

Hanna Koponen

NUORET JA POLIISI SOSIAALISESSA MEDIASSA



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
TIETOJENKÄSITTELYTIETEIDEN LAITOS
2012

TIIVISTELMÄ

Koponen, Hanna

Nuoret ja poliisi sosiaalisessa mediassa

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2012, 57 s.

Pääaine, tutkimusraportin tyyppi: Tietojärjestelmätiede, Pro gradu-tutkielma

Ohjaaja: Veijalainen, Jari

Nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita päivittäin. He keskustelevat sosiaalisessa mediassa ystäviensä kanssa, luovat yhteisöjä, seuraavat muiden luomaa sisältöä ja luovat sisältöä myös itse. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa tehokkaasti myös kansainvälistyäkseen, selvittääkseen ajankohtaisia asioita ja ottaessaan yhteyttä eri organisaatioihin. Tämän on huomannut myös poliisi, joka on alkanut käyttää sosiaalista mediaa uutena viestintäkanavana aiempien viestintäkanavoiden ohella houkutellakseen käyttäjiä nettisivuilleen sekä luodakseen verkostoja. Poliisi on pyrkinyt sosiaalisen median käytöllä luomaan läpinäkyvyyttä toimintaansa, antamaan helpon tavan ottaa yhteyttä poliisiin ja luomaan turvallisuuden tunnetta sosiaaliseen mediaan. Suomessa nettipoliisit ovat toimineet menestyksekkäästi sosiaalisessa mediassa jo muutaman vuoden ajan. Heihin otetaan yhteyttä sosiaalisen median palveluiden välityksellä yhä enemmän. Suurin osa nettipoliiseille tulevista yhteydenotoista on kysymyksiä, mutta nettipoliisit saavat sosiaalisen median välityksellä myös vinkkejä ja rikosilmoitukseen johtavia ilmoituksia. Nettipoliisit kokevat sosiaalisen median helppona yhteydenottokanavana nuorille. Nettipoliisien mukaan syynä nuorten yhteydenottoihin on nettipoliisien hyvä maine ja nuorten luottamus nettipoliiseihin. Nettipoliisien sosiaalisen median käyttö on myös madaltanut nuorten kynnystä ottaa yhteyttä poliisiin myös arkaluontoisissa asioissa, kuten seksuaalirikoksissa.

Tämä Pro gradu -tutkielma käsittelee sitä, miksi nuoret ja poliisi käyttävät sosiaalista mediaa ja miksi nuoret ottavat yhteyttä poliisiin sosiaalisen median välityksellä. Tutkimus toteutettiin kirjallisuuskatsauksena sekä kyselyiden ja yhden haastattelun avulla.

Asiasanat: nuoret, sosiaalinen media ja poliisi

ABSTRACT

Koponen, Hanna

The Police and the Youth in the Social Media

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2012, 57 p.

Information Systems, Master thesis

Supervisor: Veijalainen, Jari

The young use social media services every day. In social media the young chat with their friends, create communities, follow the content the other users have created and also create content by themselves. The young use social media efficiently also to internationalize themselves, to find out current issues and to contact different organizations. Also police organization has noticed this and started to use social media as a new communication channel, to attract users to their websites and to create communities. By using social media the police want to be transparent, to offer an easy way to contact them and to make people feel safer in social media. In Finland the web polices have been working successfully in the social media for last few years. The web polices are getting more and more messages via social media services. Most of the messages are questions but the web polices also get some clues and information that results in a criminal ad. The web polices think that it's easy for the young to contact the police via social media. They also assume that the Finnish web polices have a good reputation and the young trust them which makes the young to contact them. The web polices' social media use has also helped the young to contact them in sensitive topics like sexual crimes.

This master thesis is about how the young and the police are using social media and why the young contact the police via social media. The research executed by a literature review, queries and one interview.

Keywords: the young, social media and the police.

KUVIOT

KUVIO 1 Sosiaalisen median ydinkäsitteet (Kangas, Toivonen & Bäck, 2007)..	11
KUVIO 2 TAM-malli (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989). Tekijän suomentama.	14
KUVIO 3 TAM2-malli (Venkatesh & Davis, 2000). Tekijän suomentama.....	15
KUVIO 4 Teknologian hyväksymismalli blogeista (Hsu & Lin, 2007). Tekijän suomentama.	16
KUVIO 5 Profiili sosiaalisessa mediassa ikäryhmittäin (Tilastokeskus, 2010) ...	19
KUVIO 6 Teoreettinen TAM-malli sosiaalisen median omaksumisesta (Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad, 2011). Tekijän suomentama.....	20
KUVIO 7 Poliisilaitosten twiittien prosenttiosuus sisällön mukaan (Haverin & Zach, 2010).....	24
KUVIO 8 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 7.11.2011	27
KUVIO 9 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 19.9.2012	28
KUVIO 10 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 19.9.2012	28
KUVIO 11 Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteeseen johtaneet ilmoitukset vuonna 2010 (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010)	30
KUVIO 12 Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteeseen johtaneet ilmoitukset vuonna 2011(Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2011). Kuvio tekijän piirtämä.....	31
KUVIO 13 Nettipoliisien reaktiot heille lähetettyyn kyselyyn	35
KUVIO 14 Nettipoliisien syyt nettipoliisiksi ryhtymiseen.....	37
KUVIO 15 Toiminnan aloittaminen nettipoliisina.....	37
KUVIO 16 Nettipoliisien sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla.....	38
KUVIO 17 Nettipoliisien työssä käyttämät sosiaalisen median palvelut.....	39
KUVIO 18 Yleisin sosiaalisen median palvelu yhteydenottokanavana	39

KUVIO 19 Nettipoliisien työaika	40
KUVIO 20 Nettipoliisityöhön varattu työaika	41
KUVIO 21 Sosiaalisen median kautta tulleiden yhteydenottojen sisältö.....	42
KUVIO 22 Nuorten yhteydenottojen prosentuaalinen osuus kaikista nettipoliiseille tulleista yhteydenotoista	43
KUVIO 23 Sosiaalinen media voittaa perinteiset yhteydenottokanavat nuorten yhteydenotoissa	44
KUVIO 24 Syitä nuorten sosiaalisen median kautta tapahtuviin yhteydenottoihin.....	45

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
KUVIOT	4
SISÄLLYS.....	6
1 JOHDANTO.....	7
2 SOSIAALINEN MEDIA	10
2.1 Sosiaalisen median määritelmiä	10
2.2 Sosiaalisen median palveluita.....	12
2.3 Sosiaalinen media ja teknologian hyväksymismalli.....	13
3 NUORET SOSIAALISESSA MEDIASSA	18
3.1 Nuoret ja sosiaalisen median teknologian hyväksymismalli.....	19
3.2 Nuorten sosiaalisen median käyttötarkoituksia	21
4 SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖTAVAT POLIISISSA.....	23
4.1 Poliisin sosiaalisen median käyttö maailmalla.....	23
4.2 Julkishallinnon sosiaalisen median käyttötavat ja niiden ilmeneminen Suomen poliisin Facebook-profiilissa.....	25
4.3 Helsingin nettipoliisiin sosiaalisen median kautta tulleet yhteydenotot.....	29
5 NUORET JA NETTIPOLIISIT SOSIAALISESSA MEDIASSA	34
5.1 Tutkimusmetodista.....	35
5.2 Nettipoliisien tausta nettipoliisitoimintaan	36
5.3 Yhteydenottojen sisältö.....	41
5.4 Nuorten yhteydenotot.....	43
5.5 Pohdinta	46
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	48
LÄHTEET	51
LIITE 1. HAASTATTELUKYSYMYKSET	55
LIITE 2. YHTEYDENOTTOVIESTIT	56

1 JOHDANTO

Nuoret käyttävät nykyään sosiaalista mediaa osana jokapäiväistä elämäänsä. Sosiaalisessa mediassa he muun muassa suunnittelevat tapaamisia ja tapahtumia, keskustelevat kavereiden kanssa sekä jakavat tietoa. Teknologian ja internetin parissa kasvaneet nuoret käyttävät mielellään sosiaalisessa mediassa lähetettyjä pikaviestejä ottaessaan yhteyttä muihinkin kuin vain omiin ystäviinsä. Tämän on huomannut myös sosiaalisessa mediassa työskentelevä Helsingin nettipoliisi ja muut eri poliisipiirien nettipoliisit. Sosiaalisen median palveluiden välityksellä nuorten on helppo esittää poliiseille kysymyksiä. Nuorten on myös helpompi ottaa yhteyttä poliisiin sosiaalisen median välityksellä kuin kasvokkain kun asia arkaluontoinen. Tällaisia arkaluonteisia aiheita on esimerkiksi kiusaaminen ja seksuaalirikokset.

Tämän tutkielman keskeiset käsitteet ovat nuoret (engl. the young), sosiaalinen media (engl. social media) ja poliisi (the police).

Tilastokeskuksen (2009) mukaan *nuoria* ovat 15–24 -vuotiaat. Nuorille teknologia on niin luonnollinen osa elinympäristöä, että se on melkein näkymätöntä. Heidän netissä käyttämänsä aika ei ole pois harrastuksista tai kavereiden tapaamisesta. Nuoret osaavat myös käyttää sosiaalista mediaa tehokkaasti muun muassa muodostaessaan yhteisöjä ja vaikuttaessaan yhteiskunnallisiin asioihin. (Tapscott, 2010).

Kangas, Toivonen ja Bäck (2007) määrittelevät *sosiaalisen median* koostuvan kolmesta käsitteestä, joita ovat teknologia, sisältö ja yhteisö. Kankaan, Toivosen ja Bäckin (2007) mukaan Web 2.0 tarjoaa teknologisen ympäristön sosiaaliselle medialle. Sisällöllä puolestaan tarkoitetaan käyttäjien tuottamaa ja jakamaa sisältöä ja yhteisöllä käyttäjien luomaa yhteisöä, joka auttaa jäsentämään mielenkiintoisen materiaalin löytymistä. (Kangas, Toivonen ja Bäck, 2007).

Poliisi määritellään tutkimuksessa kahdella eri tasolla. Ensimmäinen taso on poliisiorganisaatio ja toinen poliisi yksittäisenä henkilönä. Poliisiorganisaatio on sisäasianministeriön alainen organisaatio ja siten osa julkishallintoa. Poliisihallitus ohjaa ja johtaa operatiivista toimintaa. Poliisilaitokset, poliisin valtakunnalliset yksiköt sekä Poliisiammattikorkeakoulu ja Poliisin tekniikkakeskus toimivat Poliisihallituksen suorassa alaisuudessa. Poliisin valtakunnallisia

yksiköitä puolestaan ovat ammattimaisen rikoksentorjuntaan erikoistunut Keskusrikospoliisi, liikenteenvalvonnasta vastaava Liikkuva poliisi ja sisäisestä ja ulkoisesta turvallisuudesta vastaava Suojelupoliisi. (Poliisi.fi, 2012). Poliisin tehtäviksi määritellään poliisilain mukaan ”oikeus- ja yhteiskuntajärjestyksen turvaaminen, yleisen järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitäminen sekä rikosten ennalta estäminen, selvittäminen ja syyteharkintaan saattaminen” (Poliisilaki, 2011). Poliisi yksittäisenä henkilönä tarkoittaa yksittäistä poliisia. Esimerkiksi nettipoliisit ovat oikeita poliiseja, joilla on sosiaalisessa mediassa profiilit. Tässä tutkielmassa käytetään termiä nettipoliisi kun puhutaan netissä ja sosiaalisessa mediassa työskentelevistä poliiseista yksittäisinä henkilöinä.

Tämän tutkielman tutkimusongelmat ovat: Miksi nuoret ja poliisi käyttävät sosiaalista mediaa? Miksi nuoret käyttävät sosiaalista mediaa ottaessaan yhteyttä poliisiin?

Tutkielman tärkeimpänä motiivina on aiheen ajankohtaisuus. Poliisin sosiaalisen median käytöstä on jonkin verran tutkimusta ulkomailta, esimerkiksi Yhdysvalloista. Vaikka Suomen poliisin sosiaalisen median käytöstä ei ole vielä paljoa akateemista tutkimusta, aiheesta on käsitelty paljon eri lehdissä. Esimerkiksi Ylen uutisissa poliisin sosiaalisen median käyttöä on käsitelty vuonna 2011 muun muassa otsikoilla ”Poliisi entistä vahvemmin sosiaalisessa mediassa” ja ”Helsingin virtuaalipoliisille tulvii viestejä” (Yle.fi, 2011). Verkkouutisissa puolestaan on kirjoitettu aiheesta otsikolla ”Virtuaalipoliisi ratkoo rikoksia Facebookin avulla” (Verkkouutiset.fi, 2011). Vuonna 2012 aiheesta löytyy uutisia muun muassa otsikoilla ”Työryhmä esittää nettipoliisien määrän lisäämistä” (Helsingin uutiset.fi, 2012), ”Poliisille tulvii ilmoituksia kiusaamisesta Facebookissa” (HS.fi, 2012) ja ”Poliisi laajentaa reviiriään netissä” (Helsingin sanomat, 2012). Nettipoliisien saavuttaneesta julkisuudesta kertoo myös se, että heistä tehdään myös kevyempiä juttuja. Esimerkiksi Yle.fi (2012) kirjoittaa ”Nettipoliisi Forss uhattiin heittää ulos Facebookista”. Syynä tähän otsikointiin oli, että Facebook luuli nettipoliisi Marko Forssin lähettävän spämmiä, sillä hän oli lähettänyt paljon viestejä Facebookissa (Yle.fi, 2012). Helsingin nettipoliisin ylikonstaapeli Marko Forss on valittu vuoden poliisiksi 2011 ansiokkaan nettipoliisityönsä johdosta (Poliisi.fi, 2012).

Tähän tutkielmaan on kerätty tietoa kolmella eri menetelmällä: kirjallisuudesta sekä sosiaalisen median palvelun kautta lähettyjen kyselyiden ja yhden haastattelun avulla. Julkishallinnon, erityisesti poliisin ja nuorten sosiaalisen median käytöstä tietoa on etsitty kirjallisuudesta ja tieteellisistä artikkeleista sekä konferenssi-julkaisuista. Tieteelliset artikkelit ja konferenssijulkaisut on etsitty Nelli-järjestelmän monihaun kautta informaatioteknologian- ja viestintätieteiden tietokannoista. Informaatioteknologian tietokantoja, joista artikkeleita ja konferenssijulkaisuja on haettu, ovat esimerkiksi ACM Digital Library, IEEE Computer Society ja IEEE Xplore. Viestintätieteiden tietokannoista on käytetty muun muassa tietokantoja Linguistics and Language Behavior Abstracts (ProQuest), Emerald Journals ja EBSCO. Lisäksi tietoa on haettu monialaisista tietokannoista, kuten Web of Science:stä, sosiaalisen median monitieteisyyden takia.

Tutkielman empiiriseen osuuteen kerättiin tietoa haastattelun ja kyselyiden avulla. Haastateltavana oli Helsingin nettipoliisissa pisimpään toiminut, vuoden 2011 poliisiksiin valittu, ylikonstaapeli Marko Forss. Syynä tähän valintaan oli se, että Marko Forss oli toiminut haastattelun ja kyselyiden toteuttamisen aikaan nettipoliisina noin kolme vuotta, kun taas loput eri poliisipiirien nettipoliisit vain noin vuoden. Eri paikkakuntien nettipoliiseille puolestaan lähetettiin kyselyt Facebookin kautta, koska Facebook on sosiaalisen median palvelu, jossa kaikki Suomen nettipoliisit toimivat. Facebook valittiin kyselyiden toteuttamisen kanavaksi myös siksi, että sen kautta pystyy viestimään vuorovaikutteisesti, päinvastoin kuin tavallisella kyselylomakkeella. Esimerkiksi nettipoliisit pystyivät halutessaan kysymään tarkentavia kysymyksiä kyselyn kysymyksistä. Helsingin nettipoliisin kolme jäsentä, mukaan lukien Marko Forss, työskentelevät päätoimisesti sosiaalisessa mediassa, kun taas eri poliisipiirien nettipoliisit vaihtelevasti muun poliisityön ohessa. Eri poliisipiirien nettipoliiseilla on käytettävissä keskimäärin 10 prosenttia työajasta työskentelyyn sosiaalisessa mediassa.

Koska Suomen nettipoliisitoiminnasta ei ole vielä olemassa tieteellistä tutkimusta, on lähteinä myös muutamia lehtijuttuja. Näitä lehtijuttuja on kerätty muun muassa Helsingin Sanomista ja Ylen uutisista. Lehtijutut toimivat tutkimuksessa esimerkkeinä nettipoliisitoiminnasta ja sen saavuttamasta julkisuudesta.

Tämä tutkielma koostuu kuudesta luvusta. Tutkielman luvussa 2 määritellään tarkemmin sosiaalisen median käsite ja esitellään sosiaalisen median palveluita sekä pohditaan sosiaalisen median käytön omaksumista teknologian hyväksymismallin pohjalta. Luvussa 3 käsitellään nuorten sosiaalisen median käyttöä sekä käyttötapoja ja syitä nuorten sosiaalisen median käyttöön. Luvussa käsitellään myös nuorten sosiaalisen median palveluiden käytön omaksumista teknologian hyväksymismallin kautta. Luku 4 käsittelee poliisin sosiaalisen median käyttöä. Luvussa käydään läpi poliisin sosiaalisen median käyttöä maailmalla, tarkastellaan Suomen poliisin sosiaalisen median käyttötapoja Facebookissa sekä käsitellään Helsingin nettipoliisin sosiaalisen median kautta saamia yhteydenottoja ja niiden kehitystä vuosina 2010 ja 2011. Tutkielman luku 5 käsittelee empiiristä tutkimusta nuorista ja nettipoliiseista sosiaalisessa mediassa. Luvussa kuvataan, miten empiirinen tutkimus toteutettiin ja mikä tulos siinä saadaan nuorten yhteydenotoista poliisiin sosiaalisen median kautta. Luku 6 puolestaan on yhteenveto, jossa kerrotaan tutkielman päätelmät ja esitetään ehdotus jatkotutkimuksen tutkimuskysymyksistä.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisen median suosio on kasvanut huimasti internetin käyttäjien keskuudessa viimeisimmän viiden vuoden aikana. Jopa sadat miljoonat ihmiset käyttävät sosiaalisen median palveluita osana päivittäisiä rutiinejaan (Guy, Jacovi, Perer, Ronen & Uziel, 2010). Vuodesta 2005 vuoteen 2009 amerikkalaisten aikuisten internetin käyttö on kasvanut 67 prosentista 79 prosenttiin. 46 prosenttia näistä internetin käyttäjistä kertoi käyttävänsä myös sosiaalisen median palvelua, kuten MySpacea, Facebookia tai Linkediniä (Lux Wigand, 2010). Sosiaalisen median palveluiden käytöstä on tullut jopa välttämätöntä miljoonille käyttäjille Yhdysvalloissa (Agichtein, Castillo, Donato, Gionis & Mishne, 2008). Tässä luvussa esitellään sosiaalisen median määritelmiä ja palveluita. Lisäksi luvussa kuvataan teknologian hyväksymismalli.

2.1 Sosiaalisen median määritelmiä

Sosiaalinen media on käsite, jota voidaan lähestyä useasta eri näkökulmasta. Informaatioteknologian lähestymistavassa sosiaaliseen mediaan teknologialla on suurempi osuus, kun taas viestinnän näkökulmassa painottuu ihmisten väliset suhteet ja kommunikointi. Seuraavaksi kuvataan muutamia sosiaalisen median määritelmiä.

Kaplan & Haenlein (2010) lähestyvät sosiaalisen median käsitettä informaatioteknologisesta näkökulmasta termien Web 2.0 ja käyttäjien luoma sisältö (engl. User Generated Content, UGC) avulla. Heidän mukaansa Web 2.0 tarjoaa alustan sosiaalisen median kehittymiselle. Käyttäjien luoma sisältö puolestaan on julkista, avointa ja käyttäjien itsensä luomaa. Sisältö ei ole vain tekstiä, vaan se voi olla myös kuvaa tai ääntä. Käyttäjien luoma sisältö on julkaistu joko internet-sivuilla tai sosiaalisen median palvelussa tietyille käyttäjäjoukolle. Kaplan & Haenlein (2010) tiivistävät sosiaalisen median tarkoittamaan ryhmää internet-pohjaisia sovelluksia, jotka on rakennettu ideologiselle ja teknologiselle Web

2.0:n pohjalle ja jotka mahdollistavat käyttäjien luoman sisällön tekemisen ja levittämisen. (Kaplan & Haenlein, 2010).

Pitt, Parent, Steyn, Berthon ja Money (2011) puolestaan lähestyvät sosiaalisen median määritelmää viestinnän näkökulmasta. He määrittelevät sosiaalisen median tarkoittamaan informaatiosisältöä, jonka käyttäjät ovat tuottaneet käyttäen helppokäyttöisiä ja skaalautuvia julkaisuteknologioita. Sosiaalinen media on siis yhdistelmä sosiaalisen verkostoitumisen vaikutuksia ja teknologiaa, joka muuttaa monologin dialogiksi ja sen avulla tekee informaatiosta tasa-arvoisempaa. Sosiaalinen media mahdollistaa jokaisen, joka pääsee käyttämään internetiä, julkaisemaan netissä. Näin käyttäjät muuttuvat passiivisista sisällön vastaanottajista aktiivisiksi sisällön julkaisijoiksi. (Pitt, Parent, Steyn, Berthon & Money, 2011).

Tässä tutkielmassa käytetään Kankaan, Toivosen ja Bäckin (2007) määritelmää, jonka mukaan sosiaalinen media koostuu kolmesta käsitteestä. Nämä käsitteet ovat sisältö, yhteisöt ja Web 2.0 – teknologia. Web 2.0 tarkoittaa joukkoa teknologioita, jotka tarjoavat ympäristön sosiaalisen median toteuttamiselle. Sisältö puolestaan tarkoittaa käyttäjien tuottamaa ja jakamaa sisältöä, esimerkiksi tekstiä, videoita tai kuvia. Yhteisöllä tarkoitetaan käyttäjien muodostamaa yhteisöä. Sosiaalisen median sovelluksille, tyypillisiä piirteitä ovat osallistuminen, avoimuus, keskustelu, yhteisöt ja verkottuminen. (Kangas, Toivonen & Bäck, 2007). Alla on Kankaan, Toivosen ja Bäckin (2007) kuvio sosiaalisen median ydinkäsitteistä.



KUVIO 1 Sosiaalisen median ydinkäsitteet (Kangas, Toivonen & Bäck, 2007)

2.2 Sosiaalisen median palveluita

Tässä alaluvussa esitellään sosiaalisen median palveluiden jaottelua sekä annetaan muutamia esimerkkejä sosiaalisen median palveluista. Esimerkit sosiaalisen median palveluista on jaoteltu Juslénin (2009) luokittelun mukaan. Juslén (2009) jakaa sosiaalisen median palvelut kolmeen ryhmään, joita ovat verkottumispalvelut, sisällön julkaisupalvelut ja tiedon luokittelu- ja arvioimispalvelut. Verkottumispalveluissa tarkoituksena on yhteisöjen muodostuminen ja kanssakäyminen. Julkaisupalveluiden avulla tarjotaan kaikille mahdollisuus jakaa jo tuotettua sisältöä vapaasti. Tiedon luokittelu- ja arvioimispalveluiden tarkoituksena on tarjota välineitä tiedon luokitteluun ja järjestämiseen ja tiedon arviointiin.

Lietsala ja Sirkkunen (2008) puolestaan jakavat sosiaalisen median palvelut useampaan ryhmään kuin Juslén (2009). Heidän mukaansa ryhmiä on yhteensä kuusi ja nämä ovat sisällöntuottaminen ja julkaiseminen, sisällön jakaminen, sosiaaliset verkostoitumispalvelut, yhteistuotanto, virtuaalimaailmat ja liitännäiset, jotka ovat muiden sosiaalisen median palveluiden kautta käytettäviä pelejä. Sosiaalisen median palvelu ei välttämättä kuulu vain yhteen näistä ryhmistä, vaan siinä voi olla osia useastakin eri ryhmästä. Seuraavaksi esitellään esimerkkejä sosiaalisen median palveluista Juslénin (2009) ryhmittelyn mukaisesti.

Twitter on suuren julkisuuden saavuttanut sosiaalisen median verkottumispalvelu. Sitä on alettu käyttää myös julkishallinnon organisaatioissa. Twitter on vuonna 2006 perustettu sosiaalisen verkostoitumisen ja mikrobloggauksen palvelu, jossa käyttäjät voivat lähettää ja lukea viestejä, joita kutsutaan tviiteiksi (engl. tweet) (Lux Wigand, 2010). Palvelu on useiden muiden sosiaalisen median sovellusten tapaan ilmainen. Juslénin (2009) mukaan Twitterissä on kahdenlaisia verkostosuhteita: molemminpuolista seuranta ja toispuolista seuranta.

LinkedIn on myös verkottumispalvelu, joka keskittyy erityisesti uraan ja työelämään. Käyttäjä voi perustaa palveluun profiilin, joka on eräänlainen laajennettu ansioluettelo, jossa voi myös esitellä erityistaitojaan kattavasti. Profiilia voi täydentää esimerkiksi tuomalla sisältöä blogista tai julkaisupalveluista sekä jakamalla tiedostoja. Käyttäjien välinen sosiaalisen median tunnusomainen verkosto syntyy palvelussa joko käyttäjän kutsuessa toisen käyttäjän tai ulkopuolisen oman verkostonsa jäseneksi tai käyttäjän hyväksyessä kutsun toiselta käyttäjältä. LinkedIn on maksuton, mutta tarjolla on myös laajempi maksullinen versio. (Juslén 2009; Salmenkivi & Nyman 2008).

Blogger on blogin julkaisupalvelu, johon käyttäjät voivat luoda omia blogejaan. Blogilla tarkoitetaan verkkosivua tai -sivustoa, joihin blogin ylläpitäjät kirjottavat näkemyksiään ja mielipiteitään eri asioista. Blogit ovat verrattavissa päiväkirjoihin, mutta nykyään niitä voidaan käyttää paljon monimuotoisemmin hyväksi. Usein blogit eivät ole yleisistä asioista kertovia päiväkirjoja, vaan ne keskittyvät tiettyyn, tarkoin määriteltyyn aiheeseen. Yksi

blogien tärkeimmistä piirteistä on se, että niitä pääsevät kommentoimaan myös blogien lukijat. Kommentointi on pääsääntöisesti avointa kaikille ja usein blogien suosiota mitataan niiden saamien kommenttien määrällä. Blogeille ominaista on ajan hermolla oleminen ja henkilökohtaisuus. Blogeissa voi olla linkkejä toisiin blogeihin, mikä on erittäin tehokasta markkinoinnin ja viestinnän kannalta. (Juslén 2009; Salmenkivi & Nyman 2008) Näin ollen Bloggerilla on myös verkottumispalvelun ominaisuuksia.

YouTube on videoiden jakamiseen tarkoitettu sisällönjulkaisupalvelu. Se on perustettu vuonna 2005, minkä jälkeen sen suosio on kasvanut huomasti. Nykyisin YouTubea tarjotaan 54 eri kielellä ja palvelusta katsotaan yli 4 miljardia videota päivässä (Youtube, 2012). YouTubeen voi luoda käyttäjätunnuksen, jonka jälkeen on mahdollista lisätä omia videoita, katsoa ja ladata muiden lisäämiä videoita sekä kommentoida niitä. (Juslén 2009; Salmenkivi & Nyman 2008).

Facebook on vuonna 2004 perustettu suuren suosion saavuttanut sosiaalisen median verkottumispalvelu, jossa käyttäjä voi luoda oman profiilin, kerätä ystäviä, jotka voivat lähettää viestejä toistensa sivuille, joita kutsutaan ”seiniksi”. Lisäksi Facebookissa voi tutustua toisten profiileihin ja muodostaa ryhmiä esimerkiksi kiinnostuksen kohteiden mukaan. Facebook on todella suosittu monenikäisten keskuudessa ja myös useat organisaatiot ovat alkaneet käyttää sitä. (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Kesäkuussa 2012 Facebookissa oli 955 miljoonaa kuukausittain aktiivista käyttäjää, joista yli puolet käyttää Facebookia joka päivä (Facebook, 2012). Suomalaisia tuosta määrästä oli yli 2 miljoonaa (Socialbakers.com, 2012).

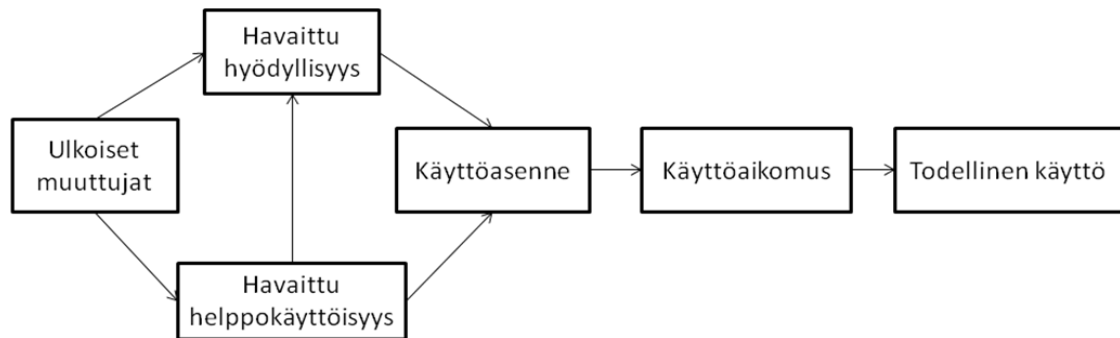
IRC-galleria on suosittu suomalainen 15–24 -vuotiaille nuorille suunnattu verkottumispalvelu, jossa nuoret voivat pitää yhteyttä ystäviinsä. Jokaisella käyttäjällä on oma profiili, johon hän voi lisätä kuvia ja kirjoittaa päiväkirjamerkintöjä. Kommunikointi IRC-galleriassa tapahtuu kuviin ja päiväkirjamerkintöihin kirjoitettujen kommenttien avulla. IRC-galleriassa voi myös kuulua yhteisöihin ja perustaa itse yhteisöjä. Yhteisöjen sivuilla voi keskustella yhteisön nimen ilmoittamasta aiheesta. (IRC-galleria, 2012).

2.3 Sosiaalinen media ja teknologian hyväksymismalli

Kuten jo aiemmin mainittiin, sosiaalinen media on saavuttanut suuren suosion internetin käyttäjien keskuudessa. Suuri osa internetin käyttäjistä on siis omaksunut hyvin sosiaalisen median käytön. Tätä sosiaalisen median käytön omaksumista ja käyttöä yleisesti voidaan lähestyä teknologian hyväksymismallin (engl. technology acceptance model, TAM) näkökulmasta. TAM-mallin tärkein tavoite on selvittää havaitun hyödyllisyyden ja helppokäyttöisyyden vaikutusta henkilökohtaisiin asenteisiin ja käyttöaikomukseen ja siten myös teknologian tai järjestelmän käyttöön. Teknologian hyväksymismallin kehitti vuonna 1986 Fred D. Davis, minkä jälkeen mallista on tehty muokattuja versioita, kuten

TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000) sekä TAM-malli, joka laajentaa alkuperäistä mallia selittämällä tarkemmin havaittua helppokäyttöisyyttä (Venkatesh, 2000).

Davis, Bagozzi ja Warshaw (1989) kuvaavat TAM-mallin seuraavalla tavalla:

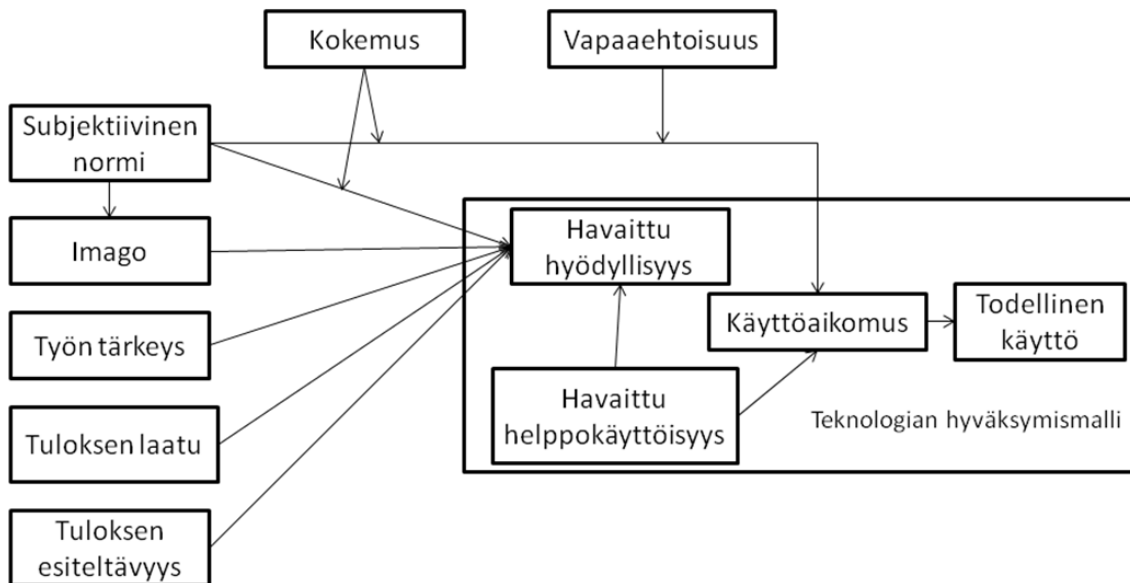


KUVIO 2 TAM-malli (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989). Tekijän suomentama.

Kuvion ensimmäinen tekijä on ulkoiset muuttujat (engl. external variables). Ne ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat käyttäjän kokemaan teknologian käytön havaittuun hyödyllisyyteen ja havaittuun helppokäyttöisyyteen. Myös havaittu helppokäyttöisyys vaikuttaa havaittuun hyödyllisyyteen. Havaittu hyödyllisyys ja helppokäyttöisyys vaikuttavat yhdessä käyttäjän käyttöasenteeseen, mikä puolestaan vaikuttaa käyttäjän aikomukseen käyttää teknologiaa tai järjestelmää. Havaittu helppokäyttöisyys vaikuttaa myös suoraan käyttöaikomukseen. Käyttöaikomus taas vaikuttaa todelliseen järjestelmän tai teknologian. (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989). Käyttäjät hyväksyvät helpommin uuden teknologian, joka koetaan helpoksi ja hyödylliseksi käyttää (Davis, 1989).

Havaitulla hyödyllisyydellä tarkoitetaan käyttäjän subjektiivista kokemusta siitä, miten teknologia tai sovellus parantaa hänen suorituskäytönsä työssä. Havaittu käytön helppous puolestaan tarkoittaa kuinka vaivattomana käyttäjä kokee teknologian käytön. Havaittu hyödyllisyys on ensisijainen tekijä, joka vaikuttaa teknologian käyttöön. Havaittu käytön helppous puolestaan on toiseksi tärkein tekijä. (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989).

Venkateshin ja Davisin (2000) TAM2-malli selittää havaittuun hyödyllisyyteen vaikuttavia tekijöitä TAM-mallia selvemmin ja yksityiskohtaisemmin. TAM2-malli on kuvattu seuraavassa kuviossa.



KUVIO 3 TAM2-malli (Venkatesh & Davis, 2000). Tekijän suomentama.

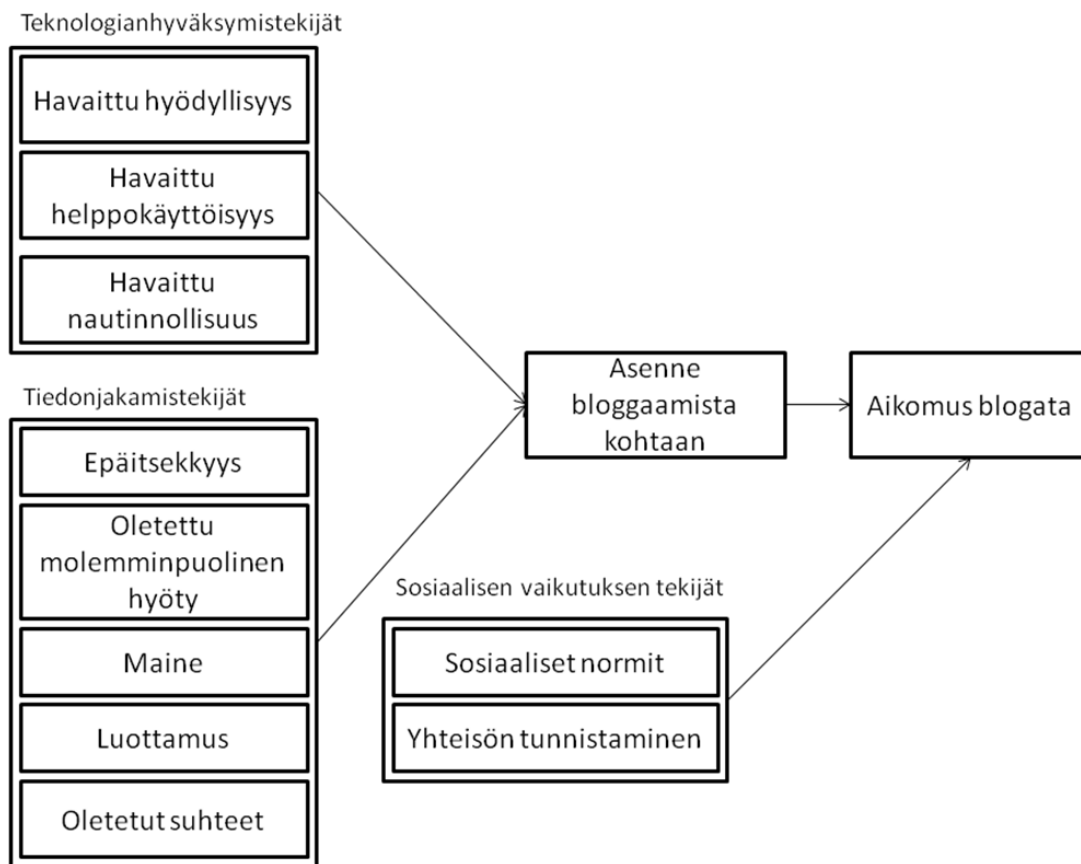
TAM2-mallissa esitellään aiemman mallin laajenuksena joukko sosiaalisia ja kognitiivisia tekijöitä, jotka vaikuttavat havaittuun käytön hyödyllisyyteen. Sosiaalisia vaikuttavia tekijöitä ovat subjektiivinen normi, vapaaehtoisuus ja imago. Subjektiiivisella normilla tarkoitetaan käyttäjän mielikuvaa siitä, uskovatko muut käyttäjät hänen onnistuvan teknologian käytössä. Vapaaehtoisuudella tarkoitetaan todennäköisyyttä, jolla käyttäjä alkaa käyttää teknologiaa ilman käskyä. Imago puolestaan on käyttäjän sosiaalinen status yhteisössä. (Venkatesh & Davis, 2000).

Kognitiivisia käyttöön vaikuttavia tekijöitä ovat työtehtävän tärkeys, tuloksen laatu ja tuloksen esiteltävyys. Työtehtävän tärkeys on käyttäjän henkilökohtainen mielipide siitä, onko teknologia hänen työtehtävänsä kannalta oleellinen. Tuloksen laadulla tarkoitetaan käyttäjän havaintoja siitä, miten teknologian käyttö vaikuttaa työn tulosten laatuun ja tulosten esiteltävyydellä teknologian käytöstä seuraavia konkreettisia tuloksia. (Venkatesh & Davis, 2000).

Koska teknologian hyväksymismallia on käytetty laajasti erilaisten uusien informaatioteknologioiden omaksumiseen ja käyttöön, voidaan sitä soveltaa myös sosiaaliseen mediaan. Hossain ja De Silva (2009) ovat tutkineet sosiaalisten verkostojen vaikutusta teknologian hyväksymiseen verkkoyhteisöissä. He lisäsivät alkuperäiseen TAM-malliin vahvat ja heikot sosiaaliset sidokset ja tutkivat niiden vaikutusta verkkoyhteisöjen käytön omaksumisessa ja käytössä. Vahvoilla sidoksilla tarkoitetaan sitä, että suhteen ylläpitoon käytetään paljon aikaa ja suhde on molemminpuolinen, sekä toiseen luotetaan paljon. Heikossa sidoksessa vuorovaikutus on harvempaa ja suhde ei ole emotionaalisesti kovinkaan vahva. Hossainin ja De Silvan (2009) tutkimuksen tulos oli, että sosiaalisilla sidoksilla oli suuri vaikutus uusien käyttäjien informaatioteknologian omak-

sumiseen. Hossainin ja De Silvan (2009) mukaan sekä vahvoilla että heikoilla sosiaalisilla sidoksilla oli suuri vaikutus käyttäjän asenteeseen uutta teknologiaa, virtuaaliyhteisöjä, kohtaan. (Hossain ja De Silva, 2009). Tämä Hossainin ja De Silvan (2009) päätelmä vahvojen ja heikkojen sosiaalisten sidosten vaikutuksesta uuden teknologian omaksumiseen koskee varmasti myös muitakin verkostoitumiseen tähtääviä sosiaalisen median palveluita.

Hsu ja Lin (2007) ovat puolestaan tutkineet erään sosiaalisen median palvelun, blogien, käyttöä teknologian hyväksymismallin näkökulmasta. Heidän blogeihin sovellettu teknologian hyväksymismalli on esitetty alla olevassa kuviossa.



KUVIO 4 Teknologian hyväksymismalli blogeista (Hsu & Lin, 2007). Tekijän suomentama.

Hsu ja Lin (2007) ovat jakaneet bloggaukseen vaikuttavat tekijät kolmeen ryhmään eli teknologianhyväksymistekijöihin, tiedonjakamistekijöihin ja sosiaalisen vaikutuksen tekijöihin. Teknologianhyväksymis-tekijät jakautuvat edelleen havaittuun hyödyllisyyteen, havaittuun ja havaittuun. Tiedonjakamistekijöitä puolestaan ovat epäitsekkyys, oletettu molemminpuolinen, maine, luottamus ja oletetut suhteet. Sosiaalisen vaikutuksen tekijöitä on kaksi sosiaaliset normit ja yhteisön tunnistaminen. Edellä mainituista tekijöistä sosiaalisen vaikutuksen

tekijät vaikuttavat suoraan aikomukseen blogata. Teknologianhyväksymistekijät ja tiedonjakamistekijät puolestaan vaikuttavat bloginkäyttöasenteeseen ja sitä kautta aikomukseen blogata. (Hsu & Lin, 2007).

Hsun ja Lin (2007) tutkimuksen mukaan havaittu helppokäyttöisyys ja havaittu nautinnollisuus vaikuttivat paljon blogien käyttöasenteeseen. Myös epäitsekkyyks ja maine olivat tekijöitä, jotka vaikuttivat bloginkäyttöasenteeseen, kun taas loppujen tiedonjakamistekijöiden vaikutus asenteeseen oli vähäinen. Sosiaalisen vaikutuksen tekijöistä yhteisön tunnistaminen vaikutti sosiaalista normia enemmän käyttäjien aikomukseen blogata. (Hsu & Lin, 2007).

3 NUORET SOSIAALISESSA MEDIASSA

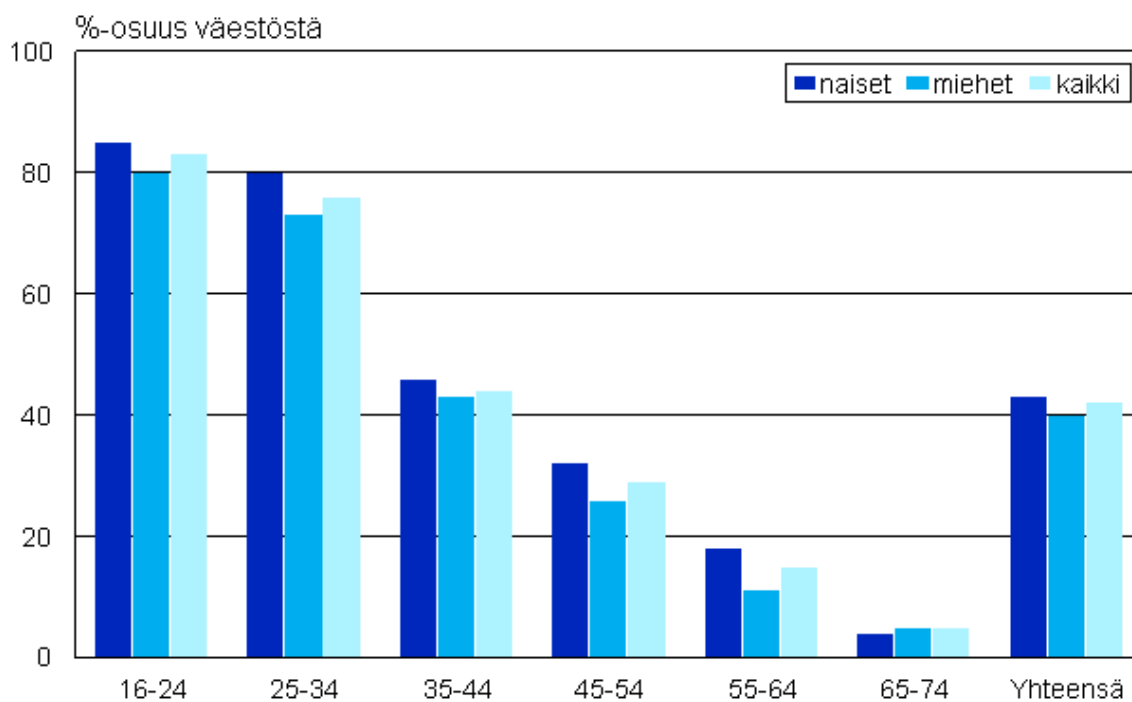
Nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluja päivittäin, jopa monta kertaa päivässä. He ovat omaksuneet sosiaalisen median palvelut tehokkaasti käyttöönsä. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa muun muassa keskustellakseen ystäviensä kanssa, mutta myös kansainvälistyäkseen, luodakseen yhteisöjä ja jakaakseen tietoa. Tässä luvussa käsitellään nuorten sosiaalisen median omaksumista teknologian hyväksymismallin pohjalta, sekä kuvataan syitä nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttöön.

Tilastokeskuksen (2009) mukaan nuoria ovat 15–24 -vuotiaat. Tapscott (2010) puolestaan käyttää nykyajan nuorista ja nuorista aikuisista termiä nettisukupolvi. He ovat syntyneet vuosina 1977–1997. Tärkeää on ottaa huomioon myös se, että tätäkin nuoremmat käyttävät Internetiä ja sosiaalisen median palveluita. Tapscottin (2010) mukaan nykynuorten eli nettisukupolven määritelmä on melko laaja, yhteensä 20 vuotta. Tästä johtuen tässä tutkielmassa käytetään Tilastokeskuksen (2009) nuorten määritelmää.

Nykyajan nuoret ovat kasvaneet digitaalisten laitteiden ympäröimänä, mikä on vaikuttanut huomattavasti heidän ajattelutapaansa. Näille nuorille tekniikka ja teknologia ovat näkymätöntä ja luonnollinen osa elinympäristöä. Huomioitavaa kuitenkin on, että kaikilla tämän ikäryhmän nuorista ei ole ollut samoja mahdollisia teknologian ja internetin käyttöön. Esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Euroopassa asuvilla nuorilla on ollut huomattavasti parempi mahdollisuus käyttää internetiä kuin köyhemmissä maanosissa, kuten Afrikassa, asuvilla nuorilla. Teknologian käyttö on kuitenkin alkanut lisääntyä osassa köyhistä alueista, kuten esimerkiksi Aasiassa. (Tapscott, 2010).

Vuonna 2010 suomalaisista nuorista noin 70–85 prosentilla oli profiili ainakin yhdessä sosiaalisen median palvelussa, kuten Facebookissa tai Twitterissä. 16–24 -vuotiaista nuorista profiili oli 83 prosentilla, kun taas 25–34 -vuotiaista profiili oli 76 prosentilla. 35–44 -vuotiaista profiili oli puolestaan vain 44 prosentilla, mistä huomaa selkeästi nettisukupolven rajan. Vanhimmissa ikäryhmissä sosiaalista mediaa käyttivät vain harvat. Nuorten suuri käyttäjämäärä nosti kuitenkin sosiaalisen median käyttäjien kokonaismäärän 42 prosenttiin. Alla olevassa taulukossa on kuvattu, kuinka suurella osalla eri ikäryhmien

edustajista on profiili jossain sosiaalisen median palvelussa. (Tilastokeskus, 2010).

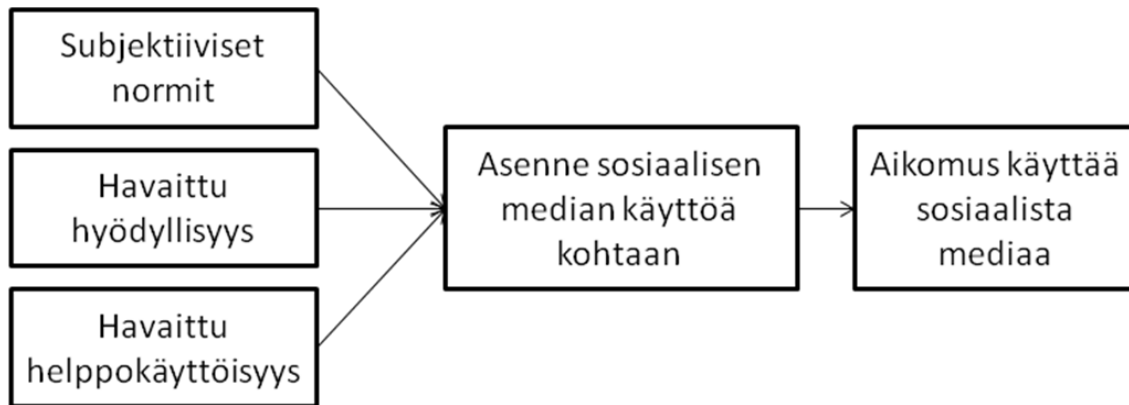


KUVIO 5 Profiili sosiaalisessa mediassa ikäryhmittäin (Tilastokeskus, 2010)

3.1 Nuoret ja sosiaalisen median teknologian hyväksymismalli

Luvussa 2.3. esiteltyä teknologian hyväksymismallia (Davis, Bagozzi ja Warshaw, 1989) on sovellettu myös nuorten sosiaalisen median omaksumisen tarkasteluun. Tässä alaluvussa kuvataan Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) ja Dhumen, Pattanshettin, Kamblen ja Prasadin (2012) tekemiä teknologian hyväksymismalliin pohjaavia tutkimuksia nuorten sosiaalisen median käytön omaksumisesta.

Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad (2011) tutkivat opiskelijoiden asenteita ja aikomusta käyttää sosiaalisen median palveluita. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää tekijöitä, jotka ennustavat opiskelijoiden asenteita ja aikomuksia käyttää sosiaalisen median palveluita. Tutkimuksen pohjana Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad (2011) käyttivät seuraavaa sosiaalisen median omaksumiseen sovellettua teknologian hyväksymismallia.



KUVIO 6 Teoreettinen TAM-malli sosiaalisen median omaksumisesta (Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad, 2011). Tekijän suomentama.

Mallin mukaan subjektiiviset normit, havaittu hyödyllisyys ja havaittu helppokäyttöisyys vaikuttavat käyttäjän asenteeseen sosiaalisen median käyttöä kohtaan. Tämä puolestaan vaikuttaa käyttäjän aikomukseen käyttää sosiaalista mediaa. Subjektiiivinen normi kuvaa sitä, millaista käyttäytymistä hänelle tärkeät henkilöt odottavat häneltä kuvatussa tilanteessa. Havaittu hyödyllisyys tarkoittaa sitä, kuinka paljon käyttäjä uskoo sosiaalisen median auttavan häntä työssään. Havaittu helppokäyttöisyys puolestaan tarkoittaa käsitystä siitä, kuinka paljon käyttäjän pitää nähdä vaivaa käyttääkseen sosiaalista mediaa. (Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad, 2011).

Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) mukaan havaittu helppokäyttöisyys on tekijä, joka vaikuttaa enemmän nuorten asenteeseen sosiaalisen median käyttöä kohtaan kuin havattu hyödyllisyys tai subjektiiviset normit. Opiskelijan asenne puolestaan on tekijä, joka vaikuttaa voimakkaasti aikomukseen käyttää sosiaalisen median palveluita. Lisäksi sosiaalisen median käytön havaittu helppous vaikuttaa sen hyödyllisyyteen, kuten myös Davisin, Bagozzin ja Warshawn (1989) teknologian hyväksymismallikin osoittaa. Eniten sosiaalisen median omaksumisen vaikuttava tekijä on kuitenkin opiskelijan asenne. (Shittu, Basha, AbdulRahman ja Ahmad, 2011).

Dhume, Pattanshetti, Kamble ja Prasad (2012) ovat myös tarkastelleet nuorten sosiaalisen median omaksumista teknologian hyväksymismallin pohjalta. Heidän tutkimuksensa kohteena olivat kauppatieteiden opiskelijat Intiassa. Empiiriseen internetin välitykselle suoritettuun tutkimukseen osallistui yhteensä 145 kauppatieteiden opiskelijaa. Tutkimuksensa pohjana he käyttivät edellä kuvattua Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) kehittämää sosiaalisen median teknologian hyväksymismallia. Myös subjektiivisten normien, havaitun helppokäyttöisyyden ja havaitun helppokäyttöisyyden määritelmät olivat samat. (Dhume, Pattanshetti, Kamble ja Prasad, 2012).

Dhumen, Pattanshettin, Kamblen ja Prasadin (2012) tutkimustuloksen mukaan havaittu hyödyllisyys ja havaittu helppokäyttöisyys vaikuttavat nuor-

ten asenteeseen sosiaalisen median käyttöä kohtaan. Näistä tekijöistä havaittu hyödyllisyys vaikuttaa jonkun verran käyttöasenteeseen, kun taas havaitun helppokäyttöisyyden vaikutus on huomattavasti vahvempi. Puolestaan subjektiivisella normilla koettiin olevan vain vähäinen vaikutus sosiaalisen median käyttöasenteeseen. (Dhume, Pattanshetti, Kamble ja Prasad, 2012). Näin ollen Dhumen, Pattanshettin, Kamblen ja Prasadin (2012) tutkimustulokset ovat samansuuntaisia kuin Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) tutkimuksen tulokset.

3.2 Nuorten sosiaalisen median käyttötarkoituksia

Nuoret käyttävät tehokkaasti sosiaalisen median palveluita eri tarkoituksiin. Tässä alaluvussa on kuvattu, mihin eri tarkoituksiin nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita.

Pempek, Yermolayeva ja Calvert (2009) ovat tutkineet nuorten aikuisten sosiaalisen median käyttöä Yhdysvalloissa. Heidän mukaansa lukio-opiskelijat käyttävät suosittua sosiaalisen median palvelua, Facebookia, noin 30 minuuttia päivässä osana jokapäiväistä rutiinia. He käyttävät suuremman osan tästä ajasta tutkiakseen muiden luomaa sisältöä kuin sisällön luomiseen itse. Nuoret myös ilmaisevat omaa identiteettiään sosiaalisessa mediassa. (Pempek, Yermolayeva ja Calvert, 2009). Identiteettiään nuoret ilmaisevat jakamalla itsestään erilaisia tietoja. Yleisimmin nuoret jakavat tietoja koulustaan ja parisuhdetilanteestaan sekä kuvia itsestään ja ystävistään. Harvempi puolestaan kertoo oman puhelinnumeronsa sosiaalisessa mediassa. (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007).

Yleisimmin nuoret aikuiset käyttävät sosiaalista mediaa keskustellakseen ja ollakseen vuorovaikutuksessa ystäviensä kanssa (Pempek, Yermolayeva ja Calvert, 2009). Näistä ystävistä suurin osa on sellaisia, jotka nuoret tuntevat myös sosiaalisen median ulkopuolella, esimerkiksi koulusta. Vain harva nuori etsii uusia ystäviä sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalisen median palvelut toimivat siis pikemminkin olemassa olevien ystävyysuhteiden ylläpitoon kuin uusien ystävyysuhteiden luomiseen. Sosiaalinen media on myös tehokas ja toimiva tapa pitää yhteyttä ystäviin, jotka ovat muuttaneet esimerkiksi toiselle paikkakunnalle. (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007).

Eräs nuorille tärkeä tekijä on yhteisöllisyys, jota myös suuri osa sosiaalisen median palveluista tarjoaa. Nuoret haluavat olla samassa sosiaalisen median palvelussa kuin heidän ystävänsä. Esimerkiksi Facebookissa käyttäjät voivat luoda ryhmiä, jotka ovat joko avoimia kaikille tai yksityisiä ryhmiä, joihin ryhmän jäsenet voivat kutsua uusia jäseniä. Ryhmiä voi olla melkein mihin tahansa aiheeseen liittyen ja niissä voidaan keskustella eri aiheista. Facebook edistääkin yhteisöllisyyttä, kun eri asioista kiinnostuneille on omia ryhmiä. (Pempek, Yermolayeva ja Calvert, 2009).

Nuoret luovat myös sosiaalista pääomaa sosiaalisen median kautta. Sosiaalinen pääoma tarkoittaa sosiaalisia verkostoja, normeja ja luottamusta, jotka edistävät jäsenten välistä yhteistoimintaa. Sosiaalisen pääoman on todettu myös

vaikuttavan positiivisesti erilaisiin sosiaalisiin asioihin, kuten parempaan kansanterveyteen, matalampaan rikosten määrään ja tehokkaampiin markkinoihin. Ellisonin, Steinfieldin ja Lampen (2007) mukaan sosiaalisen median palvelu Facebook on tärkeässä roolissa nuorten sosiaalisen pääoman luontiprosessissa ja sosiaalisen pääoman ylläpidossa. Huomattavaa on myös, että pelkkä internetin käyttö ei vaikuta sosiaalisen pääoman kertymiseen päinvastoin kuin sosiaalisen median tehokas käyttö. (Ellison, Steinfiel & Lampe, 2007).

Opiskelevat nuoret ovat alkaneet käyttää sosiaalisen median palveluita myös opiskelun tukena. He muuan muassa kysyvät ystäviltään kysymyksiä eri opiskeluaineisiin liittyen, koordinoivat ryhmätöitä, jakavat tiedostoja ja keskustelevat jopa opettajiensa kanssa sosiaalisen median palveluiden välityksellä. Opiskelijat luovat myös opiskelua tukevia verkostoja sosiaalisessa mediassa opiskelukavereidensa kanssa. (Hratinski & Aghaee, 2011).

Nuoret eivät käytä sosiaalista mediaa vain sisällön jakamiseen ja kaverien kanssa keskusteluun. He käyttävät sitä tehokkaasti muun muassa kansainvälistyäkseen, selvittääkseen ajankohtaisia asioita ja ottaessaan yhteyttä eri organisaatioihin. Nykyajan nuoria on pidetty laiskoina ja itsekeskeisenä aiempien sukupolvien edustajien keskuudessa. Nuoret eivät kuitenkaan ole omahyväisiä ja laiskoja, vaan ottavat kantaa asioihin uudenaikaisella tavalla. (Tapscott, 2010). Nettisukupolven nuoret eivät välttämättä ole poliittisesti yhtä aktiivisia kuin aiemmat ikäluokat. Tämä ei kuitenkaan johdu heidän nuoresta iästään tai laiskuudestaan, vaan enemmänkin sosiaalisesta muutoksesta asenteissa politiikkaa kohtaan. (Grossklags, Appel & Bridges, 2011).

Nettisukupolven nuorten voima näkyi Yhdysvaltojen presidentinvaaleissa vuonna 2008, kun Barack Obama voitti vaalit. Obama sai puolelleen nettisukupolven tehokkaan nettikampanjoinnin avulla. (Tapscott, 2010). Obaman hallinnon yksi päätavoitteista on parantaa kansalaisten osallistumista heidän elämänsä koskeviin päätöksiin uusien teknologioiden välityksellä. Läpinäkyvä, osallistuva ja yhteisöllinen sosiaalinen media tarjoaakin nuorille uuden tavan poliittiseen osallistumiseen. (Grossklags, Appel & Bridges, 2011). Nettisukupolven sosiaalisen median käyttö ei ole jäänyt huomaamatta Obaman hallinnon lisäksi muiltakaan julkishallinnon organisaatioilta. Esimerkiksi paikalliset poliisilaitokset Yhdysvalloissa ovat alkaneet käyttää sosiaalista mediaa viestinnässään. (Heverin & Zach, 2010).

4 SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖTAVAT POLIISISSA

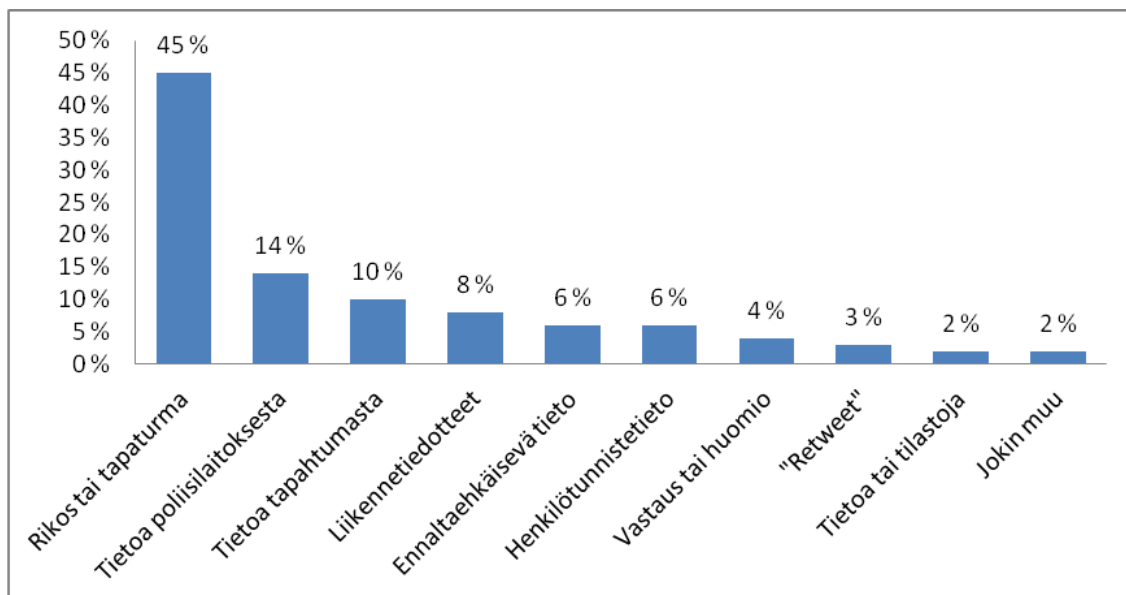
Monen muun julkishallinnon organisaation tavoin myös poliisi on alkanut panostaa sosiaalisen median käyttöön. Sosiaalisen median avulla poliisi voi viestiä kansalaisille tehokkaasti ja saavuttaa nuoret paremmin. On myös tärkeää, että poliisi on läsnä sosiaalisessa mediassa kansalaisten tapaan. Lisäksi sosiaalinen media mahdollistaa paremman vuorovaikutuksen poliisin ja kansalaisten välillä ja tarjoaa kansalaisille helpomman mahdollisuuden yhteydenottoon. Tässä luvussa kuvataan poliisin sosiaalisen median käyttöä maailmalla sekä julkishallinnon sosiaalisen median käyttötapoja Suomen poliisin Facebook-profiilissa. Lisäksi käsitellään Helsingin nettipoliisin sosiaalisen median palveluiden kautta saamia yhteydenottoja.

4.1 Poliisin sosiaalisen median käyttö maailmalla

Julkishallinnon organisaatiot, mukaan lukien poliisiorganisaatio, ovat perinteisesti käyttäneen yksisuuntaisen kommunikoinnin mallia. He ovat informoineet kansalaisia joko suoraan tai uutisten kautta. Nämä organisaatiot eivät kuitenkaan ole vastaanottaneet viestejä kansalaisilta näiden kanavien välityksellä, vaan informaatio on kulkenut vain yhteen suuntaan. Sosiaalinen media on muuttanut tätä yhdensuuntaisen kommunikoinnin mallia. Nykyään poliisi ja myös muut julkishallinnon organisaatiot voivat kommunikoida tehokkaasti kansalaisten kanssa sosiaalisen median välityksellä. (Haverin & Zach, 2010). Syitä poliisin sosiaalisen median käyttöön ovat muun muassa läpinäkyvyyden luominen, kansalaisten rauhoittaminen, julkisuuden saavuttaminen, positiivisten tarinoiden kertominen ja positiivisen poliisi-imagon luominen (Mawby, 2010).

Haverin ja Zach (2010) ovat tutkineet paikallisten poliisilaitosten Twitterin käyttöä Yhdysvalloissa. Noin puolella Yhdysvaltojen suurten kaupunkien poliisilaitoksista on aktiivinen tili Twitterissä. Tutkimuksensa tuloksena Haverin ja

Zach (2010) saivat selville, että poliisilaitokset käyttävät Twitteriä kertoakseen rikoksesta tai tapaturmasta, poliisilaitoksesta, tapahtumasta, liikenteestä, ennaltaehkäisevästä aiheesta, henkilön tunnistamisesta sekä vastatakseen käyttäjien kysymykseen, jakaakseen uudelleen muun käyttäjän tviitin tai kertoakseen tilastotietoa. Nämä tarkoitukset ja niiden prosentuaalinen osuus kaikista tarkoituksista on kuvattu seuraavassa kuviossa. (Haverin & Zach, 2010).



KUVIO 7 Poliisilaitosten tviittien prosenttiosuus sisällön mukaan (Haverin & Zach, 2010)

Eniten poliisilaitokset käyttävät Twitterin tviittejä kertoakseen tietoa rikoksesta tai tapaturmasta. Näitä tviittejä on melkein puolet kaikista poliisilaitosten jakamista tviiteistä. Toiseksi eniten tviittejä käytettiin kertomaan tietoa poliisilaitoksesta tai esimerkiksi palkituista poliiseista. Myös tapahtumista ja liikennetiedoista kerrottiin jonkun verran. Melko harva tviiteistä sisälsi henkilötunnistietoa kadonneista henkilöistä tai rikoksen tekijöistä sekä tapahtuneista rikoksista. Pieni osa tviiteistä sisälsi vastauksia Twitterissä oleviin käyttäjien kysymyksiin. Retviittejä eli jonkun toisen tviitin jakoja oli muutamia. Lisäksi poliisilaitokset olivat käyttäneet tviittejä pienissä määrin myös tilastotiedon jakamiseen tai johonkin muuhun tarkoitukseen.

Poliisiorganisaation sosiaalisen median käyttö ei kuitenkaan ole täysin ongelmaton. Poliisiorganisaatioilla ei aina ole aikaa, kiinnostusta tai tarvittavaa taitoa ylläpitää profiilia sosiaalisen median palvelussa. Organisaation jäsenet voivat vastustaa uutta viestintä- ja kommunikointitapaa. Myös lailliset ongelmat voivat tulla vastaan. (Haverin & Zach, 2010). Nämä lailliset puutteet ja niistä johtuvat ongelmat liittyvät usein sosiaalisen median palveluun pääsyyn ja informaation hallintaan, kuten yksityisyyteen, tietoturvaan, tiedon virheettömyyteen ja arkistointiin, sekä hallintoon ja hallinnointiin (Hansen, Bertot & Jaeger, 2011). Koska sosiaalisen median palveluita on useita, on poliisiorganisaatioiden mahdotonta toimia useassa sosiaalisen median palvelussa esimerkiksi ajanpuutteen vuoksi (Haverin & Zach, 2010). Kansalaisten yksityisyys ja tieto-

turva ovat tärkeitä tekijöitä, jotka on tärkeä ottaa huomioon sosiaalisen median kautta tapahtuvassa yhteydenotossa. Ongelmaksi voi muodostua virukset ja se, että sosiaalisin median palvelut toimivat poliisin omien nettisivujen ulkopuolella. (Hansen, Bertot & Jaeger, 2012).

4.2 Julkishallinnon sosiaalisen median käyttötavat ja niiden ilmeneminen Suomen poliisin Facebook-profiilissa

Tässä alaluvussa käsitellään Suomen poliisin sosiaalisen median käyttötapoja Facebookissa Mergelin (2010) määrittelemien julkishallinnon sosiaalisen mediankäyttötapojen pohjalta. Suomen poliisin Facebook-profiili valittiin tarkasteluun, koska Facebook on tällä hetkellä suosituin sosiaalisen median palvelu Suomessa ja myös Suomen poliisi käyttää sitä ahkeraksi. Lisäksi Mergelin (2010) esittelemät sosiaalisen median käyttötavat ovat selkeästi erotettavissa Suomen poliisin Facebook-profiilista. Muita Suomen poliisin käyttämiä sosiaalisen median palveluita ovat Twitter ja Youtube. Näiden lisäksi nettipoliisit vastaavat kysymyksiin muutamassa muussa sosiaalisen median palvelussa. (Poliisi.fi, 2012). Tämän alaluvun tarkoituksena on kuitenkin perehtyä Suomen poliisin sosiaalisen median käyttöön ja yksittäisten nettipoliisien sosiaalisen median käyttöä käsitellään tutkielman luvussa 5.

Suomessa julkishallinto koostuu valtion ylimmistä toimielimistä, valtion hallintojärjestelmästä, kunnallishallintojärjestelmästä, riippumattomasta, tuomioistuineläytöksestä, muusta itsehallinnosta ja välillisestä valtionhallinnosta (Suomi.fi, 2012). Koska poliisi organisaationa on Sisäasianministeriön alainen organisaatio, se kuuluu osaksi julkishallintoa. Mergel (2010) jakaa havainnointitutkimuksessaan sosiaalisen median käyttötavat julkishallinnossa kolmeen eri strategiaan. Nämä strategiat ovat:

- "Push strategy" eli työntöstrategia
- "Pull strategy" eli vetostrategia
- "Net-working strategy" eli verkostoitusstrategia

Työntöstrategian mukaan sosiaalista mediaa käytetään jo olemassa olevien viestintätapojen laajentamiseen. Sosiaalista mediaa käytetään siis viestintäkanavana aiempien viestintäkanavien ohella. (Mergel, 2010). Esimerkiksi organisaatio, joka on aikaisemmin käyttänyt viestintään internet-sivuja, tekee profiilin Facebookiin ja käyttää tätä uutta kanavaa viestimiseen, käyttää työntöstrategiaa.

Vetostrategian tarkoituksena puolestaan on saada sosiaalisessa mediassa vierailevat käyttäjät julkishallinnon organisaation nettisivuille. Tällöin tärkeä viesti löytyy kotisivuilta ja sosiaalinen media toimii kanavana, jonka kautta varsinaiseen asiaan pääsee. (Mergel, 2010). Vetostrategiaa käyttävä organisaatio laittaa Facebook-seinälleen linkkejä esimerkiksi internet-sivuilleen. Myös Twitterissä olevat tviitit voivat sisältää linkkejä. Tällöin sosiaalisen median palvelus-

sa näkyy vain esimerkiksi organisaation uutisen otsikko, kun taas varsinainen informaatio löytyy internet-sivuilta.

Verkostoitumisstrategia taas keskittyy suhteiden luomiseen sosiaalisen median avulla. Sen mukaan sosiaalisen median työkalut toimivat apuna suhteiden luomisessa julkishallinnon organisaation ja muiden organisaatioiden sekä yksittäisten henkilöiden välillä. Verkostoitumisstrategian mukaan sosiaalinen media ei ole pelkästään viestien lähettämistä varten, vaan sitä hyödynnetään vuorovaikutuksen aikaansaamiseksi. (Mergel, 2010). Tätä strategiaa käyttävä organisaatio esimerkiksi keskustelee kansalaisten kanssa Facebookissa ja vastaa heidän kysymyksiinsä. Lisäksi Facebookia käyttävä organisaatio voi lisätä ystäväkseen yhteistyökumppaneitaan ja muita organisaatioita.

Strategiat eivät ole erillisiä, vaan organisaatio voi yhdistellä niiden käyttöä haluamallaan tavalla. Organisaatio voi yhdistää kaikki kolme strategiaa esimerkiksi luomalla tilin Facebookiin, laittamalla seinälle linkkejä Internet-sivuilleen ja keskustelemalla kansalaisten kanssa linkkien sisältämistä aiheista.

Poliisi organisaationa käyttää sosiaalista mediaa hyväkseen kaikkien Mergelin (2010) sosiaalisen median käyttötapojen avulla. Poliisilla on Facebookissa oma profiili nimellä Suomen poliisi. Profiilin tarkoituksena on kertoa poliisin toiminnasta ja keskustella poliisin toimintaan liittyvistä asioista. Suomen poliisin Facebook-profiilin tiedoista löytyy linkkejä poliisin suomen-, ruotsin- ja englanninkielisille nettisivuille, sosiaalisen median palveluihin Twitteriin ja YouTubeen sekä Helsingin nettipoliisin nettisivuille. Lisäksi kerrotaan syitä poliisin sosiaalisen median verkkoyhteisöjen käyttöön. Näitä syitä ovat halu lisätä vuorovaikutusta poliisin ja yleisön välillä, lisätä kansalaisten tunnetta poliisin läsnäolosta ja madaltaa kansalaisten kynnystä ottaa yhteyttä poliisiin. Sivulla kuitenkin mainitaan, että kiireellisessä tapauksessa tulee soittaa numeroon 112 ja palvelussa ei käsitellä luottamuksellisia ja yksityisyyden suojan piiriin kuuluvia tietoja. Lisäksi sivuilla mainitaan, että Suomen poliisin toiminnalla Facebookissa pyritään toimimaan rikoksia ennaltaehkäisevästi. (Facebook, 2012).

Työntöstrategia näkyy jo siinä, että poliisi on siirtynyt käyttämään eri sosiaalisen median palveluita. Suomen poliisin profiili on myös saanut Facebookissa paljon seuraajia. Ryhmästä tykkäsi 7.11.2011 yhteensä 174 194 käyttäjää ja 1.9.2012 yhteensä 181 193 käyttäjää. Suomen poliisin profiilista tykkäävien määrä on siis kasvussa.

Myös vetostrategian käyttö näkyy selvästi Suomen poliisin Facebook-sivulla. Linkkejä poliisin omalle nettisivulle on ryhmän seinällä useita. Esimerkiksi seuraavassa kuviossa näkyy linkki poliisin nettisivuilla olevaan poliisiylijohdajan blogiin. Blogitekstistä näkyy seinällä vain linkki, otsikko ja lyhyt kuvaus, kun taas itse sisältö löytyy toiselta sivulta. Verkostoitumisstrategiakin on Suomen poliisilla tehokkaassa käytössä. Alla olevassa kuvassa näkyy, että linkkiä on kommentoitu 356 kertaa. Suomen poliisi -käyttäjä ei kuitenkaan osallistu keskusteluun Facebook-sivulla. Yksittäiset nettipoliisit puolestaan vastaavat usein sivuillaan oleviin julkisiin keskusteluihin. Siten verkostoitumisstrategia on heillä yleistä Suomen poliisi -profiilia enemmän käytössä. (Facebook, 2012).

Suomen poliisi



Julkishallinnollinen organisaatio



Seinä

Suomen poliisi



POLIISI

Poliisilta loppuvat rahat, joten tehtäviä on karsittava. Mitä poliisin tehtäviä sinä karsisit ensimmäiseksi? Poliisiyljohtaja Mikko Paateron blogi http://www.poliisi.fi/poliisi/blog_mp.nsf

”Kun ei rahat riitä jukulauta”

www.poliisi.fi

Täytyy myöntää, että vähän vastaavissa tunnelmissa eletään poliisissa tällä hetkellä. Hallitusohjelman tavoitteena on vakiinnuttaa poliisin määrä vähintään nykyiselle tasolle koko vaalikaudeksi. Sen laatimisaikana poliiseja oli noin 7 800. Annettu kehys vuodelle 2012 leikkasi kuitenkin samaan a...

Tykkää · Kommentoi · Jaa · perjantai kello 10:25 ·

160 henkilöä tykkää tästä.

Näytä kaikki 356 kommenttia

65 jakoa

Kirjoita kommentti...

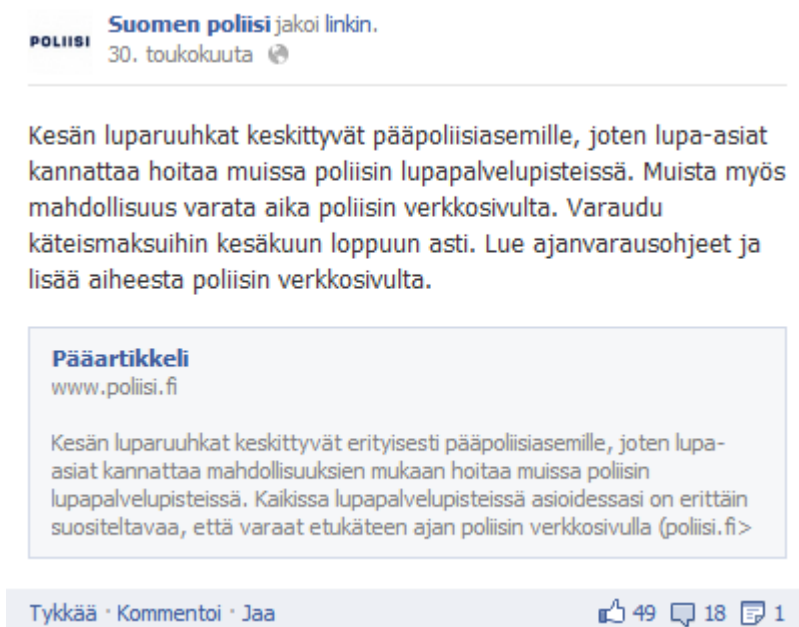
KUVIO 8 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 7.11.2011

Suomen poliisi käyttää tehokkaasti Facebook-profiiliaan myös ongelmatilanteissa. Poliisin nettisivut toimivat hitaasti tai eivät toimineet ollenkaan syyskuun 2012 alkupuolella, jolloin Suomen poliisi ilmoitti tilanteesta Facebook-profiilissaan. (Facebook, 2012). Sosiaalisen median käyttö on siten erittäin hyvä ja tehokas kanava ilmoittaa asioista, jos muissa viestintäkanavissa on ongelmia. Seuraavassa kuviossa on ote Suomen poliisin päivityksestä, jossa ilmoitetaan että poliisin nettisivut ovat toimineet hyvin hitaasti tai eivät toimi ollenkaan sekä kerrotaan ongelman syynä olevan vika valokaapelissa.



KUVIO 9 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 19.9.2012

Poliisin sosiaalisen median käytöstä on myös molemminpuolista hyötyä poliisille ja kansalaisille. Esimerkkinä sosiaalisen median käytöstä molemminpuoliseen hyötyyn on esimerkiksi seuraava tiedote Suomen poliisin Facebook-sivulla. Tiedotteesta on hyötyä poliisille itselleen, koska se saattaa vähentää pääpoliisiaseman lupa-asiaruuhkaa ja myös poliisin asiakkaille, koska he osaavat hoitaa lupa-asiat ruuhka-aikoina toisissa poliisin palvelupisteissä.



KUVIO 10 Ote Suomen poliisin Facebook-profiilista 19.9.2012

4.3 Helsingin nettipoliisiin sosiaalisen median kautta tulleet yhteydenotot

Tämä alaluku käsittelee Helsingin nettipoliisille (entinen Virtuaalinen lähipoliisiryhmä) tulleita yhteydenottoja. Luvussa käsitellään yhteydenottojen sisältöä sekä yhteydenottojen määriä eri yhteydenottokanavien perusteella. Huomio keskittyy erityisesti toimenpiteisiin johtaneisiin yhteydenottoihin. Tilastot perustuvat Helsingin nettipoliisin toimintakertomuksista vuosilta 2010 ja 2011 kerättyihin tietoihin (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011) sekä Helsingin nettipoliisin nettisivuihin (Helsingin nettipoliisi, 2012).

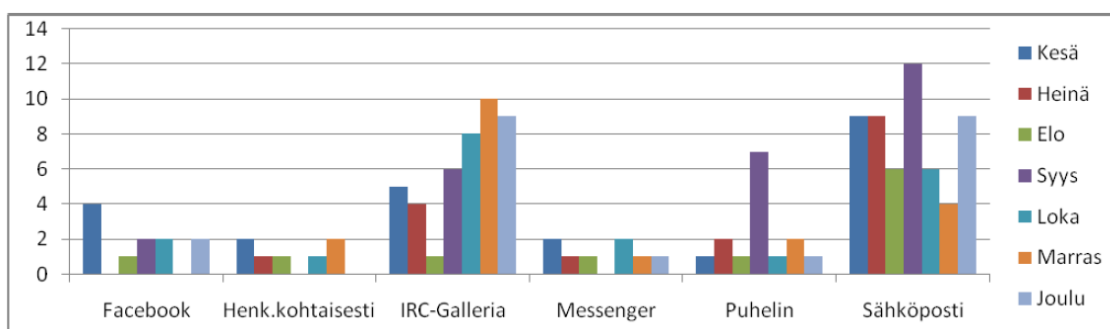
Poliisin on oma sosiaalisen median palveluissa toimiva ryhmä, Helsingin nettipoliisi (entinen Virtuaalinen lähipoliisiryhmä), sijaitsee fyysisesti Helsingin poliisilaitoksen Eteläisessä poliisipiirissä, mutta sen toimialueena on koko Suomi. Ryhmään kuuluu kolme jäsentä. (Helsingin nettipoliisi, 2012). Helsingin nettipoliisi on toiminut IRC-Galleriassa, Facebookissa, Messengerissä, Demissä ja Hommaforumilla. Lokakuussa 2012 Helsingin nettipoliisin toimialue laajentui Suomi24.fi:hin, Kuvake.net:iin ja Youtube.com:iin (Poliisi.fi, 2012). Helsingin nettipoliisin toiminnan tavoitteena on luoda helppo tapa ottaa yhteyttä poliisiin, ennaltaehkäistä rikoksia, puuttua akuutisti netissä tapahtuviin ongelmiin ja luoda turvallisuuden tunnetta sosiaaliseen mediaan. Helsingin nettipoliisin toiminta kiinnostaa laajasti myös mediaa. Vuoden 2010 aikana Helsingin nettipoliisin jäseniä on haastateltu yli 60 kertaa. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010). Puolestaan vuonna 2011 haastatteluja oli 70 kappaletta (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2011).

Helsingin nettipoliisi vastaa sosiaalisessa mediassa lähetettyihin viesteihin ja antaa neuvoja muun muassa rikosilmoituksen tekemiseen. Sosiaalisen median kautta tulleet yhteydenotot eivät kuitenkaan yleensä johda varsinaiseen rikosilmoitukseen. Helsingin nettipoliisi kirjaa rikosilmoituksia suoraan kun kyseessä on arkaluontoinen aihe kuten seksuaali- tai läheisväkivaltarikos tai kun ilmoittajana on alaikäinen henkilö. Rikosilmoitus kirjataan myös kun epäillään, että asiasta ei ilmoiteta poliisille ilman Helsingin nettipoliisin toimenpiteitä. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010).

Helsingin nettipoliisi (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011) luokittelee rikokset erilaisiin rikos-luokkiin. Näitä ovat huumerikos, kunnianloukkaus, laiton uhkaus, liikennerikos, muu rikos, omaisuusrikos, pahoinpitelyrikos, perheväkivalta, seksuaalirikos ja virka-apu. Kynnys ilmoittaa seksuaalirikoksesta on madaltunut ja Helsingin nettipoliisi saa usein ilmoituksen nuorelta, joka ei ole vielä kertonut tapahtuneesta rikoksesta muille. Suurin osa Helsingin nettipoliisin kirjaamista rikosilmoituksista koskevat juuri seksuaalirikoksia. Vuonna 2010 kahdestakymmenestä kahdesta Helsingin nettipoliisin kirjaamista rikosilmoituksista 17 koski seksuaalirikoksia ja vuonna 2011 viidestäkymmenestä viidestä rikosilmoituksesta 51 koski seksuaalirikoksia. (Helsingin nettipoliisi, 2012). Myös kunnianloukkaus-nimikkeen alla olevista kiusaamisrikoksista on helpompi ilmoittaa netissä, jolloin virtuaalinen lähipoliisiryhmä on huomautta-

nut kiusaajaa, joko kirjoittamalla hänen sosiaalisessa mediassa olevaan profiiliinsa tai huomauttamalla muuten. Tämä on useassa tilanteessa auttanut, eikä rikosilmoitusta ole kirjattu. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010).

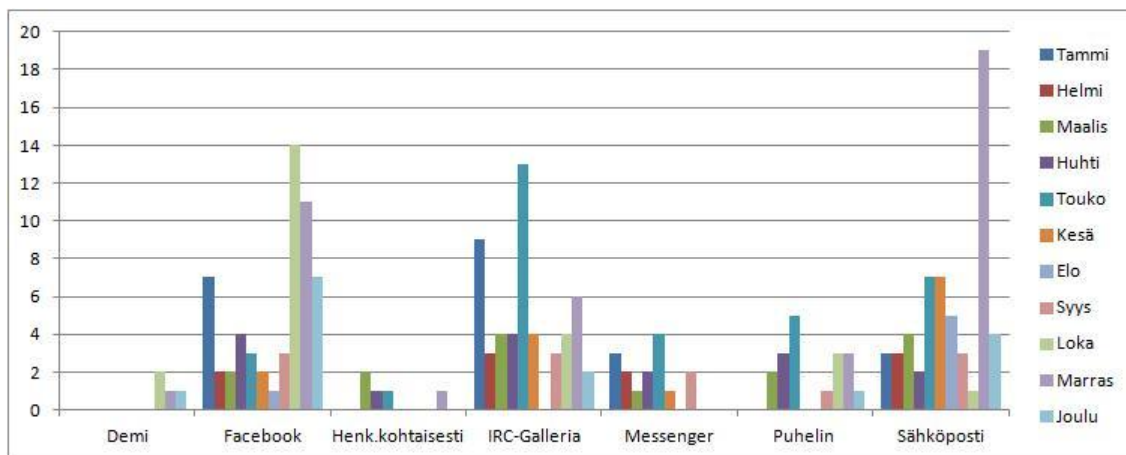
Alla olevassa taulukossa on kuvattu Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteeseen johtaneet ilmoitukset kuukausittain vuonna 2010 kesäkuusta joulukuuhun. Toimenpiteeseen johtaneet tapahtumat ovat tapahtuneet joko internetissä tai reaali maailmassa tai molemmissa.



KUVIO 11 Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteeseen johtaneet ilmoitukset vuonna 2010 (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010)

Vuoden 2010 Helsingin nettipoliisille tulleita toimenpiteeseen johtaneita ilmoituksia kuvaavasta taulukosta näkee, että sosiaalisen median palveluista eniten toimenpiteeseen johtaneita tietoja on tullut IRC-gallerian kautta (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010). IRC-gallerian käyttäjien nuoren iän perusteella myös Helsingin nettipoliisiin yhteyttä ottaneet ovat luultavasti olleet nuoria. Eniten yhteydenottoja vertailtavista yhteydenottokanavista on tullut sähköpostitse. Sähköpostin välityksellä tulleet yhteydenotot puolestaan ovat voineet tulla erikäisiltä. Mielenkiintoista on myös se, että Helsingin nettipoliisille on tullut enemmän toimenpiteeseen johtaneita yhteydenottoja IRC-galleriassa kuin henkilökohtaisesti tai puhelimesta. Tämä kertoo muun muassa siitä, että monelle nuorelle sosiaalinen media voi olla helpompi yhteydenottotapa kuin henkilökohtainen tapaaminen.

Helsingin nettipoliisi on kerännyt samanlaista tilastotietoa toimenpiteisiin johtaneista yhteydenotoista myös vuonna 2011. Seuraavassa taulukossa on kuvattu Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteisiin johtaneet yhteydenotot yhteydenottokanavien perusteella kuukausittain vuonna 2011.



KUVIO 12 Helsingin nettipoliisille tulleet toimenpiteeseen johtaneet ilmoitukset vuonna 2011 (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2011). Kuvio tekijän piirtämä.

Helsingin nettipoliisin vuosien 2010 ja 2011 (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010 ja 2011) yhteydenottoja verratessa huomaa, että sosiaalisen median kautta tulneiden yhteydenottojen määrä on kasvanut. Mukaan on tullut myös uusi sosiaalisen median palvelu, Demi. Toimenpiteeseen johtaneita yhteydenottoja tuli vuonna 2010 kesäkuusta joulukuuhun Facebookin, IRC-Gallerian ja Messengerin kautta yhteensä 62. Se on noin 8,9 toimenpiteeseen johtanutta yhteydenottoa kuussa. Vuonna 2011 toimenpiteisiin johtaneita yhteydenottoja Demin, Facebookin, IRC-gallerian ja Messengerin kautta tuli yhteensä 118, mikä on noin 9,8 toimenpiteeseen johtanutta yhteydenottoa kuussa. Toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen on siis kasvanut noin yhdellä yhteydenotolla kuussa. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011).

Helsingin nettipoliisille Facebookin kautta tulneiden toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen määrä on kasvanut huomasti vuodesta 2010 vuoteen 2011. Vielä vuonna 2010 ihmiset eivät olleet löytäneet Helsingin nettipoliisin jäsenten Facebook-profiileja, minkä takia ilmoituksia Facebookin kautta tuli vähän. Syynä tähän voi olla se, että yksittäiset poliisiprofiilit aloittivat toiminnan Facebookissa vasta saman vuoden tammikuussa. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010). Vuonna 2010 Facebookin kautta tulleita toimenpiteisiin johtaneita yhteydenottoja tuli kesäkuusta joulukuuhun yhteensä 11, kun taas tammikuusta joulukuuhun vuonna 2011 näitä yhteydenottoja tuli yhteensä 56. Yhteydenottojen keskiarvo kuukautta kohti on siis noussut 1,6:sta 4,7:ään. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011). Myös muita kuin toimenpiteisiin johtaneita yhteydenottoja on tullut Facebookin kautta enemmän vuonna 2011 kuin vuonna 2010. Helsingin nettipoliisin jäsenet vastasivat vuonna 2010 noin 1 000 viestiketjuun, kun taas vuonna 2011 viestiketjujen määrä oli noussut 2 100 viestiketjuun. (Helsingin nettipoliisi, 2012).

Puolestaan IRC-gallerian kautta tulneiden yhteydenottojen määrä on kääntynyt laskuun. Vuonna 2010 kesäkuusta joulukuuhun IRC-gallerian kautta tuli yhteensä 43 toimenpiteeseen johtanutta yhteydenottoa. Koko vuoden 2011 aikana yhteydenottoja puolestaan tuli yhteensä 45. Näin ollen IRC-Gallerian kaut-

ta tulleiden yhteydenottojen määrä on laskenut noin 6,1 yhteydenotosta 3,6:teen yhteydenottoon kuussa. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011). Toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen lisäksi myös muiden yhteydenottojen määrä IRC-Gallerian kautta on kääntynyt laskuun. Vuonna 2010 Helsingin nettipoliisi sai IRC-Galleriassa 16 000 viestiä, kun taas vuonna 2011 viestejä tuli yhteensä 6 300. (Helsingin nettipoliisi, 2012).

Helsingin nettipoliisin jäsenellä Jutta Antikaisella on myös ollut profiili maaliskuusta 2010 alkaen nuorten tyttöjen suosimassa Demi-palvelussa. Vuoden 2010 seitsemän viimeisen kuukauden aikana toimenpiteeseen johtaneita yhteydenottoja ei tullut yhtään, kun taas vuoden 2011 aikana niitä tuli 4 kappaletta. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011). Demin kautta tulleiden yhteydenottojen määrä ei ole kovin suuri, mihin vaikuttaa se, että Demissä toimii vain yksi nettipoliisi. Lisäksi Demin käyttäjämäärä on pieni. Rekisteröityneitä käyttäjiä Demissä on noin 5 400 (Demi.fi, 2012), kun taas IRC-Galleriassa rekisteröityneitä käyttäjiä on yhteensä 450 000 (IRC-Galleria.fi, 2012) ja Facebookissa rekisteröityneitä käyttäjiä on Suomessa yli 2 miljoonaa (Socialbakers, 2012).

Sosiaalisen median palveluista Messenger on sellainen, jossa yhteydenottoja on tullut kuussa keskimäärin yhtä paljon vuosina 2010 ja 2012. Vuoden 2010 kesäkuun ja joulukuun välissä toimenpiteisiin johtaneita yhteydenottoja tuli 8 ja vuonna 2011 yhteensä 13 kappaletta. Näin ollen vuonna 2010 ja 2012 toimenpiteeseen johtaneita yhteydenottoja on Helsingin nettipoliisille tullut noin 1,1 kuussa. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011).

Huomioitavaa on myös se, että Helsingin nettipoliisi saa suuren määrän yhteydenottoja, jotka eivät johda toimenpiteisiin. Tällaiset yhteydenotot ovat esimerkiksi tiedusteluista, kyselyistä ja ilmoituksista. Esimerkiksi suuresta viestien määrästä voidaan nähdä se, että Marko Forss on vastaanottanut useita viestejä ja sitten vastannut niihin ja lähettänyt vuoden 2012 ensimmäisen seitsemän kuukauden aikana yhteensä 1900 vastausviestiä Facebookissa. Tästä johtuen Facebookin ylläpidosta on tullut Forssille viesti, että tili voidaan sulkea, koska suuri lähetettyjen viestien määrä kertoo usein roskapostittajasta (Yle, 2012).

Kuten Helsingin nettipoliisin (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2010, 2011) saamien yhteydenottojen määrästä huomaa, on sosiaalisen median käyttö vaikuttanut nuorten ja poliisin väliseen kommunikointiin. Nuorten kynnyksellä yhteyttä poliisiin on madaltunut ja ilmoittaminen helpottunut. Kun tieto nettipoliisien toiminnasta leviää, on yhteyttä ottavia nuoria luultavasti vielä enemmän.

Koska Helsingin nettipoliisin toiminta on ollut todella tehokasta, on myös muihin poliisipiireihin tullut nettipoliiseja. Nettipoliisit ovat toimineet eri poliisipiireissä kevästä 2011 asti ja tämän kokeilun on aloittanut poliisihallitus. Nettipoliiseja on tullut lisää myös syksyllä 2012. Marraskuussa 2012 sosiaalisessa mediassa toimii yhteensä 24 nettipoliisia, joista kolme on Helsingin nettipoliisin jäseniä. Lisäksi Pirkanmaan poliisilaitoksella on juuri aloittanut kuusihenkinen nettipoliisiryhmä. Kehitettävää nettipoliisitoiminnassa kuitenkin on edelleen, sillä poliisilaitoksia on yhteensä 24 ja jokaisessa poliisilaitoksessa ei toimi vielä yhtään nettipoliisia, vaikka monessa poliisilaitoksessa onkin useampi nettipoliisi-

si. (Poliisi.fi, 2012). Toinen kehittämisen kohde on se, että eri poliisipiirien nettipoliisit saavat käyttää sosiaalisen median palveluissa työajastaan vain noin 10–30 prosenttia sen mukaan, miten muista työtehtävistä jää aikaa. Mielenkiintoinen huomio on myös se, että eri poliisipiirien nettipoliisien määrä ei ole vaikuttanut Helsingin nettipoliisin poliisien työmääriin. Töitä sosiaalisessa mediassa tuntuu riittävän kaikille nettipoliiseille. (Virtuaalinen lähipoliisiryhmä, 2011).

5 NUORET JA NETTIPOLIISIT SOSIAALISESSA MEDIASSA

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvan nettipoliisitoiminnan tunnettavuus on lisääntynyt Suomessa huomattavasti viime vuosina, minkä huomaa muun muassa siitä, että nettipoliisitoiminnasta kirjoitetaan paljon lehdissä. Esimerkiksi Helsingin sanomat (HS.fi, 2012) kirjoittaa 18.7.2012 ”Poliisille tulvii ilmoituksia kiusaamisesta Facebookissa” ja Helsingin uutiset 21.6.2012 (Helsinginuutiset.fi, 2012) ”Työryhmä esittää nettipoliisien määrän lisäämistä”. Tarkoituksena on, että ennaltaehkäisevässä sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa poliisitoiminnassa olisi mukana nykyistä enemmän poliiseja. Toiminnassa olisi tarkoitus huomioida erityisesti nuorisopoliisityö, koulupoliisityö, lähipoliisityö ja massatapahtumien valvonta. Nettipoliisien määrä onkin kasvanut syksyn 2012 aikana. Elokuussa 2012 sosiaalisessa mediassa toimi yhteensä 15 nettipoliisia, kun taas marraskuussa yksittäisiä nettipoliiseja on 24 ja heidän lisäksi vielä kuusihenkinen Pirkanmaan poliisilaitoksen nettipoliisiryhmä. (Poliisi.fi, 2012).

Nettipoliisien saavuttama suuri suosio näkyy myös siinä, että Helsingin nettipoliisi laajentaa toimintaansa uusille sivustoille. Helsingin nettipoliisi on toiminut IRC-Galleriassa, Facebookissa, Messengerissä, Demissä ja Hommaforumilla. Lokakuussa 2012 Helsingin nettipoliisin toimialue laajentui Suomi24.fi:hin, Kuvake.net:iin ja Youtube.com:iin. (Poliisi.fi, 2012).

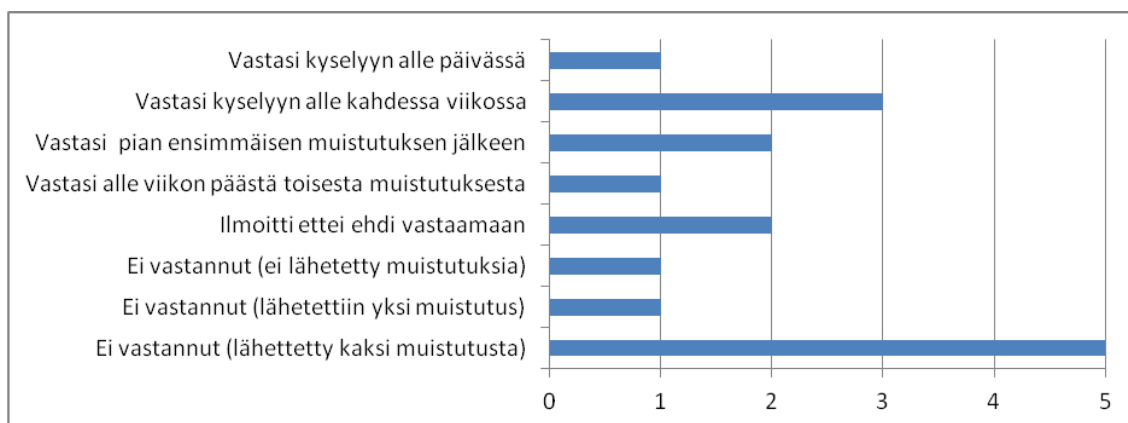
Lisäksi poliisin sosiaalisen media työryhmä on tehnyt loppuraportin aiheesta ”Poliisin näkyvä toiminta sosiaalisessa mediassa”. Loppuraportissa kerrotaan, että poliisi on saanut ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry:ltä tunnustuksen vuoden viestintäteosta. Perusteluna palkintoon on muun muassa se, että nettipoliisit osaavat lähestyä nuorisoa sen omissa kanavissa. Lisäksi loppuraportin tehneen työryhmän mukaan poliisin näkyvä toiminta sosiaalisessa mediassa on tärkeää, koska se madaltaa etenkin nuorten, mutta myös muiden kansalaisten yhteydenottokynnystä. (Luotonen, Marjamaa & Forss, 2012).

Tässä tutkielman luvussa käsitellään nuoria ja nettipoliiseja koskevan empiirisen tutkimuksen tulokset. Tutkimus on suoritettu nettipoliiseille suunnattujen kyselyiden avulla sekä haastatteleamalla Helsingin nettipoliisissa toimivaa ylikonstaapelia Marko Forssia.

5.1 Tutkimusmetodista

Tämän tutkielman empiirisen osuuden tutkimusmetodiksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Syynä tähän valintaan on se, että tutkimuksessa pyritään selvittämään laadullisia seikkoja eikä tehdä tilastollisia yleistyksiä nuorten yhteydenotoista. Tutkimuksen kohdejoukko on myös tarkoin valittu ja rajattu. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara, 1997). Toteutustapoja valittiin kaksi erilaista, kyselyt ja haastattelu. Haastattelu oli tyypiltään puolistrukturoitu haastattelu. Kysymykset olivat etukäteen laadittuja, mutta haastateltava pystyi poikkeamaan vastausjärjestyksestä ja esittämään omia kysymyksiä (Koskinen, Alasuutari ja Peltonen, 2005). Kysymykset olivat kuitenkin samat sekä kyselyssä että haastattelussa. Kyselyt lähetettiin nettipoliiseille Facebookin välityksellä kesäkuun lopussa, heinäkuun puolessa välissä ja elokuun alkupuolella. Syynä tähän oli se, että nettipoliisit viettivät kesälomaansa eri aikoihin. Haastattelupyynnöt puolestaan lähetettiin Helsingin nettipoliisin Marko Forssille sähköpostitse.

Yhteensä kysymyksiin vastasi Marko Forssin lisäksi 7 nettipoliisia. Kysymykset lähetettiin sosiaalisen median kautta kaikille kesä-heinäkuussa 2012 toimiville nettipoliiseille eli yhteensä 16 nettipoliisille. Kyselyyn vastausprosentti oli siten noin 44 prosenttia. Yksi nettipoliiseista oli virkavapaalla kesä-heinäkuussa kyselyiden lähettämisen aikaan, joten hänelle ei lähetetty kyselyä. Alla olevassa kaaviossa on kuvattu kyselyyn nettipoliisien reaktiot lähetettyyn kyselyyn. Kuviossa ei ole huomioitu Marko Forssia, sillä hänelle ei lähetetty kyselyä Facebookin kautta vaan hän vastasi kysymyksiin haastattelussa.



KUVIO 13 Nettipoliisien reaktiot heille lähetettyyn kyselyyn

Yksi nettipoliiseista vastasi kyselyyn alle vuorokaudessa ja kolme alle viikossa kyselyn lähettämisestä. Ensimmäinen muistutus lähetettiin kahden viikon kulluttua alkuperäisen kyselyn lähettämisen jälkeen. Tämän jälkeen kyselyyn vastasi kaksi nettipoliisia lisää. Toinen muistutus lähetettiin noin kuukauden kulluttua ensimmäisestä muistutuksesta. Tähän päädyttiin siksi, että itse kysely ja ensimmäinen muistutus oli lähetetty kesäkuun lopussa ja heinäkuun alkupuolella.

lolla, jolloin suuri osa suomalaisista viettää kesälomaa. Näin pyrittiin vähentämään lomailun aiheuttamaa virhettä tutkimustuloksissa. Toisen muistutuksen jälkeen yksi nettipoliisi lisää vastasi kyselyyn.

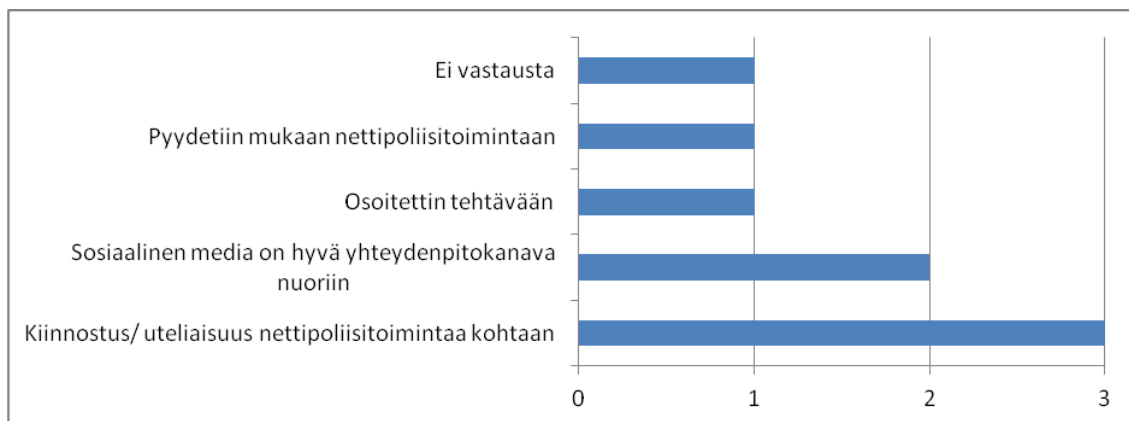
Kaksi nettipoliiseista puolestaan ilmoitti, ettei ehdi työkiireiden vuoksi vastaamaan kysymyksiin. Seitsemän nettipoliiseista ei vastannut kyselyyn. Viidelle heistä lähetettiin varsinaisen kyselyn jälkeen kaksi muistutusta, yhdelle yksi muistutus ja yhdelle ei lähetetty muistutusta ollenkaan. Yhdelle ei lähetetty kuin yksi muistutusviesti, koska hän oli ilmoittanut Facebookissa olevansa lomalla kun kysely lähetettiin. Hänelle lähetettiin kysely samoihin aikoihin, kun muille nettipoliiseille lähetettiin ensimmäinen muistutusviesti. Yhdelle nettipoliisille ei lähetetty muistutusviestiä, koska hän oli lomalla kyselyn lähettämisen ja ensimmäisen muistutusviestin lähettämisen aikaan. Hänelle lähetettiin kuitenkin kysely kun hän palasi lomalta ja hänelle jäi kaksi viikkoa aikaa vastata kysymyksiin halutessaan.

Seuraavissa alaluvuissa käsitellään nettipoliisien vastauksia heille esitettyihin kysymyksiin. Haastattelukysymykset (Liite 1.) voidaan jakaa kolmeen ryhmään: taustakysymyksiin liittyen nettipoliisien nettipoliisitoiminnan taustaan, yhteydenottojen sisältöä koskeviin kysymyksiin ja nuorten yhteydenottoa sosiaalisen median kautta koskeviin kysymyksiin. Kukin alaluku käsittelee yhtä näistä kysymysryhmistä. Kyselyssä on myös mukana kysymys koskien nettipoliisien nettipoliisitoiminnasta saamia kommentteja. Niitä käydään läpi tämän luvun viimeisessä alaluvussa, joka sisältää myös pohdinta-osuuden.

5.2 Nettipoliisien tausta nettipoliisitoimintaan

Tässä luvussa käsitellään nettipoliisien taustaa. Ensin käydään läpi syitä siihen, miksi nettipoliisit päätyivät nettipoliiseiksi sekä selvitetään, kauan he ovat toimineet nettipoliiseina. Seuraavaksi käydään läpi nettipoliisien käytössä olevia sosiaalisen median palveluita ja selvitetään onko jokin sosiaalisen median palvelu suosittu nettipoliisien keskuudessa kuin muut. Lisäksi otetaan selvää, millaisia työaikoja nettipoliiseilla on. Luku käsittelee nettipoliisien vastauksia Liitteen 1. kysymyksiin 1-5.

Kyselyn ensimmäinen kysymys oli kaksiosainen. Ensimmäisessä osassa nettipoliiseilta kysyttiin, miten he päätyivät nettipoliisiksi. Seuraavassa kuviossa (kuvio14) on kuvattu nettipoliisien vastaukset tähän kysymykseen.

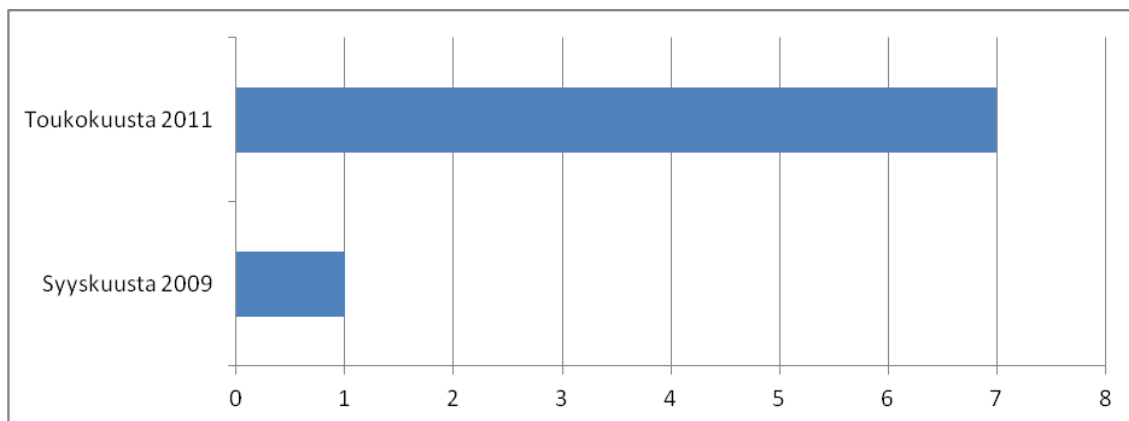


KUVIO 14 Nettipoliisien syyt nettipoliisiksi ryhtymiseen

Nettipoliiseilla on melko erilaisia lähtökohtia siihen, miten he ovat päätyneet toimimaan nettipoliiseina. Helsingin nettipoliisissa pisimpään toiminut Marko Forss kertoo että tutkiessaan 2007 keväällä alle 18-vuotiaiden tekemiä rikoksia, IRC-Galleria nousi jo esille. Hän lähtikin tukimaan oman kiinnostuksen kautta nuorten silloin suosimaa keskusteluun ja pelaamiseen keskittyvää sosiaalisen median palvelua, Habbohotellia.

Kaksi eri poliisiympäristössä toimivista nettipoliiseista innostui uudesta Poliisihallituksen nettipoliisikokeilusta kokeilusta ja lähti siksi uteliaisuudesta mukaan nettipoliisitoimintaan. Kaksi nettipoliiseista puolestaan lähti mukaan toimintaan siksi, koska he kokivat sosiaalisen median hyvänä yhteydenpitokanavana nuoriin. Eräs nettipoliiseista kertoo että lähti pyydettyään mukaan nettipoliisitoimintaan, koska myös liikenneaiheisiin kysymyksiin kaivattiin vastaajaa. Suurimmassa osassa vastauksista näkyy poliisien oma kiinnostus nettipoliisitoimintaan. Vain yksi kyselyihin vastanneista nettipoliiseista kertoo, että lähti mukaan nettipoliisitoimintaan, koska hänet ohjattiin kyseiseen tehtävään. Yksi nettipoliiseista jätti vastaamatta kysymykseen.

Kyselyn ensimmäisen kysymyksen toisessa osassa nettipoliiseilta kysyttiin, mistä lähtien he ovat toimineet nettipoliiseina. Tämän kysymyksen vastaukset on kuvattu alla olevassa kuviossa (kuvio 15).

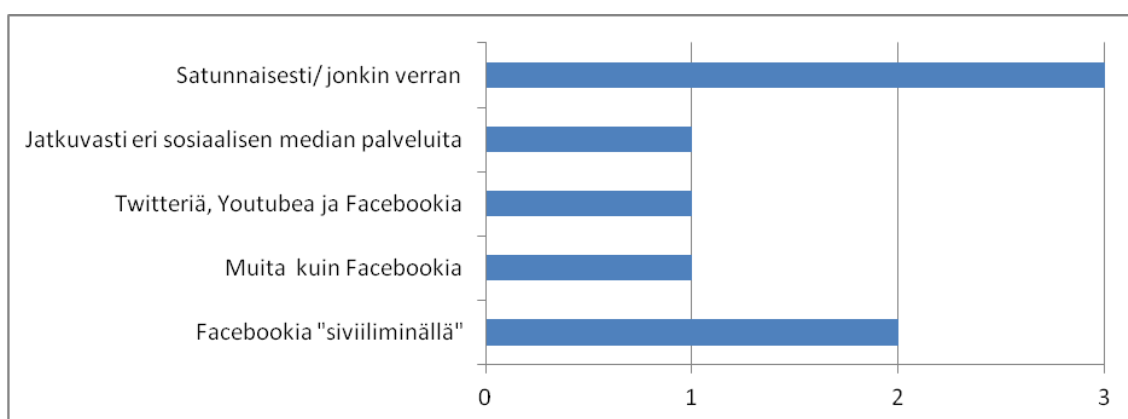


KUVIO 15 Toiminnan aloittaminen nettipoliisina

Kysymyksen vastauksissa on selkeä ero kauimmin nettipoliisina toimineen Marko Forssin ja eri poliisipiirien nettipoliisien välillä. Marko Forss päätyi tekemään poliisiprofiilin omalla kuvallaan IRC-Galleriaan syyskuussa 2009. Ensimmäisen viikon aikana hänen IRC-Gallerian profiilillaan oli noin 10 000 rekisteröitynyttä katsojaa ja hän sai IRC-Gallerian kautta yli 100 yhteydenottoa.

Eri poliisipiireissä toimivat nettipoliisit puolestaan ovat aloittaneet toimintansa sosiaalisessa mediassa vuoden 2011 toukokuussa Poliisihallituksen kokeilun tuloksena.

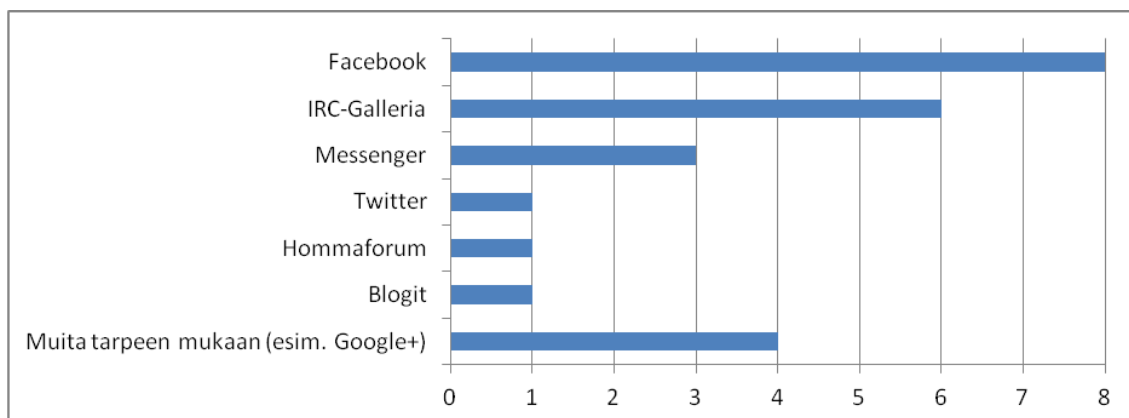
Kyselyn toisessa kysymyksessä selvitettiin, käyttävätkö nettipoliisit sosiaalisen median palveluita myös vapaa-ajallaan. Nettipoliisien vastaukset tähän kysymykseen on kuvattu alla olevassa kuviossa (kuvio 16).



KUVIO 16 Nettipoliisien sosiaalisen median käyttö vapaa-ajalla

Kolme kyselyyn vastanneista nettipoliiseista käyttää sosiaalisen median palveluita vain satunnaisesti tai ei ollenkaan vapaa-ajallaan. Yksi vastanneista nettipoliiseista kertoo käyttävänsä ahkerasti eri sosiaalisen median palveluita, kuten Twitteriä, myös vapaa-ajallaan. Yksi vastanneista puolestaan kertoo, että käyttää työssään Facebookia, mutta vapaa-ajallaan muita sosiaalisen median palveluita. Helsingin nettipoliisin Marko Forss puolestaan kertoo käyttävänsä vapaa-ajallaan jonkun verran Youtubea ja Facebookia, mutta pääasiassa Twitteriä. Lisäksi kahdella muulla kyselyyn vastanneista nettipoliiseista on oma profiili "siviiliminällä" Facebookissa, mutta ei muissa sosiaalisen median palveluissa.

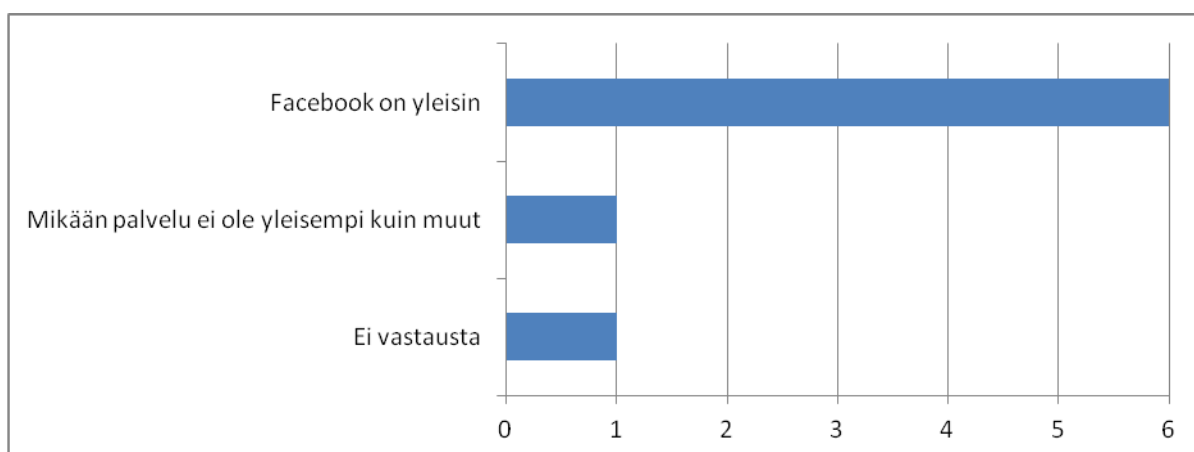
Kyselyn kolmannen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, mitä sosiaalisen median palveluita nettipoliisit käyttävät työssään. Seuraavassa kuviossa (kuvio 17) on kuvattuna nettipoliisien vastaukset palveluittain. Kaikki nettipoliisit yhtä lukuun ottamatta käyttävät työssään useampaa kuin yhtä sosiaalisen median palvelua.



KUVIO 17 Nettipoliisien työssä käyttämät sosiaalisen median palvelut

Kuviosta 16 selviää, että jokainen kyselyihin vastanneista nettipoliiseista käyttää Facebookia työssään. Lisäksi monet heistä käyttävät työssään muitakin sosiaalisen median palveluita. Suomalaisten nuorten suosimaa IRC-Galleriaa käyttää kuusi kyselyyn vastannutta nettipoliisia. Helsingin nettipoliisin Marko Forsin mukaan IRC-Gallerian kautta tulevien yhteydenottojen määrä laskee koko ajan. Kolmella nettipoliiseista on käytössään myös Messenger. Neljä nettipoliiseista kertoo käyttävänsä satunnaisesti tai tarpeen mukaan myös muita sosiaalisen median palveluita, kuten Google+:aa. Eräs nettipoliiseista kertoo kirjoittavansa myös blogia ja seuraavansa Suomi24:n keskusteluita.

Kyselyn neljäs kysymys liittyy vahvasti kolmanteen kysymykseen. Alla olevassa kuviossa (kuvio 18) on kuvattuna nettipoliisien vastaukset siihen, onko jokin heidän käyttämänsä sosiaalisen median palvelu yleisempi tapa ottaa heihin yhteyttä kuin muut sosiaalisen median palvelut.

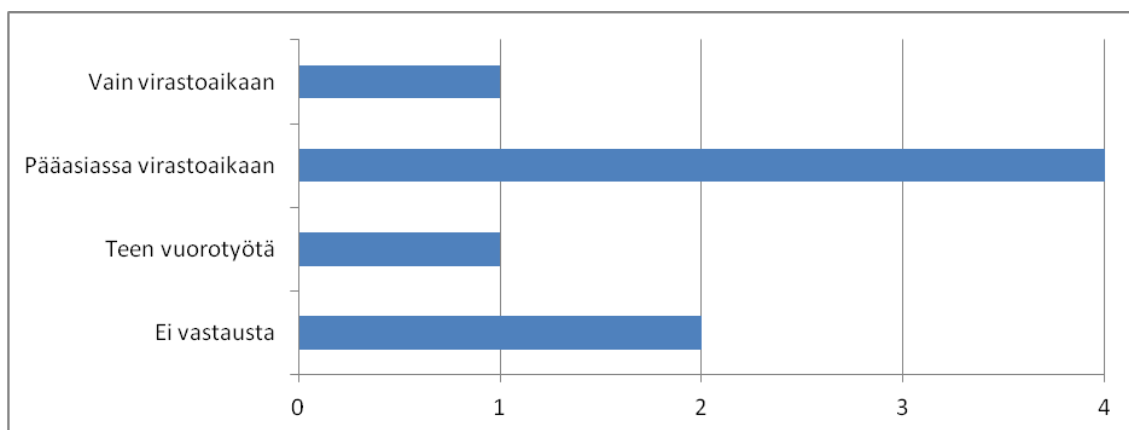


KUVIO 18 Yleisin sosiaalisen median palvelu yhteydenottokeino

Kuuden kysymyksiin vastanneen nettipoliisin mukaan Facebook on muita sosiaalisen median palveluita yleisempi tapa ottaa heihin yhteyttä. Eräs nettipoliiseista epäilee syyksi Facebookin suosioon sitä, että sen kautta voi viestiä niin reaaliaikaisesti kuin inbox-viesteillä. Marko Forss puolestaan kertoo, että hänel-

le tulee Facebookin kautta noin 200–300 viestiä kuukaudessa, mistä johtuen Facebookin kautta tullessiin yhteydenottoihin vastaaminen vie suuren osan hänen työajastaan. Yksi kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista kokee, ettei mikään hänen käyttämistään sosiaalisen median palveluista ole muita yleisempi tapa ottaa nettipoliiseihin yhteyttä. Yksi kysymyksiin vastannut nettipoliisi jätti vastaamatta kysymykseen siitä, onko jokin sosiaalisen median palvelu muita suosittumpi yhteydenottotapa.

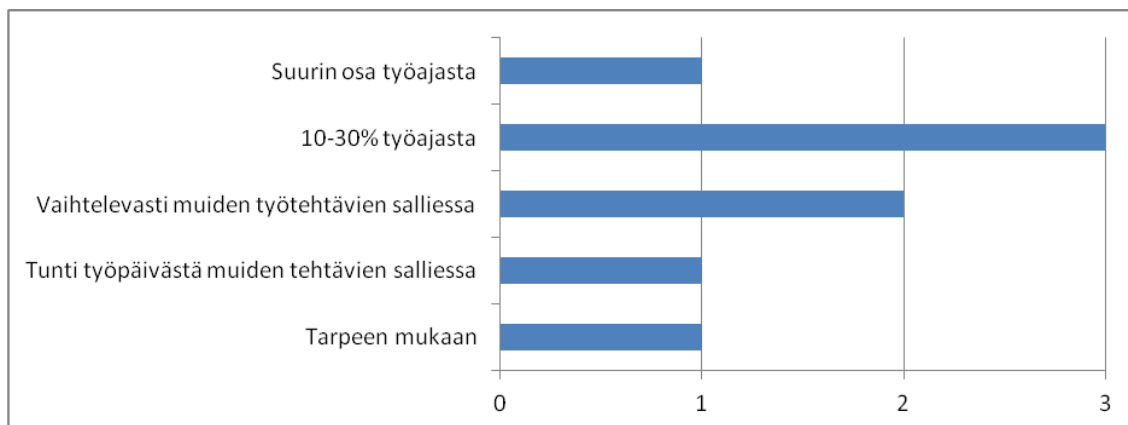
Kyselyn, tai Marko Forsin tapauksessa haastattelun, viides kysymys on kaksiosainen. Kysymyksen ensimmäisessä osassa selvitettiin, ovatko nettipoliisit töissä vain virastoaikaan. Vastukset on kuvattu seuraavassa kuviossa (kuvio 19).



KUVIO 19 Nettipoliisien työaika

Nettipoliiseilla on erilaisia työaikoja. Nettipoliiseista yksi sanoo työskentelevänsä vain virastoaikaan. Puolet kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista kertoo työskentelevänsä pääsääntöisesti virastokaan. Vuorotyötä puolestaan tekee yksi vastanneista nettipoliiseista. Kaksi nettipoliisia ei ole vastannut tähän viidennen kysymyksen ensimmäiseen osaan. Eräs nettipoliisi kertoo vastailevansa sosiaalisen median palveluiden kautta tullessiin viesteihin tarpeen vaatiessa myös vapaa-ajallaan.

Kysymyksen toinen osa, nettipoliisityöhön varattu työaika, on kuvattu seuraavassa kuviossa (kuvio 20).



KUVIO 20 Nettipoliisityöhön varattu työaika

Vain yksi kysymykseen vastannut nettipoliisi, Helsingin nettipoliisissa työskentelevä Marko Forss, viettää suurimman osan työajastaan sosiaalisen median palveluiden parissa. Hän kertoo työhönsä kuuluvan myös paljon luentojen pitämistä, kirjoittamista ja haastatteluja.

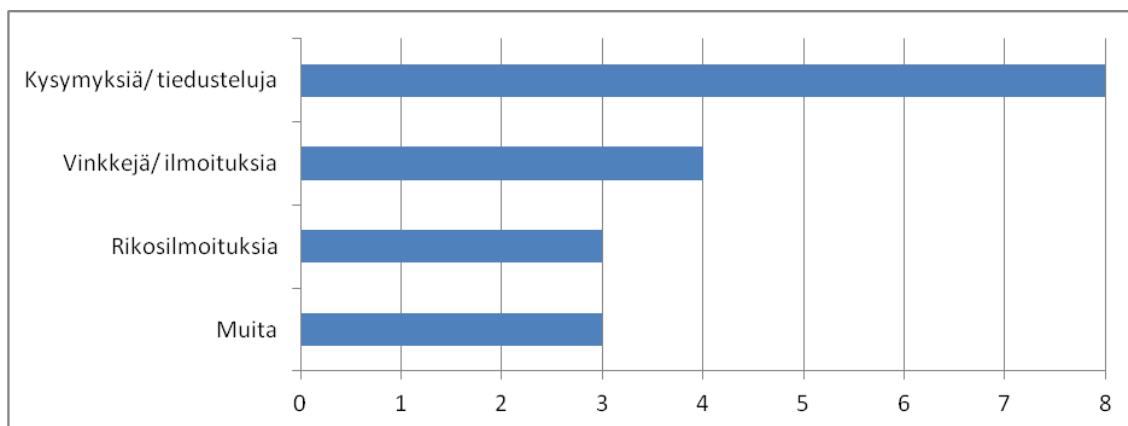
Kolme kyselyyn vastanneista nettipoliiseista kertoo, että he saavat käyttää työajastaan 10–30 prosenttia sosiaalisen median välityksellä tapahtuvaan nettipoliisityöhön. Kaksi nettipoliisia puolestaan kertoo, että he saavat käyttää työaikaansa sosiaalisen median palveluiden kautta tulleisiin yhteydenottoihin, mikäli muut työtehtävät sen sallivat. Tällöin päivittäinen sosiaalisessa mediassa käytetty työaika vaihtelee heillä pienestä hetkestä useaan tuntiin päivässä. Kaksi nettipoliiseista kertoo myös pitävänsä Facebookia auki koneella, vaikka tekisikin muita työtehtäviä. Yksi nettipoliiseista, joka saa käyttää työajastaan 10–30 prosenttia sosiaalisessa mediassa, toivoo että hän saisi käyttää enemmän aikaa sosiaalisen median kautta tulleiden yhteydenottojen parissa.

5.3 Yhteydenottojen sisältö

Luvussa 4.3. käytiin läpi Helsingin nettipoliisien saamia toimenpiteeseen johtaneita yhteydenottoja. Helsingin nettipoliisin, entiseltä nimeltään Virtuaalisen lähipoliisiryhmän, toimintakertomukset (2010, 2011) sisälsivät tarkkaa tilastotietoa toimenpiteisiin johtaneista yhteydenotoista ja niiden avulla verrattiin yhteydenottojen kehitystä. Koska kyselyihin vastanneet eri poliisipiirien nettipoliisit ovat toimineet sosiaalisessa mediassa vasta toukokuusta 2011 lähtien, heiltä ei lähdetty kysymään vastaavanlaista tilastotietoa. Myöskään Marko Forssilta ei kysytty tilastotietoa, sillä hän on Helsingin nettipoliisin jäsen ja ollut mukana kirjoittamassa Helsingin nettipoliisin toimintakertomuksia.

Kyselyn kuudennen kysymyksen avulla pyrittiin pikemminkin selvittämään, millainen kuva nettipoliiseilla on yhteydenottojen sisällöstä kokemansa perusteella. Seuraavassa kuviossa (kuvio 21) on kuvattuna nettipoliiseille tulleet

yhteydenotot aiheittain. Kaikki nettipoliisit kertoivat saavansa monenlaisia yhteydenottoja.



KUVIO 21 Sosiaalisen median kautta tulleiden yhteydenottojen sisältö

Kaikki seitsemän kyselyyn vastannutta nettipoliisia, sekä haastatteluun vastannut Helsingin nettipoliisin Marko Forss, kertovat saavansa sosiaalisen median kautta kysymyksiä ja tiedusteluja. Helsingin nettipoliisin Marko Forssin mukaan tiedusteluiden sisältö on usein hätäpuhelun ja rikosilmoituksen välimaastosta. Ihmiset ottavat yhteyttä nettipoliiseihin, jos heidän asiansa ei ole rikosilmoitus ja he eivät tiedä, mistä muualta sitä voisi kysyä. Usein kysymys ei myöskään ole todella kiireinen. Esimerkiksi siitä, mikä on rikos netissä, tulee jonkin verran kysymyksiä. Eräs nettipoliisi kertoo, että kysymyksiä lain suhtautumisesta eri aiheisiin tulee myös. Liikenneaiheisiin kysymyksiin sosiaalisen median palveluissa vastaava nettipoliisi puolestaan kertoo saavansa kysymyksiä muun muassa liikennesääntöihin ja liikenteen valvontaan sekä poliisin kalustoon liittyen.

Puolet kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista kertoo saavansa erilaisia vinkkejä ja ilmoituksia sosiaalisen median palveluiden kautta. Nämä vinkit ja ilmoitukset liittyvät esimerkiksi epäilyttäviin nettisivuihin. Nettipoliisit kertovat saavansa toisinaan myös ilmoituksia, jotka kuuluisivat reaaliajassa Häätäkeskukselle. Tällaisia ovat esimerkiksi vinkit liikkeelle lähteneestä rattijuoposta.

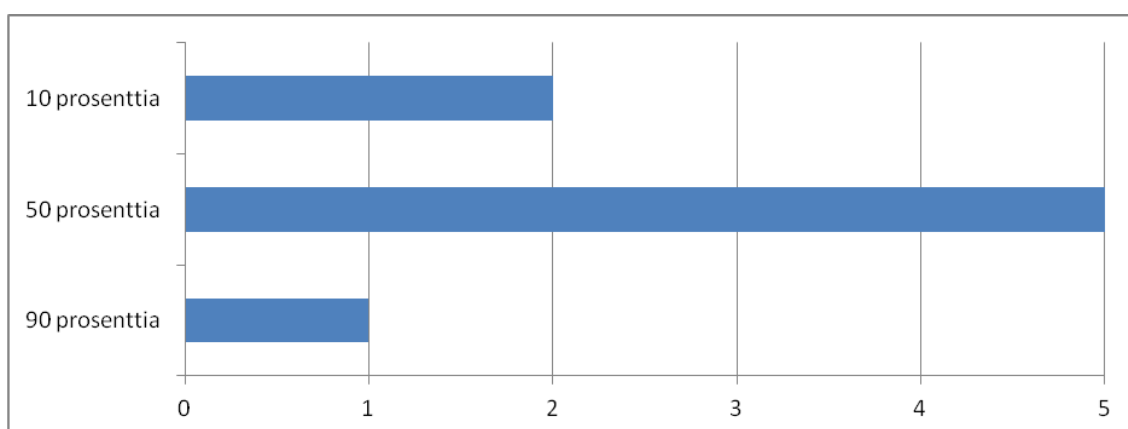
Kolmen kysymyksiin vastanneen nettipoliisin mukaan heille tulee myös rikosilmoituksia. Yksi nettipoliiseista kertoo, ettei ota rikosilmoituksia vastaan, koska niihin menisi liian suuri osa työajasta. Toinen nettipoliisi puolestaan kertoo ohjeistavansa rikosilmoituksen tekoon oman paikkakunnan poliisiasemalla. Helsingin nettipoliisin ylikonstaapeli Marko Forss kertoo, että poikkeus rikosilmoituksen kirjaamisessa tehdään, jos yhteydenottajan asia koskee arkaluontoista rikosilmoitusta. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi nuoriin kohdistuneet seksuaalirikokset, perheväkivalta ja kiusaamistapaukset. Rikosilmoitus kirjataan, jos on syytä epäillä, että yhteydenottaja ei sitä muuten tekisi. Helsingin nettipoliisin Marko Forssin mukaan vastaavanlaisissa tapauksissa menee usein jopa viikkoja, että rikosilmoitukseen tarvittavat tiedot saadaan kasaan. Syynä tähän on se, että arkaluoteisissa asioissa on parempi edetä varovaisesti,

kuin kysyä suoraan henkilötunnusta ja muita tietoja, jolloin yhteydenottaja voi säikähtää eikä rikosilmoitusta saada kirjattua.

Nettipoliiseista kolme kertoo saavansa myös muihin asioihin liittyviä yhteydenottoja. Osa yhteydenottajista haluaa esimerkiksi keskustella yleisesti ottaen esimerkiksi poliisin ammatista, perheväkivallasta tai päihteistä. Lisäksi yhteydenottoja tulee toimittajilta, jotka kysyvät juttujen aiheita. Eräs poliisi kertoo saaneensa myös kahvikutsuja, mikä kertoo siitä että yhteydenottoja tulee niin aiheesta kuin aiheesta. Nettipoliiseja kuormittavat välillä heidän työhönsä liittymättömät yhteydenotot, mikä osaltaan vähentää jo valmiiksi vähäistä työaikaa.

5.4 Nuorten yhteydenotot

Tässä alaluvussa käsitellään yhteydenottoja, joita nettipoliisit saavat nuorilta. Nuoria ovat 15–24 -vuotiaat (Tilastokeskus, 2009). Ensimmäisessä nuortenyhteydenottoihin liittyvässä kysymyksessä, Liitteen 1. kysymyksessä numero seitsemän, pyrittiin selvittämään, kuinka suuri osa nettipoliiseille tulevista yhteydenotoista tulee nuorilta. Nettipoliisien vastaukset tähän kysymykseen on kuvattu seuraavassa kuviossa (kuvio 22).



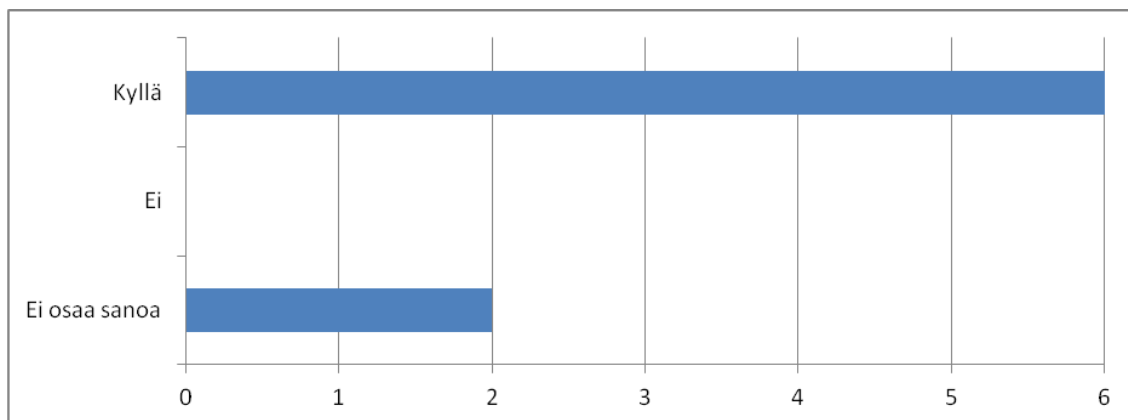
KUVIO 22 Nuorten yhteydenottojen prosentuaalinen osuus kaikista nettipoliiseille tulleista yhteydenotoista

Viisi kysymykseen vastanneista nettipoliiseista kertoo saavansa noin puolet yhteydenotoista nuorilta ja puolet aikuisilta. Kaksi nettipoliiseista puolestaan kertoo saavansa vain noin 10 prosenttia yhteydenotoista nuorilta ja loput aikuisilta. Vain yksi nettipoliiseista, joka toimii koulupoliisina, kertoo, että hänelle tulleista yhteydenotoista noin 90 prosenttia tulee nuorilta ja noin 5 prosenttia yhteistyötahoilta ja nuorten vanhemmilta.

Aikuisten yhteydenotot nettipoliiseihin sosiaalisen median kautta ovat lisääntyneet huomattavasti. Marko Forssin mukaan aikuiset ovat alkaneet ottaa

yhteyttä vasta myöhemmin, kun taas nuoret ovat olleet yhteydessä nettipoliiseihin sosiaalisen median kautta jo nettipoliisitoiminnan alusta asti.

Seuraavaksi nettipoliiseilta kysyttiin, onko sosiaalinen media nuorten keskuudessa suosituimpi yhteydenottokanava kuin perinteiset yhteydenottokanavat. Alla olevassa kuviossa (kuvio 23) on esitelty nettipoliisien vastaukset tähän kysymykseen.



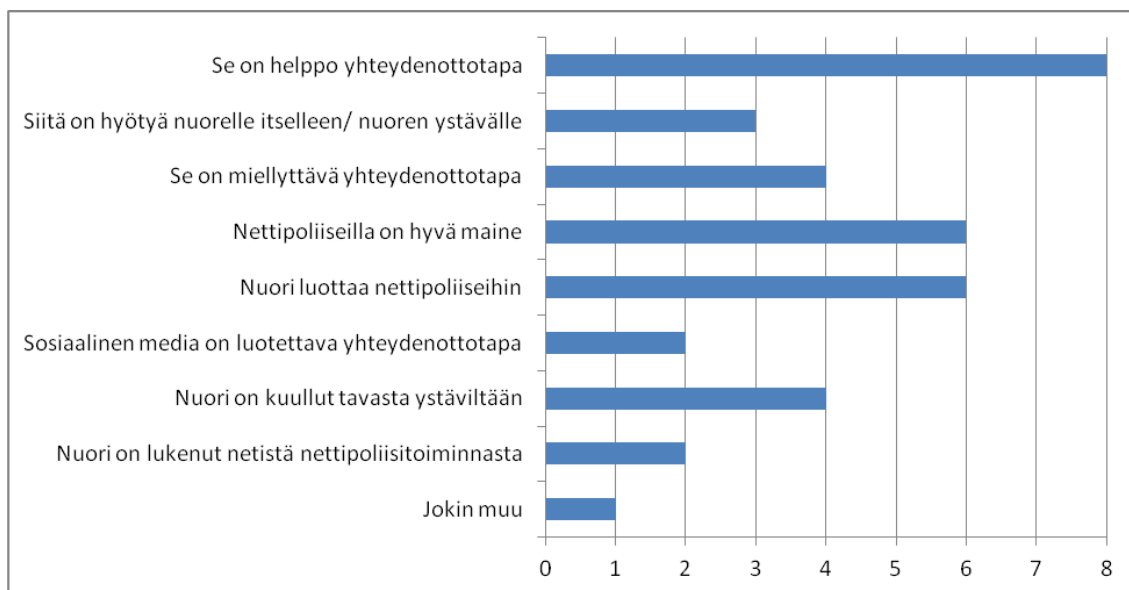
KUVIO 23 Sosiaalinen media voittaa perinteiset yhteydenottokanavat nuorten yhteydenotoissa

Kuusi kysymyksiin vastannutta nettipoliisia oli sitä mieltä, että yhteydenottoja tulee nuorilta enemmän heille sosiaalisen median kautta kuin muita yhteydenottokanavia pitkin. Nettipoliiseista kaksi kuitenkin korosti sitä, että nuorilta tulleista yhteydenotoista suurin osa on kysymyksiä. Yksi nettipoliiseista mainitsi myös sen, että koska nuorten on helppo kysyä nettipoliiseilta asioita sosiaalisen median palveluissa, he kysyvät myös asioita, jotka olisi myös helppo selvittää itse. Kolme nettipoliiseista kertoo, että huomattavasti suurin osa yhteydenotoista tulee sosiaalisen median kautta ja sähköposteja tulee vain muutamia. Puhelimitse yhteydenottoja ei tule nuorilta nettipoliiseille juuri lainkaan.

Kaksi nettipoliiseista ei osannut sanoa, onko sosiaalinen media muita suosituimpi yhteydenottokanava. Toinen heistä kiinnitti huomion siihen, että lähes jokainen nuori osaa kiireellisessä tilanteessa ottaa yhteyttä suoraan puhelimitse Häätäkeskukseen. Kun asia ei ole kiireellinen, yhteydenottoja tulee nuorilta myös muita kanavia, kuten sosiaalisen median palveluita, pitkin.

Seuraavaksi käsitellään nettipoliiseilta kysytyjä syitä siihen, miksi nuoret ottavat yhteyttä poliisiin sosiaalisen median kautta. Kysymyksessä oli yhteensä kahdeksan vastausvaihtoehtoa, joista poliisit saivat valita 0-8. Vastausvaihtoehdot on kehitetty käyttäen avuksi Hsun ja Lin (2007) kehittämää blogeja koskevaa teknologianhyväksymismallia, joka on kuvattu luvussa 2.3. Tämä malli koettiin käsittelyyn siksi, koska blogit on yksi sosiaalisen median palvelu ja mallia voidaan siten myös soveltaa muihinkin sosiaalisen median palveluihin.

Poliisien vastaukset nuorten sosiaalisen median kautta tapahtuvien yhteydenottojen syihin on kuvattu seuraavassa kuviossa (kuvio 24).



KUVIO 24 Syitä nuorten sosiaalisen median kautta tapahtuviin yhteydenottoihin

Kaikki kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista uskovat että syy siihen, että nuoret ottavat yhteyttä poliisiin sosiaalisen median kautta, on se että sosiaalinen media on helppo yhteydenottokanava. Tästä saattaa seurata jo edellisen kysymyksen yhteydessä tullut ongelma, että nuoret ottavat nettipoliiseihin yhteyttä sosiaalisen median palveluiden kautta myös silloin, kun he voisivat itse selvittää helposti vastauksen kysymyksiinsä.

Sosiaalisen median kautta tapahtuvan yhteydenoton hyödyllisyyden poliisit puolestaan kokivat vähäisemmäksi syyksi kuin havaitun helppokäyttöisyyden. Kysymyksiin vastanneista poliiseista vain kolme koki syyksi nuorten yhteydenottoon havaitun hyödyllisyyden. Hyödyllisyydellä tarkoitettiin kyseisessä yhteydenotosta aiheutuvaa hyötyä nuorelle tai hänen ystävälleen.

Kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista neljä eli puolet vastanneista koki nuorten yhteydentotojen mahdolliseksi syyksi sosiaalisen median palvelun miellyttävyyden yhteydenottokanavana. Nautinnollisuus tai miellyttävyys koettiin hieman suosittumaksi syyksi yhteydenottoon kuin hyödyllisyys.

Sekä nettipoliisien luotettavuus että nettipoliisien hyvä maine koettiin hyväksi syiksi siihen, miksi nuoret ottavat yhteyttä nettipoliiseihin sosiaalisen median kautta. Kuusi nettipoliiseista valitsi kummankin vastausvaihtoehdon paikkansa pitäväksi. Näin ollen nettipoliisien hyvä maine ja luottavuus ovat nettipoliiseiden mukaan toiseksi suosituimpia syitä nuorten yhteydenottoihin sosiaalisen median helppokäyttöisyyden jälkeen. Sosiaalisen median luotettavuus puolestaan oli vain kahden nettipoliisin mielestä syynä nuorten yhteydenottoihin.

Marko Forssin haastattelussa tuli ilmi seikka, joka on osaltaan vaikuttanut nettipoliisien maineen ja luottamuksen kehittymiseen. Tämä seikka on henkilökohtaisen suhteen luominen. Kun nuori tai aikuinen kysyy neuvoa nettipoliisilta ja poliisi vastaa, syntyy heidän välilleen helposti sellainen luottamus, että nuoren tai aikuisen on helpompaa ottaa yhteyttä nettipoliisiin uudelleen. Myös

nettipoliisi-uransa alkuaikoina Marko Forss työskenteli jonkun verran esimerkiksi Helsingin keskustan Narinkkatorilla, joka on nuorten yleinen tapaamispaikka. Siellä työskennellessään Forss tapasi välillä nuoria, joiden kanssa hän oli keskustellut sosiaalisessa mediassa. Kun sosiaalisen median keskustelussa syntynyt suhde saa vahvistukseksi myös reaali maailmassa tapahtuneen tapaamisen, luottamus nettipoliisiin kasvaa ja yhteydenottaminen sosiaalisen median kautta tulee entistä helpommaksi.

Lisäksi kysymyksessä oli mukana vastausvaihtoehdot, jotka liittyivät siihen, että nuori on kuullut mahdollisuudesta ottaa poliiseihin yhteyttä. Kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista neljä koki nuoren sosiaalisen median kautta tapahtuvaan yhteydenottoon mahdolliseksi syyksi sen, että nuori on kuullut tavasta ystävältään. Puolestaan kaksi nettipoliisia koki lehtijuttujen ja muiden nettipoliisia käsittelevien tietojen lukemisen olleen syynä nuorten yhteydenottoon sosiaalisen median kautta.

Eräs kyselyyn vastanneista nettipoliiseista korosti, että nuoren yhteydenoton arkaluonteisuus vaikuttaa vahvasti siihen, että nuori valitsee yhteydenotokanavaksi sosiaalisen median. Nettipoliisin mukaan nuori kokee nettipoliisin tällaisissa tapauksissa luotettavana tahona, joka antaa ohjeita ja tukee nuorta vaikeassa asiassa. Lisäksi nettipoliisi arveli, että arkaluonteisesta asiasta voi olla helpompi puhua nuoren lähipiirin kuulumattomalle, tuntemattomalle henkilölle.

5.5 Pohdinta

Tässä alaluvussa käsitellään kyselyn viimeisen kysymyksen eli nettipoliisien saamien kommenttien sisältöä sekä pohditaan kyselyyn saatuja tuloksia. Nettipoliiseille suunnattujen kysymysten viimeinen kysymys ei koskenut suoranaisesti yhteydenottoja, vaan nettipoliisien toiminnastaan saamaa palautetta.

Nettipoliisien saama palaute on ollut pääosin positiivista. Yksi nettipoliiseista kertoo saaneensa palautetta, että nettipoliisityö on koettu tärkeäksi. Yksi nettipoliisi puolestaan on saanut positiivista palautetta usein heti kun hän on vastannut hänelle sosiaalisen median palvelussa esitettyyn kysymykseen. Myös toinen nettipoliiseista kertoo saaneensa paljon kiitosta neuvosta ja avusta. Eräs nettipoliiseista ei ole saanut negatiivista palautetta henkilökohtaisesti ollenkaan. Yksi nettipoliiseista on myös kerännyt palautetta nettipoliisitoiminnasta ja saanut kehitysehdotuksia toimintaan. Vanhemmilta ihmisiltä puolestaan on tullut yhdelle nettipoliisille palautetta, että perinteistä korttelipoliisityötä tarvittaisiin enemmän. Hänen mukaansa tämänsuuntaisissa kommentteissa on näkynyt ero nuorten ja vanhempien poliisitoimintaa koskevissa ajattelumalleissa.

Nettipoliisitoiminnasta tulleet hyvät palautteet kertovat osaltaan siitä, että nettipoliisitoiminta on koettu hyväksi. Lisäksi tätä tukevat useat nettipoliiseista kertovat positiiviset nettijutut ja sosiaalisen median kautta nettipoliiseille tullut yhteydenottojen suuri määrä. Myös Helsingin nettipoliisin toimialueen laajentaminen kolmeen uuteen sosiaalisen median palveluun lokakuussa sekä uusien

nettipoliisien aloittaminen syksyllä 2012 kertoo nettipoliisitoiminnan potentiaalista ja sen avulla saavutettavista hyödyistä.

Nettipoliiseiden vastauksissa kyselyyn sekä Marko Forssin haastatteluvastauksissa nousi esille mielenkiintoisia seikkoja yleisesti nettipoliisityöstä sekä nuorten yhteydenotoista. Nettipoliisitoiminnassa yleisesti koettiin kehityksen kohteena se, että vain kolme nettipoliisia työskentelee kokonaan sosiaalisessa mediassa, kun taas loput nettipoliisit saavat käyttää vain pienen osan työajastaan nettipoliisityöhön. Muutama vain osan työajastaan sosiaalisessa mediassa työskentelevistä toivoi, että heillä olisi enemmän aikaa nettipoliisityöhön.

Suurin osa nettipoliiseista koki sosiaalisen median palveluiden olevan perinteisiä yhteydenottokanavia suosituimpia kanavia nuorille ottaa yhteyttä poliiseihin. Toki poikkeuksena tässä on akuutit ilmoitukset, jotka tulee tehdä soittamalla Häätäkeskukseen. Suurin osa nettipoliiseista koki, että nykyään puolet kaikista sosiaalisen median palveluiden kautta tulleista yhteydenotoista tulee nuorilta ja puolet aikuisilta. Kaksi nettipoliiseista puolestaan saa noin 10 prosenttia yhteydenotoista nuorilta ja loputa aikuisilta kun taas koulupoliisina toimiva nettipoliisi saa 90 prosenttia yhteydenotoista nuorilta ja loput aikuisilta. Marko Forssin mukaan aikuisilta tulleiden yhteydenottojen määrä on kasvanut, kun taas nuoret ovat ottaneet yhteyttä sosiaalisen median kautta nettipoliisitoiminnan alusta asti.

Nettipoliisien kokemista syistä nuorten yhteydenottoihin sosiaalisen median palveluiden kautta selvisi myös mielenkiintoisia asioita. Jokainen kysymyksiin vastanneista nettipoliiseista koki sosiaalisen median helppouden syynä nuorten yhteydenottoihin. Tämä vaikuttaa myös siihen, että nettipoliiseille tulee myös sellaisia kysymyksiä, joihin voi löytää vastauksen helposti jostain muualta, esimerkiksi poliisin nettisivuilta. Toisiksi suosituimmiksi syiksi nuorten yhteydenottoihin nettipoliisit kokivat nettipoliisien hyvän maineen ja nuorten luottamuksen nettipoliiseihin. Nämä seikat ovat todella tärkeitä nettipoliisityön kannalta. Yhteydenottojen määrä olisi todennäköisesti huomattavasti pienempi, jos nuoret eivät luottaisi nettipoliiseihin.

Marko Forssin haastattelussa ja yhden nettipoliisin vastauksissa tuli ilmi se, että nuorten voi olla helpompi ottaa poliisiin yhteyttä sosiaalisen median palveluiden kautta, kun kyseessä on arkaluontoinen rikos, esimerkiksi seksuaalirikos tai kiusaamisrikos. Nuoren voi olla helpompi kertoa kohtaamastaan arkaluontoisesta rikoksesta, kun ei tarvitse mennä poliisiasemalle kertomaan asiaa kasvotusten. Koska nettipoliisit myös koetaan luotettavaksi tahoksi, on asian kertominen heille helpompaa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Tämän tutkielman tutkimuskysymyksinä olivat: Miksi nuoret ja poliisi käyttävät sosiaalista mediaa? Miksi nuoret käyttävät sosiaalista mediaa ottaessaan yhteyttä poliisiin? Näihin kysymyksiin haettiin vastauksia kirjallisuuden sekä kyselyiden ja haastattelun avulla.

Luvussa 2 käsiteltiin sosiaalista mediaa. Tässä tutkielmassa käytettiin Kankaan, Toivosen ja Bäckin (2007) sosiaalisen median määritelmää, jonka mukaan sosiaalinen media koostuu sisällöstä, yhteisöistä ja Web 2.0 – teknologiasta. Nämä käsitteet omaaville sosiaalisen median sovelluksille tyypillisiä piirteitä olivat osallistuminen, avoimuus, keskustelu, yhteisöt ja verkottuminen.

Toinen luvussa 2 käsiteltävä alue oli sosiaalisen median palveluita. Niitä käsiteltiin Juslénin (2009) määrittelemien sosiaalisen median palveluiden ryhmittelyn mukaan. Tämä ryhmittely oli verkottumispalvelut, sisällön julkaisu- palvelut ja tiedon luokittelu- ja arvioimispalvelut. Näistä nettipoliiseilla käytös- sään useita verkottumispalveluita kuten Facebook, IRC-Galleria ja Twitter.

Luvussa 2. esiteltiin Hsun ja Lin (2007) kehittämä erään sosiaalisen median palvelun, blogien, teknologian hyväksymismalli. Se perustui alkuperäiseen Davisin, Bagozzin & Warshawn (1989) kehittämän teknologian hyväksymismalliin. Hsun ja Lin (2007) kehittämän mallin mukaan teknologian hyväksymistekijät ja tiedonjakamistekijät vaikuttavat asenteeseen bloggaamista kohtaan, mikä puolestaan vaikuttaa aikomukseen blogata. Lisäksi sosiaalisen vaikutuksen tekijät vaikuttavat suoraan aikomukseen blogata.

Teknologian hyväksymistekijöitä ovat havaittu hyödyllisyys, havaittu helppokäyttöisyys ja havaittu nautinnollisuus. Tutkielman empiirisessä osuudessa eli luvussa 5 olleissa nettipoliisien vastauksissa koskien nuorten yhteydenottoja sosiaalisen median palveluiden kautta, esille näistä tekijöistä nousi etenkin havaittu helppokäyttöisyys. Nettipoliisit kokivat, että nuorten on helppo ottaa heihin yhteyttä sosiaalisen median palveluiden välityksellä. Myös havaittu hyödyllisyys tuli vastauksissa ilmi, mutta vähemmissä määrin kuin havaittu helppokäyttöisyys. Tiedonjakamistekijöitä puolestaan ovat epäitsekkyys, oletettu molemminpuolinen hyöty, maine, luottamus ja oletetut suhteet. Nettipoliisien vastauksissa esille tulivat näistä tekijöistä nettipoliisien hyvä maine ja

se, että nuoret luottavat nettipoliiseihin. Sosiaalisen vaikutuksen tekijöitä ovat sosiaaliset normit ja yhteisön tunnistaminen. Nämä tekijät eivät tulleet esille nettipoliisien vastauksissa.

Luku 3 käsitteli nuoria sosiaalisessa mediassa. Tässä tutkielmassa käytetään tilastokeskuksen (2009) määritelmää, jonka mukaan nuoria ovat 15–24 -vuotiaat. Tämän ikäisistä nuorista 83 prosentilla oli vuonna 2010 profiili ainakin yhdessä sosiaalisen median palvelussa. Näille nuorille teknologia on luonnollinen osa elinympäristöä, eikä heidän netissä käyttämänsä aika ei ole pois harrastuksista tai kavereiden tapaamisesta.

Nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttöön on useita syitä. Nuoret keskustelevat kavereidensa kanssa, ovat vuorovaikutuksessa ystäviensä kanssa, tutkivat muiden luomaa sisältöä ja luovat sosiaalista pääomaa. Opiskelevat nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita myös opiskelun tukena. He esimerkiksi kysyvät ystäviltään kysymyksiä eri opiskeluaineisiin liittyen sekä koordinoivat ryhmätöitä sosiaalisen median palveluiden avulla. Lisäksi nuoret käyttävät sosiaalista mediaa kansainvälistyäkseen, selvittääkseen ajankohtaisia asioita ja ottaessaan yhteyttä eri organisaatioihin. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa myös vaikuttaessaan yhteiskunnallisiin asioihin.

Luvussa 3 esiteltiin nuorten sosiaalisen median käyttötapojen lisäksi Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) teknologian hyväksymismallin pohjalta tehtyä tutkimusta opiskelijoiden asenteista ja aikomuksesta käyttää sosiaalisen median palveluita. Heidän teoreettisen teknologian hyväksymismallinsa mukaan subjektiiviset normit, havaittu hyödyllisyys ja havaittu helppokäyttöisyys vaikuttavat asenteeseen sosiaalisen median käyttöä kohtaan, mikä puolestaan vaikuttaa aikomukseen käyttää sosiaalisen median palveluita. Heidän tutkimuksensa mukaan havaittu helppokäyttöisyys on tekijä, joka vaikuttaa enemmän nuorten asenteeseen sosiaalisen median käyttöä kohtaan kuin havaittu hyödyllisyys tai subjektiiviset normit. Luvussa kuvattiin myös Dhumen, Pattanshettin, Kamblen ja Prasadin (2012) tutkimustuloksia, jotka olivat samansuuntaisia kuin Shittun, Bashan, AbdulRahmanin ja Ahmadin (2011) tutkimuksen tulokset. Samaa mieltä olivat myös kyselyyn vastanneet nettipoliisit sekä haastatteluun vastannut Helsingin nettipoliisin Marko Forss. Jokainen kysymyksiin vastanneista oli sitä mieltä, että sosiaalisen median havaittu helppokäyttöisyys on pääasiallisen syynä siihen, että nuoret ottavat nettipoliiseihin yhteyttä sosiaalisen median palveluiden välityksellä.

Luku 4 koostui poliisin sosiaalisen median käytöstä Suomessa ja maailmalla. Syiksi poliisin sosiaalisen median käyttöön nähtiin muun muassa läpinäkyvyyden luominen, kansalaisten rauhoittelu, julkisuuden saavuttaminen, positiivisten tarinoiden kertominen ja positiivisen poliisi-imagon luominen.

Luvussa 4 kuvattiin myös Mergelin (2010) kehittämät julkishallinnon sosiaalisen median käyttöstrategiat eli työntöstrategia, vetostrategia ja verkostoitumisstrategia. Suomen poliisi organisaationa käyttää näitä kaikkia Mergelin (2010) sosiaalisen median käyttöstrategioita Facebook-profiilissaan. Työntöstrategia, eli sosiaalisen median palveluiden käyttö jo olemassa olevien viestintäta-

pojen laajentamiseen, näkyy Suomen poliisin Facebook-profiilissa jo siinä, että poliisi on siirtynyt käyttämään eri sosiaalisen median palveluita. Lisäksi Suomen poliisi on käyttänyt Facebookia myös informoidessaan esimerkiksi nettisivuillaan olevista ongelmatilanteista. Vetostrategian käyttö eli linkitys poliisin omille nettisivuille, on myös käytössä Suomen poliisin Facebook-sivuilla. Suomen poliisi on laittanut esimerkiksi linkkejä poliisin nettisivuilla olevaan poliisiylijohtajan Mikko Paateron blogiin. Verkostoitusstrategia eli suhteiden luominen sosiaalisen median palvelun avulla näkyy Suomen poliisin Facebook-profiilissa hieman vähemmän kuin työntö- ja vetostrategiat. Se näkyy kuitenkin siinä, että Suomen poliisin Facebook-sivuilleen laittamia tilapäivityksiä on kommentoitu paljon. Yksittäiset nettipoliisit puolestaan käyttävät verkostoitusstrategiaa tehokkaammin ja keskustelevat kansalaisten kanssa sosiaalisen median palveluissa.

Lisäksi luvussa 4 verrattiin Helsingin nettipoliisille vuosina 2010 ja 2011 tulleita yhteydenottoja. Niiden perusteella Helsingin nettipoliisille tulleiden toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen sosiaalisen median palveluiden kautta on kasvanut noin yhdellä yhteydenotolla kuussa. Eri sosiaalisen median kautta tulleissa yhteydenotoissa on tapahtunut muutos. Facebookin kautta tulleiden toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen määrä on kasvanut noin kolmella yhteydenotolla kuussa, kun taas IRC-Gallerian kautta tulleiden toimenpiteisiin johtaneiden yhteydenottojen määrä on laskenut noin kahdella ja puolella yhteydenotolla kuussa.

Nettipoliisit ovat toimineet Suomessa hyvällä menestyksellä jo muutaman vuoden ajan ja heidän sosiaalisen median kautta saamien yhteydenottojen määrä on kasvussa. Tutkielman empiirisen osuuden tuloksista kävi ilmi, että nuoret ottavat nettipoliiseihin yhteyttä sosiaalisen median kautta sen helppouden takia. Nuoret myös luottavat nettipoliiseihin ja pitävät nettipoliisien mainetta hyvänä. Vaikka suurin osa nettipoliiseille tulleista yhteydenotoista on kysymyksiä, on nuorten helpompi ottaa yhteyttä nettipoliiseihin myös arkaluontoisissa rikosasioissa, kuten seksuaalirikoksissa.

Tutkielman jatkokysymysaiheita ovat: Miten nuoret ja poliisi kohtaavat sosiaalisessa mediassa? Millä eri tavoin nuoret voivat ottaa yhteyttä poliisiin sosiaalisessa mediassa? Ottavatko nuoret yhteyttä poliisiin sosiaalisen median kautta yhä useammin? Miten nuorten yhteydenottaminen poliisiin sosiaalisen median avulla on vaikuttanut nuorten kynnykseen ottaa yhteyttä poliisiin? Miten poliisi voisi tehostaa toimintaansa sosiaalisessa mediassa tavoittaakseen suuremman osan nuorista?

LÄHTEET

- Agichtein, E., Castillo, C., Donato, D., Gionis, A. & Mishne, G. (2008). Finding High-Quality Content in Social Media. *First ACM Conference on Web Search and Data Mining*. Stanford, CA, USA. February 2008.
- Bertot, J.C., Hansen, D. & Jaeger, P.T. (2011). Government policies on the use of social media: legislating for change. *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times, June 2010*.
- Bertot, J.C., Hansen, D. & Jaeger, P.T. (2012). *The impact of policies on government social media usage: Issues, challenges and recommendations*. Government Information Quarterly. Volume 29, No. 1, January 2012, pages 30-40.
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Volume 13, No. 3, September 1989, pages 319-340.
- Davis F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science. Volume 35, No. 8, August 1989, pages 982-1003.
- Dhume, S.M., Pattanshetti, M.Y., Kamble, S.S. & Prasad, T.(2012). Adoption of social media by Business Education students: Application of Technology Acceptance Model (TAM). *2012 IEEE International Conference on Technology Enhanced Education, January 3-5, 2012, Mumbai, India*.
- Demi.fi. (2012). Haettu 24.9.2012 osoitteesta: <http://demi.fi/omademi/demifi>
- Gutiérrez-Martinez, I., Luna-Reyes, L.F. & Picazo-Vela, S. (2011). Social media in the public sector: perceived benefits, costs and strategic alternatives. *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times, June 2011*.
- Guy, I., Jacovi, M., Perer, A., Ronen, I. & Uziel, E. (2010). Same places, same things, same people?: Mining user similarity on social media. *CSCW '10 Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work*. ACM: New York, USA.
- Ellison, N.B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). *The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use on Online Social Network Sites*. Journal of Computer-Mediated Communication. July 2007, Volume 12, issue 4, pages 1143-1168.
- Facebook. (2012). Haettu 19.8.2012 osoitteesta: <http://www.facebook.com>
- Ferm, T. & Sähköiset palvelut - työryhmä. (2005). *Poliisin sähköisen asiointin kehittäminen*. Helsinki: Sisäasiainministeriön julkaisuja 5/2005. Saatavana www.muodossa:
[http://194.89.205.88/intermin/biblio.nsf/18B795A5425A5483C2256FA800365F25/\\$file/52005.pdf](http://194.89.205.88/intermin/biblio.nsf/18B795A5425A5483C2256FA800365F25/$file/52005.pdf)
- Helsingin sanomat. (2012). Poliisi kasvattaa reviiiriään netissä. Lauantai 13.10.2012. Osio A, sivu 15.

- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). *Social Media & Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Journal of Chemical Education, Volume 87, Issue 2, Pages: 141-142.
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: University Press, Hypermedialaboratorion verkkojulkaisuja - Hypermedia Laboratory Net Series; 17. [Viitattu 2.11.2011]. Verkkojulkaisu <http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf>
- Lukes, C.A. (2010). *Social media*. AAOHN Journal, Volume 59, Nro.10/2010, Pages 415-417.
- Luotonen, M., Marjamaa, P. & Forss, M. (2012). *Sosiaalisen median työryhmän loppuraportti : Poliisin näkyvää toimintaa sosiaalisessa mediassa*. Poliisihallituksen julkaisusarja 2/2012. [Viitattu 2.12.2012]. Verkkojulkaisu [http://www.poliisi.fi/intermin/biblio.nsf/05B8B92A7EA99A75C2257A2300319490/\\$file/Poliisin_nakyva_toiminta_sosiaalisessa_mediassa_light.pdf](http://www.poliisi.fi/intermin/biblio.nsf/05B8B92A7EA99A75C2257A2300319490/$file/Poliisin_nakyva_toiminta_sosiaalisessa_mediassa_light.pdf)
- Lux Wigand, F.D. (2010). Twitter in Government: Building Relationships One Tweet at a Time. 2010 *Seventh International Conference on Information Technology, Las Vegas, Nevada, USA*. IEEE Computer Society.
- Mawby, R.C. (2010). *Police corporate communications, crime reporting and the shaping of of policing news*. Policing & Society, Volume 20, Issue 1, pages 124-139.
- Mergel, I. (2010). *Gov 2.0 Revisited: Social Media Strategies in the public sector*. PA Times. Summer2010, Vol. 33 Issue 3, pages 7-10.
- Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A. & Calvert, S.L. (2009). *College students' social networking experiences on Facebook*. Journal of Applied Developmental Psychology. Volume 30, Issue 3, May-June 2009, Pages 227-238.
- Poliisi.fi. (2012). Haettu 6.11.2012 osoitteesta : <http://www.poliisi.fi/>
- Poliisilaki. (2011). Haettu 11.11.2011 osoitteesta: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19950493>
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, MA : MIT Press, 2000.
- Salmenkivi, S. & Nyman, N. (2008). *Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi*. Talentum Media. Jyväskylä: Gummerus.
- Shittu, A.T., Basha, K.M., AbdulRahman, N.S.N. & Ahmad T.B.T. (2011). *Investigating students' attitude and intention to use social software in higher institution of learning in Malaysia*. Multicultural Education & Technology Journal, Volume 5, Issue 3. pages 194 - 208.
- Serrat, O. (2010). *Social Media and the Public Sector*. April 2010, 83. Asian Development Bank (ADB), Philippines. Saatavana www.muodossa: <http://www.adb.org/documents/information/knowledge-solutions/social-media-and-the-public-sector.pdf>
- Smith, D. (2010). *Connecting Government to Improve It*. Training and Development, April 2010, Vol. 64 Issue 4, p24-24.
- Socialbakers.com.(2012). Haettu 24.9.2012 osoitteesta : <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland>

- Suomi.fi. (2011). Haettu 13.10.2011 osoitteesta:
http://www.suomi.fi/suomifi/suomi/valtio_ja_kunnat/index.html
- Tapscott, Don. (2010). *Growing up Digital : The Rise of the Net Generation*. USA: Harvard Business Press.
- Tilastokeskus. (2009). Suomen lapset ja nuoret tilastoissa. Haettu 17.12.2012 osoitteesta : http://www.stat.fi/ajk/tiedotteet/2009/tiedote_017_2009-12-07.html
- Tilastokeskus. (2010). Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö. Haettu 17.12.2012 osoitteesta http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html
- Tsui, H-D., Lee, C-Y. & Yao, C-H. (2010). E-Government, Politics and Web 2.0. *2010 4th International conference on New Trends in Information Science and Service Science (NISS), 11-13 May 2010, Gyeongju, Taiwan.*
- Valtioneuvoston kanslia. (2010). *Valtionhallinnon viestintäsuositus*. Saatavana www-muodossa: <http://vnk.fi/julkaisut/fi.jsp>
- Virtuaalinen lähipoliisiryhmä. (2010). *Virtuaalisen lähipoliisiryhmän toimintakertomus 2010*. Saatavana www-muodossa : [http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/files/Tkert2010/\\$file/Tkert2010.pdf](http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/files/Tkert2010/$file/Tkert2010.pdf)
- Virtuaalinen lähipoliisiryhmä. (2011). *Virtuaalisen lähipoliisiryhmän toimintakertomus 2011*. Saatavana www-muodossa : [http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/files/8BD2AB6EC2A798FFC22579A300357286/\\$file/VLPR2011.pdf](http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/files/8BD2AB6EC2A798FFC22579A300357286/$file/VLPR2011.pdf)
- Verkkouutiset.fi. (2011). Haettu 15.10.2011 osoitteesta : <http://www.verkkouutiset.fi/>
- Weill, P. & Ross, J. (2004). *IT Governance: How Top Performers Manage IT Decision Rights for Superior Results*. HBS Press Book.
- Venkatesh, V. & Davis, F.D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science. Volume 46, No. 2, February 2000, pages. 186-204.
- Wever, B., Mechant, P., Veevaete, P. & Hauttekeete, L. (2007). E-Learning 2.0: Social Software for Educational Use. *Ninth IEEE International Symposium on Multimedia Workshops, 2007, ISMW '07*, Page(s):511 - 516.
- Yle.fi. (2011). Haettu 15.10.2011 osoitteesta : <http://yle.fi/>
- Yle.fi. (2012). Haettu 14.9.2012 osoitteesta : http://yle.fi/uutiset/nettipoliisi_forss_uhattiin_heittaa_ulos_facebookista/6290663
- Youtube. (2012). Haettu 2.12.2012 osoitteesta: <http://www.youtube.com/>

LIITE 1. HAASTATTELUKYSYMYKSET

1. Miten päädyit nettipoliisiksi? Kuinka kauan olet toiminut netti-/ virtuaalipoliisina?
2. Käytätkö jotain sosiaalista mediaa, esim. Facebookia, myös vapaa-ajalla pitäessäsi yhteyttä ystäviisi?
3. Mitä sosiaalisen median palveluita käytät työssäsi?
4. Onko jokin mainitsemistasi sosiaalisen median palveluista yleisempi tapa ottaa teihin yhteyttä verrattuna muihin sosiaalisen median palveluihin?
5. Oletko töissä vain virastoaikaan? Kuinka suuren osan työajastasi käytätte sosiaalisen median palveluissa tulleiden yhteydenottojen parissa?
6. Minkälaisia suurin osa sosiaalisen median kautta tulleista yhteydenotoista on? Ovatko ne esimerkiksi tiedusteluja tai rikosilmoituksia?
7. Kuinka suuri osa prosentteina sinulle poliisina tulevista yhteydenotoista sosiaalisen median kautta tulee nuorilta?
8. Onko poliisin sosiaalisen median käyttö mielestäsi madaltanut nuorten kynnystä ottaa yhteyttä poliisiin myös arkaluontoisimmista asioista?
9. Kumpi tapa on nuorten keskuudessa suosituimpi nykyään, perinteiset yhteydenottotavat vai sosiaalinen media? Kuinka suuri osa yhteydenotoista tulee perinteisillä yhteydenottotavoilla (esim. puhelin, sähköposti) verrattuna sosiaalisen median palveluihin?
10. Mitkä seuraavista ovat mielestäsi olleet syitä siihen, että nuoret ottavat yhteyttä poliisiin sosiaalisen median palveluiden välityksellä? Voit valita yhden tai useampia vastausvaihtoehtoja.
 - a. Se on helppo yhteydenottotapa
 - b. Siitä on hyötyä nuorelle itselleen/ nuoren ystäville
 - c. Se on miellyttävä yhteydenottotapa
 - d. Nettipoliiseilla on hyvä maine
 - e. Nuori luottaa nettipoliiseihin
 - f. Sosiaalinen media on luotettava yhteydenottotapa
 - g. Nuori on kuullut tavasta ystäviltaan
 - h. Nuori on lukenut netistä virtuaalisesta poliisitoiminnasta
 - i. Jokin muu, mikä?
11. Minkälaisia kommentteja nuorilta on tullut poliisin läsnäoloon sosiaalisen median palveluissa (esim. Facebook)? Minkä sosiaalisen median väljän kautta palautetta on eniten tullut?

LIITE 2. YHTEYDENOTTOVIESTIT

Hei,

olen tietojärjestelmätieteen opiskelija Jyväskylän yliopistosta ja kirjoitan Pro Gradu -tutkielmaani aiheesta "Nuoret ja poliisi sosiaalisessa mediassa". Olen tutustunut Virtuaalisen lähipoliisiryhmän toimintakertomuksiin ja lukenut useita lehtijuttuja virtuaaliseen poliisitoimintaan liittyen. Jotta saisin tutkielmaani myös nettipoliisien henkilökohtaisia kokemuksia nuorten yhteydenottamisesta poliisiin sosiaalisen median kautta, olisin todella kiitollinen jos voisit vastata alla oleviin haastattelukysymyksiin, joko täällä Facebookissa tai sähköpostiini hanna.h.koponen@jyu.fi.

Selvennykseksi vielä, että sosiaalisen median palveluilla tarkoitetaan esim. Facebookia, IRC-galleriaa, Youtubea, yms.

Ystävällisin terveisin,
Hanna Koponen

(Haastattelukysymykset listattuna)

Odotan vastauksiasi kahden viikon ajan. Kiitos paljon jo etukäteen vastauksistasi!

Hei,

Laitoin kaksi viikkoa sitten sinulle kyselyn liittyen pro Gradu -tutkielmaani aiheesta "Nuoret ja poliisi sosiaalisessa mediassa". Alkuperäinen aikatauluni vastauksille oli liian tiukka varsinkin näin kesällä, joten päätin pidentää vastausaikaa elokuun loppuun.

Haluaisin vielä painottaa, että kaikki vastaukset ovat todella tärkeitä ja ne käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. Yksittäistä vastaajaa ei pysty tunnistamaan tutkimukseni tuloksista.

Milloin ehtisit vastata kysymyksiin? Jos kysymyksissä on jotain epäselvää, tarkennan niitä mielelläni.

Ystävällisin terveisin,
Hanna Koponen

Hei,

Muistuttaisin vielä lähettämistäni haastattelukysymyksistä liittyen nuorten ja poliisin sosiaalisen median käyttöön. Alan koota vastauksia ensi viikolla ja olisin kiitollinen jos ehtisit vielä vastata kysymyksiin viikon sisällä.

Ystävällisin terveisin,
Hanna Koponen