osuudelta. Eniten käytetyin toiminto oli gallup-kyselyyn vastaaminen, mikä selittyy osittain sillä, että kyseinen toiminto sijaitsee intranetin etusivulla. Kierrätä kiitokset -palsta ja kirppari ovat toiminnollisuuksia, jotka olivat käytössä myös edellisessä intranetissä.

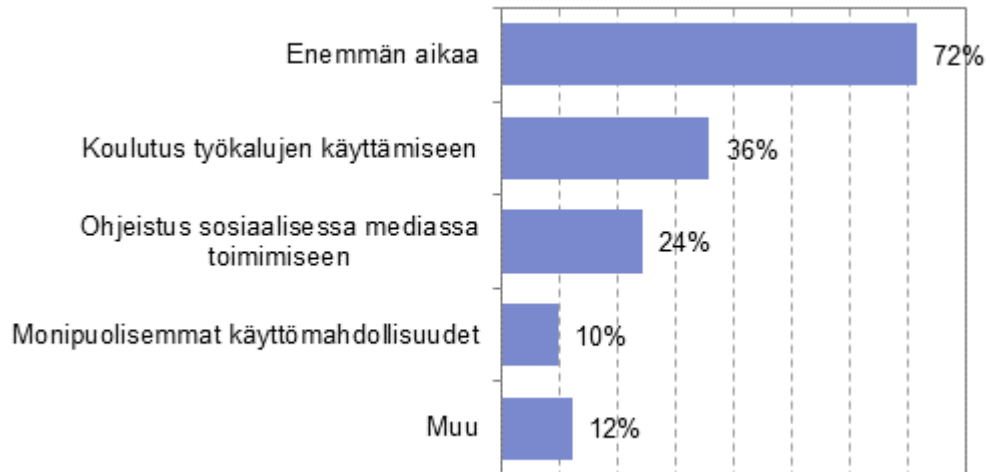
Blogien ja keskustelupalstan käyttäminen sen sijaan on vielä intranetissä hyvin vähäistä. Tämä on toisaalta ymmärrettävää, koska toiminnallisuudet ovat olleet käytössä vähän aikaa. Näiden esilletuomiseen kannattaa panostaa näin alkuvaiheessa esimerkiksi valjastamalla muutamia henkilöitä tai ryhmiä käyttämään toimintoja ja samalla tuomaan niitä näkyvämmäksi intranetissä.



KUVIO 18. Mitä sosiaalisia toimintoja intranetissä on käytetty (n=165).

Ajan puute, koulutus ja ohjeistus nousivat esille kysyttäessä, mitkä asiat edesauttaisivat sosiaalisten median työkalujen käyttöä intranetissä (kuvio 19). Muina asioina esille nousivat sisältöjen kiinnostavuus, hyödyllisyys ja vaihtuvuus, toimintojen löydettävyys, oma into ja halu toimintojen käyttämiseen sekä kulttuurimuutos vie aikaa.





KUVIO 19. Mitkä asiat edesauttaisivat sosiaalisten median työvälineiden käyttöä intranetissä (n=165).

Lopuksi vastaajilta kysyttiin avoimena kysymyksenä, miten he kokevat, että intranetissä voitaisiin paremmin hyödyntää sosiaalisen median työvälineitä. Tähän kohtaan vastauksia tuli 16 kappaletta ja niistä ilmeni, että asioiden esilletuominen ja markkinointi nähdään yhtenä keinona. Eri toimintojen esittely ja mielenkiintoiset sisällöt voisivat edesauttaa hyödyntämistä. Lisäksi vastauksista kävi voimakkaasti ilmi myös se, että näille toiminnoille ei nähdä tarvetta organisaatiossa ja ne eivät tuo lisäarvoa sisältöön.

Yleisarvosanaksi intranetin tarjoama sisältö sai 3,5 asteikolla 1 – 5. Tulos on mielestäni hyvä ottaen huomioon, että uusi intranet on ollut käytössä kyselyn toteuttamisajankohdan mennessä vain noin puoli vuotta. Arvosana osoittaa, että uusi intranet on omaksumattu hyvin ja sen sisältö on suurimmaksi osaksi sitä, mitä odotetaankin sen olevan.

Tarkasteltaessa yleisarvosanaa intranetin tarjoamasta sisällöstä aseman mukaan arvioituna (taulukko 17), voidaan havaita samansuuntaista trendiä, kuin sosiaalisten toiminnallisuuksien kokemisessa (taulukko 15). Johtaja ja päällikkötasolla intranetin sisältö saa korkeamman arvioinnin kuin sihteeri, assistentti ja kirjanpitäjätasolla. Tässä vertailussa jätin kohdan muu yhden vastauksen pois, koska sillä ei ole vaikutusta vertailuun.

TAULUKKO 17. Yleisarvosana intranetin sisällöstä aseman mukaan (n=164).

<b>Intranetin sisällön arviointi aseman mukaan</b>	
<b>Asema</b>	<b>Yleisarvosana</b>
Johtaja, päällikkö	3,90
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	3,68
Suunnittelija, sovellusvastaava	3,62
Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä	3,30

Tarkasteltaessa yleisarvosanaa intranetin tarjoamasta sisällöstä toimipaikan mukaan arvioituna, voidaan havaita Joensuussa aavistuksen verran parempaa yleisarviointia kuin muissa toimipaikoissa, arvosana 3,7 asteikolla 1 – 5 (taulukko 18). Mikkelin toimipaikassa ollaan yleisesti sisältöön tyytymättömämpiä kuin muissa toimipaikoissa, arvosana 3,1 asteikolla 1 – 5. Tässä vertailussa jätin Helsingin toimipaikan yhden vastauksen pois tunnistettavuuden vuoksi, tällä ei ole vaikutusta vertailuun.

TAULUKKO 18. Yleisarvosana intranetin sisällöstä toimipaikan mukaan (n=164).

<b>Intranetin sisällön arviointi toimipaikan mukaan</b>	
<b>Toimipaikka</b>	<b>Yleisarvosana</b>
Joensuu	3,69
Hämeenlinna, Linnankasarmi	3,49
Pori	3,50
Hämeenlinna, Suomen kasarmi	3,44
Turku	3,38
Mikkeli	3,11

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDESUOSITUKSET

Tässä tutkimuksessa toteutetun kyselyn vastausprosentti jäi valitettavan alhaiseksi. Kyselyn vastaajakato selittyy osittain kyselyn ajankohdalla, vuodenvaihte on organisaatiossa hyvin kiireistä aikaa johtuen tilinpäätösaikatauluista. Toisena syynä vastaajakadolle näkisin, että ennen tätä kyselyä suoritettiin organisaatiossa toinenkin kysely koskien sisäisiä palveluja. Kahden kyselyn toteuttaminen näin lähekkäin ei ole suositeltavaa, mutta johtuen aikatauluhaasteista, jouduttiin tähän vaihtoehtoon päätymään.

Tutkimuksessa havaitut johtopäätökset ja toimenpidesuosituksukset käy seuraavassa läpi tutkimuskysymyksiin peilaten.

### 6.1 Miten tarpeellisena intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä?

Tutkimus osoittaa, että intranet koetaan tarpeellisena sisäisen viestinnän välineenä. Joensuun toimipaikassa intranetin tarpeellisuus koetaan muita toimipaikkoja jonkin verran suurempana. Lisäksi tarpeellisuutta puoltaa intranetin käyttöiheys, vähintään viikoittain intraa käyttävien prosentuaalinen osuus on melkein 95 %.

Se, että intranet nähdään tarpeellisena sisäisen viestinnän välineenä puoltaa sitä, että intranetin kehittämiseen sekä ylläpitämiseen tulee organisaatiossa panostaa. Tämä tulee mahdollistaa riittävällä resursoinnilla. Intranetin tehokkaampi hyödyntäminen sisäisessä viestinnässä ja uusien mahdollisuuksien kartoittaminen intranetin tehokkaamassa käytössä on suositeltavaa.

### 6.2 Miten intranet sijoittuu tiedonlähteenä omaa työtä koskevaa tai organisaatiota koskevaa tietoa haettaessa?

Työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa intranetillä on suurempi merkitys tiedonlähteenä kuin omaan työhön liittyvissä asioissa. Työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa tärkeimmiksi tiedonlähteiksi nähdään lähiesimies ja intranet. Omaan työhön liittyvissä asioissa lähiesimies, työtoverit ja ryhmäpalaverit ovat tärkeimpiä tiedonlähteitä ja intranetin merkitys nähdään vähäisempänä. Vaikka intranet koetaan tärkeänä tiedonlähteenä työyhteisöön ja organisaatioon liittyvissä asioissa, oli yllättävää

huomata, kuinka vähän sieltä haetaan tietoa organisaation taloudellisesta tilanteesta, tietoa koko organisaation tulostavoitteista ja toimintasuunnitelmista sekä johdon muis-tioita ja pöytäkirjoja. Tästä voidaan vetää johtopäätöksenä, että vastaajat kokevat työ-yhteisöön ja organisaatioon liittyvinä tietoina myös ajankohtaiset uutiset ja koulutukset, mikä selittää intranetin merkityksen tärkeänä tiedonlähteenä organisaatiota ja työyh-teisöä koskevan tiedon lähteenä.

Organisaation yleistiedon osuutta intranetissä voisi mielestäni kehittää ja lisätä, sekä tuoda näitä asioita paremmin käyttäjien tietoisuuteen. Tässä kannattaa miettiä myös olemassa olevan tiedon parempaa esilletuomista esimerkiksi kysymällä etusivun gal-lup-kyselyssä jotakin yleistiedon etsimistä vaativaa asiaa tai nostamalla etusivulle jokin organisaation yleistiedon osuus markkinointimielessä.

### 6.3 Mitä tietoa intranetistä haetaan ja millaiseksi intranetin sisältö koetaan?

Intranetin tämän hetkisen sisällön koettiin olevan hyvin ajan tasalla, hyödyllistä sekä ymmärrettävää. Intranetiin toivottiin enemmän tietoa palveluryhmistä ja mitä asiakkaita mikäkin ryhmä palvelee, tietoa henkilöstön muutoksista valokuvien kera ja ajantasai-suutta tietoihin. Sisällön löydettävyyys ja vuorovaikutteisuus arvioitiin hieman alhaisem-min. Vaikka uudessa intranetissä hakutoiminto onkin entiseen verrattuna huomatta-vasti parantunut, tulee vastauksista silti esille sen toimimattomuus ja asioiden hankala löydettävyyys. Lisäksi tiedostojen nimeäminen koettiin tärkeäksi ja tätä kautta niiden pa-rempi hakulöydettävyyys.

Varsinkin sisällön virheettömyyteen tulisi kiinnittää huomiota, koska tämä koettiin erit-täin tarpeelliseksi sisällön arvioinnissa. Intranetistä tulisi aina poistaa vanha versio li-sättäessä uusi. Tiedostojen kuvaava nimeäminen on tärkeää ja päivittäjiä tulisi muis-tuttaa ja kouluttaa asiasta. Hakutoiminnallisuuteen tulisi perehtyä tarkemmin ja kehittää sekä tehostaa sitä esimerkiksi hakujen optimoinnilla ja oikeiden metatietojen käyttämi-sellä. Lisäksi loppukäyttäjää tulisi kouluttaa hakutoiminnon oikeaoppiseen käyttämi-seen, tiedon etsimiseen ja intranetin rakenteeseen. Intranetin sisällöntuotannossa pi-tää pystyä vastaamaan siihen, että sisältö on ajantasaista, virheetöntä, hyödyllistä, ym-märrettävää ja löydettävää.

#### 6.4 Miten sosiaalisen median työkalut on otettu käyttöön intrassa henkilöstön keskuudessa?

Sosiaalisen median työkaluja käytetään jonkun verran, mutta ainakin näin alkuvaiheessa käyttö mukaillee mielestäni hyvin kappaleessa 2.4. esittämäni kuvion 3 sosiaalisen median käyttäjien rooleja. Organisaatiossa käyttäjät lukeutuvat häntä joukkoon, joka vielä pääosin tutustuu sosiaalisen median työkaluihin. Käytetyin toiminto oli Gallup-kyselyyn vastaaminen, mikä selittyy osittain sillä, että kyseinen toiminto sijaitsee intranetin etusivulla. Blogien ja keskustelupalstan käyttäminen sen sijaan on vielä hyvin vähäistä. Tämä on toisaalta ymmärrettävää, koska ominaisuudet ovat olleet käytössä vähän aikaa.

Sosiaalisen median työkalujen esilletuomiseen kannattaa panostaa näin alkuvaiheessa esimerkiksi valjastamalla muutamia henkilöitä tai ryhmiä käyttämään toimintoja tehokkaasti ja samalla tuomaan niitä näkyvämmäksi intranetissä. Tällä hetkellä organisaatiossa on vielä huomattavissa varovaisuutta työkalujen käyttämiseen esimerkiksi sillä, että omalla nimellä ei uskalleta ilmaista mielipiteitä tai kommentoida jotakin asiaa. Työkalujen pikkuhiljaa esilletuominen edesauttaa kulttuurin avoimempaan suuntaan muuttumista ja näin ollen myös uskallusta käyttää sosiaalisen median työkaluja laajemmin.

#### 6.5 Miten organisaatiossa henkilöstö kokee sosiaalisen median työkalujen hyödyllisyyden?

Tutkimus osoittaa, että sosiaalisen median työkaluja koeta kovinkaan hyödyllisiksi. Aikaisempi vanhaa intranetiä koskeva, vuonna 2011 toteutettu intranet-kysely tukee tämän kyselyn tuloksia. Nämä mielestäni osoittavat, että sosiaalisten toiminnallisuuksien osuus intranetissä on varsin vähäinen ja ne toimivat lisäarvona palvelussa niille, jotka niitä haluavat ja ovat valmiita hyödyntämään. Tutkimuksesta voidaan päätellä, että virka-asemalla on merkitystä sosiaalisen median toiminnallisuuksien kokemiseen hyödylliseksi. Mitä ylemmälle tasolle virka-asemassa mennään, sitä hyödyllisemmäksi toiminnallisuudet koetaan. Varsinkin johtaja- ja päällikkötasolla ominaisuuksien kokeminen hyödylliseksi on toiminnallisuuksien käyttöönotossa laajemmin tärkeää, koska he ovat juuri niitä, jotka toimivat ensimmäisinä käyttäjinä ja esimerkinnäyttäjinä. Lisäksi he ovat yksi erittäin tärkeä osa-alue lähdettäessä luomaan organisaatiokulttuurin muutosta sosiaalisten toimintojen osalta avoimemmaksi.

Sosiaalisen median työkalujen hyödyllisyys ei mielestäni vielä näin lyhyessä ajassa ole konkretisoitunut ja vaatii tietynlaista kulttuurimuutosta, joka vie aikaa. Sosiaalisia toiminnallisuuksia kannattaa pikkuhiljaa nostaa esille ja pyrkiä tuomaan esille esimerkiksi etusivulle sellaisia toiminnallisuuksia, jotka ovat aidosti hyödyllisiä ja kiinnostavia. Näin käyttäjät saadaan luontaisesti hyödyntämään näitä toiminnallisuuksia ja samalla ne tulevat käytössä tutummiksi ja tätä kautta uutta vuorovaikutteisempaa kulttuuria voidaan rakentaa.

#### 6.6 Vaikuttavatko intranetin käytössä olevat sosiaalisen median työkalut vuorovaikutteisuuteen?

Sosiaalisen median työkaluilla ei koeta olevan paljon vaikutusta vuorovaikutteisuuteen, yhteisöllisyydentunteeseen, työtovereihin tutustumiseen tai palautteen antamiseen. Tämä johtuu mielestäni siitä, että näitä työkaluja ei vielä osata hyödyntää oikealla tavalla ja ne ovat niin vähäisessä käytössä uudessa intranetissä. Käytön lisääntyessä ja sisällön kehittyessä näkisin, että vaikutus vuorovaikutteisuuteenkin nousee ja kulttuuri muuttuu avoimempaan suuntaan.

#### 6.7 Tutkimuksen johtoajatuksen pätevyys

Tutkimukseni johtoajatus oli, että intranetin avulla voidaan parantaa organisaation sisäistä viestintää ja intranetin monipuolinen hyödyntäminen organisaatiossa auttaa parantamaan organisaation työntekijöiden kommunikointia keskenään ja luomaan uusia vuorovaikutteisia viestintämahdollisuuksia.

Tutkimus osoitti johtoajatuksen ensimmäisen osan paikkansa pitäväksi. Voidaan nähdä, että intranetin avulla voidaan parantaa organisaation sisäistä viestintää. Intranet on tärkeä välinen sisäisen viestinnän toteuttamisessa ja intranetin tehokas hyödyntäminen auttaa parantamaan organisaation sisäistä viestintää. Sen sijaan intranetin monipuolinen hyödyntäminen varsinkin sosiaalisen median työkalujen avulla on kyllä luonut uusia vuorovaikutteisia viestintämahdollisuuksia, mutta ei tämän tutkimuksen perusteella parantanut merkittävästi organisaation työntekijöiden kommunikointia keskenään.

Jatkoa ajatellen olisi mielenkiintoista tehdä samansuuntainen kysely organisaatiossa esimerkiksi vuoden kuluttua, kun tässä tutkimuksessa ehdotetut jatkotoimenpiteet on toteutettu. Käytettäisiinkö sosiaalisen median työkaluja tällöin laajemmalti, olisiko tällöin organisaatiokulttuuri muuttunut sosiaalisen median työkalujen käytön osalta avoimemmaksi sekä nähtäisiinkö nämä työkalut tärkeämmässä roolissa sisäisessä viestinnässä, kuin tässä tutkimuksessa.

## LÄHTEET

Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä: tulkinta, ilmaisu, vuorovaikutus. Helsinki: Kauppakaari.

Carey, J. 1994. Viestintä kulttuurisesta näkökulmasta. Tiedotustutkimus, 17. vsk, nro 2.

Cook, N. 2008. Enterprise 2.0: how social software will change the future of work. Hampshire: Gower Publishing.

Hakola, I. & Hiila, I. 2012. Strateginen ote verkkoon. Tavoita & sitouta sisältöstrategialla. Sanoma Pro Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Holtz S. 2003. Corporate conversations: A guide to crafting effective and appropriate internal communications. AMACOM.

Huotari M-L., Hurme P. & Valkonen T. 2005. Viestinnästä tietoon. Tiedon luominen työyhteisössä. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Isokangas, A. & Kankkunen, P. 2011. Suora yhteys - Näin sosiaalinen media muuttaa yritykset. EVAn raportti. Helsinki: Unigrafia Oy.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Juholin, E. 2001. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Juva: WSOY-kirjapainoyksikkö.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.



Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. Viestinnän prosessointi. Koreografia kaaokselle. Helsinki: Talentum.

Laukkanen, V. 2012. Tutkimusmenetelmät -opintojakson luentomateriaali. Savonia AMK.

Lehmuskallio, S. 2006. The Uses, Roles, and Contents of Intranets in Multinational Companies in Finland. Journal of Business and Technical Communication, Vol.20, No.3, 288-324. Sage Publications.

Majava, J. 2006. Kohti sosiaalista verkkoa. teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. (toim.) Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritolahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy.

Otala, L., & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin. Yritys 2.0. tuottamaan. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Palkeet intranet vaatimusmäärittely 2012. [Pdf-dokumentti].

Palkeet intranetkyselyn raportti 2012. [Pdf-dokumentti].

Soininen, J., Wasenius, R. & Leponiemi, T. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Åberg, L. 1997. Viestinnän strategiat. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. 2. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää!: Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

## Sähköiset lähteet

Köngäs, P. 2012. Tietotyömaa, SharePoint 2013 haku päällä. [verkkosivusto].

Sininen meteoriitti [viitattu: 17.10.2013]. Saatavissa:

<http://tietotyomaa.meteoriitti.com/2012/08/22/pauli-kongas-sharepoint-2013-haku-paalla/>

KOPPA - menetelmäpolkuja humanisteille: tutkimusstrategiat [verkkosivusto]. Jyväskylän yliopisto [viitattu 12.9.2013]. Saatavissa:

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat>.

Lehmuskallio, S. Intranet. Kielijelppi – jelppiä akateemiseen viestintään [verkkosivusto]. Helsingin yliopiston Kielikeskuksen äidinkielen viestintäopetuksen palveluyksikkö [viitattu 11.9.2013]. Saatavissa: <http://www.sprakhjalpen.fi/verkkoviestinta/intranet>.

Melcrum Publishing, Editor: Manchester, A. Quick start to social media in internal communications [pdf-julkaisu]. The Social Media Newsletter [viitattu 10.9.2013]. Saatavissa: <http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/rep-the-quick-start-guide-to-social-media-in-internal-communication-melcrum-2006.pdf>.

<http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/rep-the-quick-start-guide-to-social-media-in-internal-communication-melcrum-2006.pdf>.

Palkeiden verkkosivut. [Viitattu 9.10.2013] Saatavissa: [www.palkeet.fi](http://www.palkeet.fi).

Selkänaho, H. 2013. Tietotyömaa, Uskallatko murtaa organisaatiosi viestintämuurit? [verkkosivusto]. Sininen meteoriitti [viitattu: 25.9.2013]. Saatavissa:

<http://tietotyomaa.meteoriitti.com/2013/09/23/heidi-selkainaho-uskallatko-murtaa-organisaatiosi-viestintamuurit>.

SharePoint Server 2007 – Oman sivuston esittely [verkkosivusto]. Microsoft [viitattu: 11.9.2013]. Saatavissa: <http://office.microsoft.com/fi-fi/sharepoint-server-help/oman-sivuston-esittely-HA010108748.aspx>.

<http://office.microsoft.com/fi-fi/sharepoint-server-help/oman-sivuston-esittely-HA010108748.aspx>.

Virsta – Virtual Statistics [verkkosivusto]. Tilastokeskus [viitattu: 11.9.2013]. Saatavissa: <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>.

<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>.

Toivonen, P. 2012. Intranet osatajan opas [verkkosivusto]. [Viitattu 1.10.2013]. Saatavissa:

<http://intranet-ostajanopas.fi/2012/12/11/kolme-erilaista-intranet-konseptia-viestinnallinen-intranet-sosiaalinen-intranet-ja-sahkoinen-tyopoyta/>.

Taanila, A. 2012. Määrällisen aineiston kerääminen [pdf-julkaisu]. [Viitattu 17.9.2013].  
Saavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>.

Taanila, A. 2012. Akin menetelmäblogi [verkkosivusto]. [Viitattu 25.2.2014]. Saata-  
vissa: <http://tilastoapu.wordpress.com/>.

## Palkki käyttäjäkysely, kyselylomake

### Palkki käyttäjäkysely

Palkeiden uusi intranet Palkki on nyt ollut käytössä noin puoli vuotta. Tällä käyttäjäkyselyllä kartoitetaan Palkin toimivuutta. Kyselyn toteutan osana ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyötä.

Toivon, että käytät hetken ajastasi kyselyn täyttämiseen (n. 15 min.), jotta saisimme mahdollisimman hyvän näkemyksen siitä, miten Palkki palvelee tarpeitamme sisäisessä viestinnässä sekä miten sitä voitaisiin kehittää.

Kyselyn rakenne: Kyselyn ensimmäisessä osuudessa kysyn vastaajan perustietoja sekä tietoja tietoteknisistä taidoista. Toisen osuuden kysymykset liittyvät Palkin toimivuuteen sisäisen viestinnän välineenä ja kolmas osuus pitää sisällään kysymyksiä liittyen Palkissa oleviin sosiaalisen median työvälineisiin.

Kiitos paljon jo etukäteen!  
Terveisin  
Piia Kokkonen

### Perustiedot

1. Ikä: \*

- 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 -

2. Sukupuoli: \*

- Nainen
- Mies

3. Tulosalue: \*

- Liiketoiminnan tuki
- Palvelutuotanto

4. Asema organisaatiossa: \*

- Johtaja
- Päällikkö (palvelu, projekti, kehittämis, jne.)

- Palvelukoordinaattori, palveluesimies
- Suunnittelija, sovellusvastaava (myös erityistehtävä)
- Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä (palkkapalvelu, taloushallinto)

Muu, mikä?

\_\_\_\_\_

**5. Toimipaikka: \***

- Hämeenlinna, Linnankasarmi
- Hämeenlinna, Suomen kasarmi
- Joensuu
- Kuopio
- Mikkeli
- Pori
- Turku
- Helsinki, VK

**6. Virkasuhde: \***

- Vakituinen
- Määräaikainen

**7. Kuinka kauan olet työskennellyt Palkeissa (ilmoita täysinä vuosina, pyöristettynä lähimpään täyteen vuoteen)? \***

\_\_\_\_\_ vuotta

**8. Ammatillinen koulutus \***

- Keski- tai opistoasteen tutkinto (ylioppilas-, ammatti- tai erikoisammattitutkinto)
- Alempi korkeakoulututkinto (sis. AMK-tutkinto)
- Ylempi korkeakoulututkinto (sis. YAMK-tutkinto)
- Tohtorin- tai lisensiaatin tutkinto
- Ei ammatillista koulutusta

## 9. Käytän työssäni seuraavia ohjelmia:

	Päi- vit- täin	Vii- koit- tain	Kerran- pari kuu- kaudessa	Har- vem- min	En ol- len- kaan
Tekstinkäsittelyohjelmia, esim. Word *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taulukkolaskentaohjelmia, esim. Excel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esitysgrafikkaohjelmia, esim. PowerPoint *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvankäsittelyohjelmia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videonkäsittelyohjelmia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköposti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lync *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kieku (peruskäyttö) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rondo (peruskäyttö) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kieku, Personec, Prima, Raindance, AdeEko, Rondo tms. (ammattikäyttö) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 10. Käytän vapaa-ajalla seuraavia ohjelmia:

	Päi- vittäin	Vii- koit- tain	Kerran-pari kuukaudessa	Har- vem- min	En ol- len- kaan
Tekstinkäsittelyohjelmia, esim. Word *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taulukkolaskentaohjelmia, esim. Excel *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esitysgrafikkaohjelmia, esim. PowerPoint *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköposti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvankäsittelyohjelmia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videonkäsittelyohjelmia *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkkopankki *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkkokauppa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Palkin sisältö on virheetöntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkin sisältö on hyödyllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkin sisältö on ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkin sisältö on löydettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkin sisältö on vuorovaikutteista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Mitkä seuraavista kanavista koet tärkeäksi tiedonlähteeksi (valitse molempiin enintään viisi mielestäsi tärkeintä)? \*

Yleisissä organisaatioon liittyvissä asioissa

- Lähiesimies
- Muut esimiehet
- Johto
- Työtoverit
- Intranet
- Ekstranet
- Internet
- Ryhmäpalaverit
- Muut palaverit
- Henkilöstöinfot
- Muut infotilaisuudet

Omaan työhösi liittyvissä asioissa

- Lähiesimies
- Muut esimiehet
- Johto
- Työtoverit
- Intranet
- Ekstranet
- Internet
- Ryhmäpalaverit
- Muut palaverit
- Henkilöstöinfot
- Muut infotilaisuudet



Sähköposti Uutiskirjeet Muu, mikä? Sähköposti Uutiskirjeet Muu, mikä?

15. Koen saavani Palkin kautta tietoa (jos et käytä Palkkia ollenkaan tiedon hakemiseen kysytystä asiasta, valitse En ole hakenut Palkista tietoa aiheeseen liittyen): \*

	Huonosti	Välttävää	Tyydyttävästi	Hyvin	Erinomaisesti	En ole hakenut Palkista tietoa aiheeseen liittyen
Omaa toimipaikkaa koskevista ajankohtaisista asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koko organisaation tulostavoitteista ja toimintasuunnitelmista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisaation taloudellisesta tilanteesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisaation ajankohtaisista tapahtumista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisaatiossa tapahtuvista muutoksista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Päivittäisiin työtehtäviisi liittyvistä asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimintatapojen muutoksista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutuksesta ja ammatillisen osaamisen kehittämisestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstö- ja sosiaalieduista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan kokonaisuutena Palkista tietoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Mitä sisältöjä tai tietoa toivoisit Palkissa olevan, joita sieltä nyt puuttuu?

---



---



---

17. Koen seuraavat Palkin toiminnallisuudet hyödylliseksi (voit valita useita vaihtoehtoja): \*

 Blogimahdollisuus Keskustelumahdollisuus keskustelupalstalla Gallup-kysely

- Kirppari
- Kierrätä kiitokset -palsta
- Oma profiili
- En koe yllä olevia ominaisuuksia hyödyllisiksi

**18. Ovatko edellä mainitut ominaisuudet mielestäsi vaikuttaneet:**

	Erittäin vähän (1)	Vähän (2)	Kohtalaisesti (3)	Paljon (4)	Erittäin paljon (5)
Viestinnän vuorovaikutteisuuteen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Omiin vuorovaikutusmahdollisuuksiisi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteisöllisydentunteeseen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuuden tutustua työtovereihin (oma profiili) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palautteen antamiseen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muuhun, _____ mihin?					

**19. Olen käyttänyt Palkissa seuraavia toimintoja (voit valita useita vaihtoehtoja): \***

- Kirjoittanut omaa blogia
- Kommentoinut jonkun kirjoittamaa blogia
- Aloittanut keskustelun keskustelupalstalla
- Vastannut jonkun muun aloittamaan keskusteluun keskustelupalstalla
- Vastannut gallup kyselyyn
- Laittanut kirpparille ilmoituksen
- Seurannut kirppari-ilmoituksia
- Täydentänyt omaa profiilia
- Etsinyt jonkun muun tietoja hänen profiilistaan
- Laittanut kiitokset kierrätä kiitokset palstalle
- Seurannut kierrätä kiitokset palstaa
- En mitään yllä olevista

**20. Kuinka tarpeelliseksi koet Palkin sisäisen viestinnän välineenä? \***

- Täysin tarpeelliseksi (1)  
  Melko tarpeelliseksi (2)  
  Ei tarpeelliseksi eikä (3)  
  Melko tarpeelliseksi (4)  
  Erittäin tarpeelliseksi (5)

**21. Minkä yleisarvosanan antaisit Palkin sisällölle? \***

1 2 3 4 5

Sisältö tarjoaa erittäin vähän käyttökelpoista ja hyödyllistä tietoa

Sisältö tarjoaa erittäin paljon käyttökelpoista ja hyödyllistä tietoa

**22. Mitkä asiat edesauttaisivat sosiaalisten median työvälineiden, eli mm. edellisessä kysymyksessä mainittujen toimintojen käyttöä Palkissa (voit valita useita vaihtoehtoja)? \***

- Koulutus työkalujen käyttämiseen  
 Enemmän aikaa  
 Monipuolisemmat käyttömahdollisuudet  
 Ohjeistus sosiaalisessa mediassa toimimiseen  
 Muut, mitkä?

\_\_\_\_\_

**23. Miten koet, että Palkissa voitaisiin paremmin hyödyntää sosiaalisen median työvälineitä?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Kiitos paljon vastauksistasi, voit lähettää kyselyn!

## VERTAILUTAULUKKO KHIIN NELIÖ -TESTI

Tässä taulukossa on yhdistetty tyytymätön sarakkeeseen kyselyn kysymyksen 15 kohdan saan kokonaisuutena Palkista tietoa vastauksista vaihtoehdot 1 – 3 ja tyytyväinen sarakkeeseen vaihtoehdot 4 – 5 virka-asemittain jaoteltuina. Khiin neliö -testissä pohjana olen käyttänyt Taanilan menetelmäblogin (2012) aineiston excel-pohjaa.

### Asema ja sen vaikutus siihen, miten intranetistä koetaan saatavan tietoa

#### Havaitut lukumäärät

	Tyytymätön vaihtoehdot 1-3	Tyytyväinen vaihtoehdot 4-5	Yhteensä
Johtaja, päällikkö	7	13	20
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	7	12	19
Suunnittelija, sovellusvastaava	19	25	44
Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä	48	25	73
Yhteensä	81	75	156

#### Odotetut lukumäärät

	Tyytymätön	Tyytyväinen	Yhteensä
Johtaja, päällikkö	10,4	9,6	20
Palvelukoordinaattori, palveluesimies	9,9	9,1	19
Suunnittelija, sovellusvastaava	22,8	21,2	44
Sihteeri, assistentti, kirjanpitäjä	37,9	35,1	73
Yhteensä	81	75	156

$\chi^2=$	10,97
df=	3
p=	0,012

Alle viiden (5) suuruisia odotettuja lukumääriä

0,0%

Pienin odotettu lukumäärä

9,1



