

SOSIAALISEN INTRANETIN KÄYTTÖ
ORGANISAATION VUOROVAIKUTUSYMPÄRISTÖNÄ
Asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia

Inka Kolehmainen

Anssi Korhonen

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Kevät 2014

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijät – Author Inka Kolehmainen, Anssi Korhonen	
Työn nimi – Title SOSIAALISEN INTRANETIN KÄYTTÖ ORGANISAATION VUOROVAIKUTUSYMPÄRISTÖNÄ Asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia	
Oppiaine – Subject Puheviestintä	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Kevät 2014	Sivumäärä – Number of pages 83
Tiivistelmä – Abstract <p>Tämän tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tavoitetta lähestyttiin tutkimalla asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia sosiaalisen intranetin käytöstä ja sosiaalisen intranetin käyttöönotosta heidän organisaatiossaan. Lisäksi pohdittiin sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävää organisaatiossa sekä asiantuntijatyötä tekevien näkemyksiä ja odotuksia sosiaalisen intranetin tulevaisuudesta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin laadullisia menetelmiä käyttäen. Aineisto kerättiin haastattelemalla kahdeksaa kohdeorganisaation asiantuntijatyötä tekevää teemahaastattelurunkoa hyödyntäen. Haastattelut olivat noin tunnin mittaisia yksilöhaastatteluja. Aineisto analysoitiin aineistolähtöisesti teemoittelemalla.</p> <p>Tulokset osoittivat, että sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksia käytetään organisaatiossa vielä vähän. Johdon esimerkki ja työkavereiden tuki nähtiin merkityksellisenä rohkaisevana tekijänä etenkin sosiaalisen intranetin käyttöönoton yhteydessä. Sosiaalisen intranetin tehtävänä on toimia vahvasti vielä yksisuuntaisena tiedotusvälineenä ja tietopankkina. Sosiaaliseen intranettiin liittyy kuitenkin paljon odotuksia, ja se nähdään tulevaisuudessa yhtenä mahdollisena ympäristönä työnteolle.</p> <p>Organisaatiokulttuurilla koettiin olevan merkitystä sosiaalisen intranetin käytössä. Organisaation hierarkkinen rakenne sekä korkeat odotukset sisällön tasosta koettiin nostavan kynnyksenä sosiaalisessa intranetissä osallistumiseen. Suuressa organisaatiossa sosiaalisen intranetin käyttämiseen koettiin liittyvän arkuutta. Organisaatiossa pilottivaiheessa olevilla tiimisivustoilla sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksia kuitenkin uskallettiin käyttää rohkeammin kuin koko organisaation kesken.</p> <p>Sosiaalisen intranetin ilmiötä puheviestinnän tieteenalalla on tutkittu vähän. Laajempaa tutkimusta sosiaalisen intranetin vuorovaikutusilmiöistä tarvitaan edelleen ja etenkin eri asemassa olevien työntekijöiden käsityksiä ja kokemuksia sosiaalisen intranetin käytöstä vuorovaikutusympäristönä.</p>	
Asiasanat – Keywords Enterprise 2.0, puheviestintä, sosiaalinen intranet, teknologiavälitteinen vuorovaikutus, viestintäteknologian käyttöönotto, Web 2.0	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 VIESTINTÄTEKNOLOGIA TYÖELÄMÄSSÄ.....	8
2.1 Viestintäteknologian käyttö ja käyttöönotto organisaatiossa	8
2.2 Sosiaalinen media työelämässä.....	14
2.3 Viestintäteknologian merkitys asiantuntijatyössä.....	20
3 SOSIAALINEN INTRANET.....	22
3.1 Intranet.....	22
3.2 Sosiaalisen intranetin määritelmä	23
3.3 Sosiaalisen intranetin käyttö organisaatiossa.....	25
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	30
4.1 Tutkimuskysymykset.....	30
4.2 Tutkimusmenetelmä	32
4.3 Haastateltavat ja kohdeorganisaatio	33
4.4 Aineistonkeruu.....	34
4.5 Aineiston käsittely ja analysointi	35
5 TULOKSET	38
5.1 Sosiaalisen intranetin käyttöön liittyviä käsityksiä ja kokemuksia.....	38
5.1.1 Sosiaalisen intranetin käyttäjien roolit ja käyttöoikeudet	38
5.1.3 Organisaatiokulttuurin merkitys sosiaalisen intranetin käytössä	40
5.2 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto	42
5.1.2 Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusvälineiden käyttö	42
5.2.1 Sosiaalisen intranetin käyttöönottoprosessi	49
5.2.2 Johdon ja työkavereiden tuki sosiaalisen intranetin käyttöönotossa.....	52
5.3 Sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä.....	52
5.3.1 Sosiaalisen intranetin viestintätehtävät.....	52

5.3.2 Sosiaalisen intranetin vuorovaikutustehtävät.....	55
5.3.3 Sosiaalisen intranetin tehtävät ja organisaatiokulttuuri.....	57
5.4 Sosiaalisen intranetin tulevaisuusodotukset	58
6 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI.....	61
6.1 Luotettavuuden arviointi	61
6.2 Eettisten ratkaisujen arviointi	64
7 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	66
7.1 Sosiaalisen intranetin käyttö organisaatiossa.....	66
7.2 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto organisaatiossa.....	69
7.3 Sosiaalisen intranetin tehtävät ja tulevaisuusodotukset organisaatiossa	71
7.4 Jatkotutkimushaasteita.....	74
KIRJALLISUUS.....	76
LIITTEET.....	80
Liite 1: Haastattelupyyntö	80
Liite 2: Teemahaastattelurunko	82

1 JOHDANTO

Nykypäivän yhteiskuntaa voidaan kutsua tietoyhteiskunnaksi ja tietointensiivisen työn määrä on kasvanut. Tietointensiiviseksi työksi luonnehditaan työtä, joka vaatii korkeakoulutusta, erityisosaamista, luovuutta ja innovatiivisuutta sekä tietotekniikan soveltamista. Tietointensiivisessä työssä korostuu vuorovaikutus, sillä innovaatiot edellyttävät asiantuntijoiden välistä yhteistyötä. Viestintäteknologian kasvu ja kehittyminen onkin ollut kovassa vauhdissa ja uudet ja kehittyneemmät vuorovaikutusvälineet ovat mahdollistaneet uusia tapoja olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa niin vapaa-ajalla kuin työelämässä.

Tietointensiivinen työ vaatii korkeatasoista osaamista ja erikoistietämystä ja asiantuntijatyön määrä onkin kasvanut tietoyhteiskunnassa. Tehokkuutta työntekoon on haettu erilaisten asiantuntijuuksien yhdistämisestä ja sen vuoksi moniammatilliset tiimit ovat yleistyneet organisaatioissa. Globalisaatio ja työelämän muutokset ovat aikaansaaneet sen, että nykyään tiimit koostuvat erilaisista kansallisuuksista ympäri maailman ja tiimin jäsenet työskentelevät eri maissa. Tämä taas on johtanut uusien yhteistyö- ja vuorovaikutusratkaisujen etsimiseen viestintäteknologian saralta. Organisaatioissa uudenlaisia yhteistyö- ja vuorovaikutusmahdollisuuksia tarjoaa sosiaalinen intranet. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tutkimus kytkeytyy puheviestinnän tieteenalaan.

Sosiaalinen media on puolestaan muuttanut viestintäkulttuuria ja tapaamme olla vuorovaikutuksessa. Samalla se on tuonut myös uusia mahdollisuuksia työelämään. Sosiaalisen median työkaluja ollaan ottamassa yhä enenevässä määrin käyttöön myös organisaatioiden sisäiseen verkkoviestintään. Taustalla voi olla toiveita esimerkiksi tuottavuuden lisääntymisestä, parantuneesta tiedon saatavuudesta, uuden tiedon ja uusien innovaatioiden luomisesta ja ylipäätään lisääntyneestä vuorovaikutuksesta ja yhteisöllisyyden kasvusta.

Asiantuntijatyötä tekevät käyttävät nykyään paljon työajastaan tiedonhakuun ja sähköpostin lukemiseen. Käytetyt ajat voivat olla yllättävän suuria suhteessa kokonaistyöaikaan (ks. esim. Bughin, Chui & Manyika 2012), ja onkin noussut merkitykselliseksi

pohtia, voisiko esimerkiksi juuri sähköpostin lukemiseen ja tiedonhakuun käytettyä aikaa vähentää, ja voisiko tämän myötä asiantuntijatyötä tekevien tuottavuutta parantaa. Yhtenä potentiaalisena avuntuojaana voidaan nähdä sosiaalinen intranet.

Sitä, mitä sosiaalisen median työkalut, toisin sanoen sosiaalinen intranet, todellisuudessa tuo organisaation sisäiseen viestintään, tiedon hallintaan, tiedon johtamiseen tai uuden tiedon luomiseen, on kuitenkin tutkittu vain vähän. Perinteisen, niin sanotun intranet 1.0:n käyttöä ja siihen liittyvää viestintää on tutkittu paljonkin 2000-luvun ja myös 90-luvun loppupuolen aikana (ks. esim. Cozijn, Maes, Schackman & Ummelen 2007; Sinickas 2005). Myös viestintää sosiaalisessa mediassa ja sosiaaliseen mediaan liittyvää vuorovaikutusta on tutkittu viime vuosina yhä enenevässä määrin (ks. esim. Craig, Campbell, Bichard & Baker 2013; Lillqvist & Louhiala-Salminen 2014). Myös sosiaalisen median käyttöä työelämän kontekstissa on tutkittu (ks. esim. Treem & Leonardi 2012; Vaast & Kaganer 2013; Vuori 2011). Mutta mitä tapahtuu, kun organisaatiolle luodaan ikään kuin oma sosiaalinen media? Millainen sosiaalinen intranet on suhteessa sosiaaliseen mediaan? On uutta, että tämä maailma astuu työelämän kontekstiin, ja nämä aiheeseen liittyvät kysymykset ovat mielenkiintoisia ja samalla sellaisia, joita ei ole vielä tarkasteltu tutkimuksessa kovin paljoa vuorovaikutuksen näkökulmasta.

Sosiaalisesta intranetistä tehty tähänastinen tutkimus on painottunut informaatiotieteen suuntaan, mutta puheviestinnän näkökulmasta tutkimusta on tehty vähemmän. Tämä tutkimus pyrkii osaltaan täyttämään aukkoa puheviestinnän näkökulmasta. Puheviestinnän tutkija ei näe sosiaalista intranetiä teknisestä näkökulmasta, vaan puheviestinnän tutkija näkee sosiaalisen intranetin vuorovaikutusympäristönä, joka tarjoaa organisaation jäsenille mahdollisuuden yhteisten merkitysten rakentamiseen ja tiedon rakentamiseen. Ennen kaikkea sosiaalinen intranet tarjoaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen tavalla, joka hyödyntää sekä aiemmin tuttuja viestintätapoja että tuo mukanaan uusia viestinnän muotoja.

Se, ovatko jotkin sosiaalisen intranetin mahdollistamat viestinnän muodot todella uusia, on toki näkökulmakysymys. Lienee kuitenkin kiinnostavaa kysyä, ulottuuko sosiaalinen intranet ja ylipäätään sosiaalinen media puheen, tekstin ja perinteisellä tavalla ymmärretyn nonverbaalisen viestinnän (parakieli, kinesiiikka, proksemiikka, kronemiikka, hap-

tiikka) ulkopuolelle. Millaista viestintää ovat esimerkiksi tykkäys-nappulan painaminen tai henkilön tagaaminen?

Tällä hetkellä sosiaaliseen intranettiin liittyykin paljon avoimia kysymyksiä. Tuoko sosiaalinen intranet aidosti lisäarvoa suhteessa organisaatioiden perinteisiin sisäisen viestinnän järjestelmiin, kuten intranet 1.0:aan? Missä kulkee sosiaalisen intranetin ja perinteisen intranetin välinen raja? Millaiseksi vuorovaikutus muodostuu sosiaalisen intranetin mahdollistavilla viestintävälineillä? Edistääkö se tiedon hallintaa tai tiedon johtamista? Vaikuttaako se jollakin tavoin organisaation kulttuuriin tai ilmapiiriin? Entä miten sosiaalinen intranet otetaan käyttöön organisaatiossa? Tuoko se tehokkuutta esimerkiksi tiimityöskentelyyn?

Puheviestinnän näkökulmasta sosiaalinen intranet on hyvin mielenkiintoinen tutkimuskohde. Kytkeytyyhän siihen jo nimensä mukaisesti sosiaalisuus, eli vuorovaikutus. Nykyaikaisessa intranetissä ihmisten välinen vuorovaikutus onkin yhä vahvemmin läsnä. Intranet ei enää ole tai sen ei tarvitse olla pelkästään tiedon arkistoinnin väline tai johdon tiedottamisväylä, vaan se voi olla entistä vuorovaikutteisempi. Onkin mielenkiintoista tutkia sosiaalista intranetiä ja tarkastella esimerkiksi sitä, millaiseksi vuorovaikutus muodostuu, kun sosiaalisesta mediasta tuttuja työkaluja hyödynnetään työelämän kontekstissa, organisaatioiden sisällä.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tavoitetta lähestytään niin sosiaalisen intranetin käyttämisen ja käyttämiseen liittyvien kokemusten näkökulmasta, käyttöönoton, sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävän näkökulmasta kuin sosiaalisen intranetin tulevaisuusodotuksien näkökulmasta.

2 VIESTINTÄTEKNOLOGIA TYÖELÄMÄSSÄ

2.1 Viestintäteknologian käyttö ja käyttöönotto organisaatiossa

Viestintäteknologian käyttö organisaatiossa

Laajasti määriteltynä viestintäteknologialla voidaan tarkoittaa mitä tahansa tapaa tai välinettä, jonka käyttö mahdollistaa vuorovaikutuksen ilman osapuolten välistä kasvokkain tapaamista. Tällöin viestintäteknologiaa ovat esimerkiksi niin käsinkirjoitetut kirjeet, sanomalehdet, sähköpostit, puhelut, tekstiviestit, videopuhelut kuin internetkin. Viestintäteknologiaa on myös yhä monipuolisemman vuorovaikutuksen mahdollistava sosiaalinen media monine sovelluksineen ja älypuhelimien monet sovellukset.

Viestintäteknologian käyttöä on tutkittu useista eri näkökulmista, ja viestintäteknologiaan käyttöön liittyvästä tutkimuksesta on tehty myös erilaisia koon-teja, joissa erilaisista näkökulmista on muodostettu erilaisia tutkimuksen suuntauksia (ks. esim. Büchel 2001; Stephens 2007). Viestintäteknologian käyttöön liittyvästä tutkimuksesta tehdyistä koonneista voidaan huomata, että tutkimusten ryhmittely eri suuntauksiin on osin näkökulmakysymys, ja eri tutkijoiden tavat ryhmitellä tutkimusta voivat vaihdella toisistaan. Ryhmittelyihin tutustuminen voi kuitenkin auttaa hahmottamaan viestintäteknologian käyttöön liittyvää tutkimuskenttää ja muodostamaan kuvan tutkimuksen suurista linjoista.

Viestintäteknologian käyttöön liittyvän tutkimuksen voi jaotella neljään suuntaukseen esimerkiksi seuraavasti: 1) viestintäteknologian piirteitä tarkasteleva tutkimus, 2) sosiaalisia vaikutuksia tarkasteleva tutkimus, 3) organisatorisia vaikutuksia tarkasteleva tutkimus ja 4) ihmisten yksilölliset erot huomioiva tutkimus (Stephens 2007, 489–491). Toisaalta viestintäteknologian käyttöön liittyvän tutkimuksen voi jaotella myös seuraavasti: 1) suoritettavan tehtävän merkitys viestintäteknologian käytössä, 2) sosiaalisen ympäristön merkitys viestintäteknologian käytössä, 3) viestintäteknologian ominaispiirteiden merkitys viestintäteknologian käytössä ja 4) työntekijöiden ominaispiirteiden merkitys viestintäteknologian käytössä (Büchel 2001, 15–16).

Nämä jaottelut viestintäteknologian käyttöön liittyvästä tutkimuksesta ovat osittain liittämättä ja osittain ne eroavat toisistaan. Mielenkiintoisin ero on siinä, kuinka suoritettavan tehtävän ominaispiirteiden merkitystä painotetaan. Suoritettavien tehtävien ominaispiirteiden tarkastelu voidaan nähdä yhtenä omana tutkimussuuntauksenaan (Büchel 2001), ja toisaalta ne voidaan nähdä yhtenä osana organisatorisia vaikutteita (Stephens 2007).

Lisäksi Stephens (2007) näkee viestintäteknologian käytön ja valitsemisen pikemminkin jatkumona, jolloin samaa tehtävää voidaan pyrkiä suorittamaan usean eri viestintäteknologian avulla. Stephensin (2007, 487) mukaan aiemmin viestintäteknologian käyttöä ja valitsemista tarkasteleva tutkimus on kiinnittänyt vain vähän huomiota siihen, kuinka viestintäteknologiaa ei välttämättä suinkaan käytetä yksittäin toisistaan erillisinä. Jos aiemmin ajateltiin niin, että käytettävä viestintäteknologia valitaan aina tehtävästä riippuen, ja yksittäinen tehtävä pyritään toteuttamaan yksittäisellä viestintäteknologialla, niin Stephens (2007, 487) korostaa, että samaakin tehtävää voidaan pyrkiä toteuttamaan usean eri viestintäteknologian avulla. Viestintäteknologiaa voidaan käyttää myös joko jaksottaisesti niin, että esimerkiksi ensin tehtävää pyritään toteuttamaan sähköpostitse ja sitten puhelimitse, tai sitten useita välineitä voidaan käyttää yhtä aikaa. Viestintäteknologian käyttö ei siis välttämättä, eikä useinkaan ole toisistaan erillistä, vaan samaan tavoitteeseen voidaan pyrkiä useiden eri välineiden avulla. Ehkäpä monessa aiemmassa tutkimuksessa huomio on ollut enemmän siinä yksittäisessä tilanteessa, kun työntekijä valitsee käytettävän viestintäteknologian, kun taas Stephens näkee viestintäteknologian käytön prosessina, jossa suoritetaan tiettyä työtehtävää. Tällöin viestintäteknologian valinta voi olla osa jatkumoa, jossa siirrytään välineestä toiseen tai käytetään useampaa välinettä yhtä aikaa riippuen siitä, miten tehtävän suoriutuminen onnistuu.

Tutkittaessa viestintäteknologian käyttöä tarkastellaan usein siis juuri sitä, millaisin periaattein päätetään käyttää juuri jotakin tiettyä viestintävälinettä ja näitä periaatteita voidaan jaotella erilaisiin tutkimussuuntauksiin, kuten edempänä todettiin. Suoritettavalla tehtävällä on siis merkitystä viestintäteknologian käytössä, vaikka tätä merkitystä voidaankin tarkastella eri tavalla (vrt. Büchel 2001 ja Stephens 2007). Suoritettavan tehtävän lisäksi myös itse viestintäteknologian piirteillä on merkitystä pohdittaessa viestintäteknologian käyttöä. Kun tarkastellaan viestintäteknologian piirteitä, ollaan kiinnostuneita siitä, millaisen vuorovaikutuksen mikäkin viestintäteknologia tekee mahdolliseksi.

Tarkasteltaessa viestintävälineiden käyttöä tästä näkökulmasta huomataan, että esimerkiksi sähköposti ja puhelin ovat niiden informaationvälityskapasiteetin suhteen erilaisia viestintävälineitä. Sähköposti perustuu tekstiin ja siinä on ainoastaan yksi tulkinnan kanava käytössä. Lisäksi se on asymmetrinen, eli viestin lähettäjän ja vastaanottajan ei tarvitse olla viestin äärellä yhtä aikaa. Puhelin on puolestaan symmetrinen, eli vuorovaikutus tapahtuu reaaliajassa. Siinä on käytettävissä ääneen perustuva tulkinnan kanava, jolloin voidaan tehdä tulkintoja varsinaisen sanottavan asian lisäksi myös käteytystä äänensävyistä. Kaikista monipuolisimpana viestintävälineenä pidetään kuitenkin kasvokkaisviestintää, jossa kaikki tulkinnan kanavat ovat käytettävissä. Kun tarkastellaan viestintävälineiden käyttöä välineiden monipuolisuuden näkökulmasta, välineiden käytön ajatellaan perustuvan siihen, miten ne eroavat informaationvälityskapasiteetiltaan toisistaan ja mikä viestintäväline on kunkin tilanteen kannalta tarkoituksenmukainen. (ks. esim. Daft & Lengel 1986, 560; Sivunen 2007, 32.)

Myös toisilla ihmisillä on merkitystä viestintäteknologian käytössä. Voidaan puhua esimerkiksi sosiaalisista vaikutuksista (Stephens 2007) tai sosiaalisesta ympäristöstä (Büchel 2001). Tarkasteltaessa viestintäteknologian käyttöä sosiaalisen ympäristön näkökulmasta tärkeitä tekijöitä viestintäteknologian valitsemiselle ovat: 1) viestin vastaanottajan tavoitettavuus, 2) läheisyys, 3) viestintäteknologian käyttäjien määrä organisaatiossa sekä 4) viestintävälineisiin liittyvät asenteet ja käyttäytyminen (Büchel 2001, 16). Tarkasteltaessa viestintäteknologian käyttöä sosiaalisten vaikutusten näkökulmasta huomioidaan se, että toiset ihmiset vaikuttavat siihen, mitä viestintäteknologiaa yksilö päättää käyttää ja miten hän niitä käyttää. On huomioitava ensinnäkin se, että riittävän monen ihmisen on käytettävä samaa tai vastaavanlaista teknologiaa, jotta viestintää voisi ilmetä. Toiseksi on huomioitava, että ihmiset tarkkailevat toistensa käyttäytymistä ja sen seurauksia sekä toistensa tunnereaktiota. Sitä myöten ihmiset myös säätelevät omaa käyttäytymistään. (Stephens 2007, 490.)

Lisäksi viestintäteknologian käytössä merkitystä on henkilöiden yksilöllisillä eroilla. Toisin voidaan muodostaa erilaisia näkökulmia siitä, mitkä tekijät luetaan yksilöllisiksi eroiksi. Työnkuvan voi esimerkiksi ajatella olevan osa yksilöllisiä eroja (Büchel 2001) tai sen voi nähdä osana organisatorisia vaikutteita (Stephens 2007). Yksilöllisistä tekijöistä merkittävimpänä viestintäteknologian käytössä voidaan pitää kertynyttä kokemusta tietyn viestintäteknologian käytöstä (Stephens 2007, 491). Toisaalta kertyneen kokemuksen lisäksi voidaan korostaa myös viestin aikeen/tarkoituksen (message inten-

tion) näkökulmaa. Tällöin tarkastellaan myös sitä, kuinka työntekijät pyrkivät luomaan yhteistä ymmärrystä. (Büchel 2001, 29–31.)

Viestintäteknologian käyttöön vaikuttaa siis hyvin moni tekijä. Karkeasti jaoteltuna voisi sanoa, että siihen vaikuttavat toiset ihmiset, yksilö itse sekä käytettävissä olevan viestintäteknologian ominaispiirteet. Myös suoritettava tehtävä vaikuttaa viestintäteknologian käytön osalta tehtäviin päätöksiin ja tältä osin on hyvä huomioida, että viestintäteknologian käytön voi nähdä niin prosessina kuin yksittäisenä valintatilanteenakin.

Viestintäteknologian hyödyntämistä on tarkasteltu myös organisaatioiden näkökulmasta. On tutkittu niitä syitä, miksi viestintäteknologiaa organisaatiossa käytetään tai mikä vaikutus viestintäteknologialla on organisaatioihin. Dewettin ja Jonesin (2001, 316–327) kirjallisuuskatsauksen mukaan viestintäteknologian käytöllä organisaatioissa on viisi merkittävää seuraamusta: 1) se voi toimia linkkinä ja yhdistävänä tekijänä työntekijöiden välillä, 2) sen avulla voidaan luokitella ja kodifioida organisaation tietopohjaa, 3) se lisää tiedon siirtymistä yli rajojen, 4) se parantaa tiedon prosessointia ja sitä kautta organisaation tehokkuutta, ja lisäksi 5) viestintäteknologia parantaa yhteistyötä ja koordinoitua, mikä puolestaan edesauttaa innovaatioiden syntymistä. Näistä merkittävimpinä nähdään organisaation tehokkuuden paraneminen ja innovaatioiden syntyminen (Dewett & Jones 2001, 313–314).

Viestintäteknologian käyttöönotto organisaatiossa

Tarkasteltaessa viestintäteknologian käyttöä organisaatioiden näkökulmasta tulee mielenkiintoiseksi tarkastella viestintäteknologian käytön lisäksi myös viestintäteknologian käyttöönottoa (implementing). Tutkimusta onkin tehty paljon itse viestintäteknologian käytön ja valitsemisen näkökulman lisäksi myös viestintäteknologian käyttöönoton näkökulmasta. Tällöin tarkastellaan esimerkiksi uuden viestintäteknologian vaikutuksia organisaatiossa tai sitä, kuinka viestintäteknologian käyttö todella voitaisiin saada osaksi organisaation toimintatapoja ja millaisia haasteita käyttöönottoon mahdollisesti liittyy.

Viestintäteknologian ja sen käyttöönoton merkitystä voidaan tarkastella esimerkiksi sen laaja-alaisten vaikutusten näkökulmasta. Usein organisaatioilla on tiettyjä odotuksia otettaessa uutta viestintäteknologiaa käyttöön. Nämä odotukset liittyvät usein jollakin

tapaa siihen, että viestintäteknologia toisi tehokkuutta työntekoon. Puhutaan niin sanoituista ensimmäisen tason vaikutuksista (ks. Sproull & Kiesler 1991). Viestintäteknologian tuomat ensimmäisen tason vaikutukset ovat etukäteen odotettuja tehokkuuden tai tuottavuuden lisäämiseen tähtääviä vaikutuksia, joiden avulla uuden viestintäteknologian käyttöönotto usein perustellaan (Sproull & Kiesler 1991, 4).

Sen sijaan toisen tason vaikutukset eivät aina ole ennakkoon odotettuja. Toisen tason vaikutukset ovat sosiaalisia ja ne syntyvät silloin, kun uusi viestintäteknologia saa ihmiset kiinnittämään huomion eri asioihin, olemaan yhteydessä eri ihmisiin kuin aiemmin ja tekemään riippuvuussuhteet toisiin erilaisiksi kuin aiemmin. Muutos siinä, mihin ihmiset huomionsa kiinnittävät, tarkoittaa muutosta siinä, kuinka ihmiset käyttävät aikaansa ja mitkä asiat he kokevat tärkeiksi. Muutokset vuorovaikutussuhteissa tarkoittavat muutosta siinä, ketä kaikkia ihmiset tuntevat ja mitä he ajattelevat heistä. Muutokset riippuvuussuhteissa tarkoittavat muutosta siinä, mitä ihmiset tekevät toistensa kanssa ja toistensa puolesta. Sitä kautta muutokset riippuvuussuhteissa vaikuttavat siihen, kuinka työ organisoidaan niin normien, roolien, prosessien, työtehtävien kuin osastojenkin tasolla. (Sproull & Kiesler 1991, 4–5.)

Viestintäteknologian käyttöönottoa voidaan siis tarkastella sen vaikutusten näkökulmasta, olivatpa nämä odotettuja tai odottamattomia. Toisaalta huomio voidaan kiinnittää myös niihin tekijöihin, joita pidetään merkittävänä itse käyttöönottoprosessissa. Tällaista käyttöönottoprosessissa merkittäviä tekijöitä tarkastelevaa tutkimusta on tehty jo 1970- ja 1980-luvulla, ja näistä tutkimuksista on myös tehty koontia (Cooper & Zmud 1990). Tällöin esiin nostettuja merkittäviä tekijöitä viestintäteknologian käyttöönotossa olivat: 1) ylimmän johdon tuki käyttöönotolle, 2) hyvä IT-suunnittelu ja 3) tarkoituksenmukainen vuorovaikutus ja ymmärrys teknologian käyttäjien ja sen suunnittelijoiden välillä. Lisäksi viestintäteknologian käyttöönotto onnistuu, kun käyttöönoton tuomaan muutokseen ollaan sitoutuneita, kun käyttöönotto on laajasti suunniteltu ja käyttöönoton prosessia ohjataan organisaatioiden muutosteorioiden mukaisesti. (Cooperin & Zmud 1990, 123–124.)

Varhaisen viestintäteknologian käyttöönottoon liittyvän tutkimuksen pohjalta on myös laadittu malli viestintäteknologian käyttöönottoprosessista. Malli sisältää kuusi vaihetta: 1) alkuunpano (initiation), 2) omaksuminen (adoption), 3) mukauttaminen (adaptation), 4) hyväksyminen (acceptance), 5) rutiiniksi muodostuminen (routinization) ja 6) infuu-

sio. Ensimmäisessä vaiheessa tunnistetaan organisaation ongelmat ja mahdollisuudet, joita pyritään ratkaisemaan viestintäteknologian avulla. Toisessa vaiheessa käydään neuvotteluja viestintäteknologian käyttöönotosta. Kolmannessa, eli mukauttamisen vaiheessa viestintäteknologinen ratkaisu kehitetään, asennetaan ja sitä ylläpidetään. Tässä vaiheessa henkilöstö myös koulutetaan viestintäteknologian käyttöön. Neljännessä, eli hyväksymisen vaiheessa henkilöstö sitoutuu viestintäteknologian käyttöön. Viidennessä vaiheessa viestintäteknologian käyttö nähdään normaalina, rutiininomaisena toimintana. Viimeisessä, eli infuusion vaiheessa viestintäteknologian käyttö alkaa parantaa organisaation tehokkuutta. (Cooper ja Zmud 1990, 124.)

Cooperin ja Zmudin malli viestintäteknologian käyttöönottoprosessista julkaistiin siis jo vuonna 1990, eli aikana, jolloin internet-teknologia oli vielä hyvin alkutekijöissään. Tämän jälkeen organisaatioissa on otettu käyttöön paljon uutta viestintäteknologiaa. Vuosituhannen vaihteessa organisaatioissa alettiin ottaa käyttöön internet-teknologiaan perustuvia intranetejä. Tuonaikainen tutkimus pohti sitä (ks. esim. Butler 2003), eroaako silloisesta näkökulmasta perinteinen viestintäteknologia ja uuden internet-pohjaisen viestintäteknologian käyttöönotto toisistaan. Onkin todettu (Butler 2003, 226), että myös intranetin käyttöönottoon voivat liittyä monet vastaavat haasteet kuin mitä ”perinteisen” viestintäteknologian käyttöönotossa. Esimerkiksi ongelmat muutosjohtamisessa ja muutosvastarinta voivat olla yksi tällainen haaste (Butler 2003, 226). Tällöin korostuukin käyttäjien mukaan ottaminen jo suunnitteluvaiheessa (Butler 2003, 229), eli yksi samoista tekijöistä, jota on korostettu jo perinteisen viestintäteknologian kohdalla.

Toisaalta intranetin käyttöönotto voidaan nähdä juuri tästä samasta syystä erilaisena kuin perinteisen viestintäteknologian käyttöönotto. Voidaan argumentoida, että käyttäjien rooli viestintäteknologian kehitysvaiheessa on korostunut (Wagner, Chung & Baratz 2002, 143). Intranet voidaan nähdä elävänä yksikkönä: sen sisältö kasvaa ja muuttuu yhä kompleksisemmaksi, mikä edellyttää myös tämän kaiken hallintaa (Wagner ym. 2002, 143).

Viestintäteknologia ja myös intranetit ovat kuitenkin yhä kehittyneet vuosituhannen vaihteesta. Janes, Patrick & Dotsika (2014, 40–42) tarkastelivat hiljattain julkaistussa tutkimuksessaan sosiaalisen intranetin käyttöönottoa helpottavia ja sitä estäviä tekijöitä sekä käyttöönottoon liittyviä jännitteitä. Ilmeni, että merkittävimmät sosiaalisen intranetin käyttöönottoa helpottavat tekijät ovat: 1) vahva ja näkyvä johtajuus, 2) tiedon

jakamista tukeva kulttuuri ja 3) organisaation työstä ja liiketoiminnasta tuleva selkeä vaatimus, jota sosiaalinen intranet tulee täyttämään. (Janes ym. 2014, 41–42)

Estäviä tekijöitä puolestaan olivat: 1) teknologia itse (käyttäjien on koettava teknologia riittävän joustavaksi ja toiminnalliseksi), 2) ajan puute (sosiaalinen intranetiä ei ole otettu osaksi organisaation tapaa tehdä työtä), 3) selkeän liiketoimintavaatimuksen (business requirement) puuttuminen (organisaatiossa ei ole määritelty sitä, mitä tarvetta sosiaalinen intranet tulee täyttämään) ja 4) koulutuksen puuttuminen. (Janes ym. 2014, 41.)

Sosiaalisen intranetin käyttöönottoon liittyviä jännitteitä olivat 1) teknologian valinta, 2) tiedon säätely ja 3) käyttöön sitoutuminen. Teknologia olisi kyettävä integroimaan organisaation ydinjärjestelmiin ja ratkaisuihin. Sosiaalisen intranetin pyrkiessä tiedon avoimeen ja vapaaseen liikkuvuuteen olisi kuitenkin samaan aikaan kyettävä säätelemään saatavuutta esimerkiksi tekijänoikeuksin suojattua materiaalia ja luottamuksellista asiakastietoa. Lisäksi teknologian käyttöön tulisi sitoutua organisaatiossa niin alhaalta-ylös kuin ylhäältä-alas. (Janes ym. 2014, 42.)

Viestintäteknologian käyttöönottoa organisaatioissa on siis tutkittu jo ennen 1980-lukua, ja viestintäteknologia on kuluneiden vuosikymmenten aikana ehtinyt kehittyä merkittävästi. Tänä aikana organisaatiot ovat ehtineet ottaa käyttöön paljon uutta viestintäteknologiaa ja aiemman viestintäteknologian kehittyneempiä versioita. Viestintäteknologian käyttöönotto on siis jatkuvaa eikä liene näköpiirissä aikaa, jolloin organisaatioiden ei tarvitsisi ottaa enää uudenlaista viestintäteknologiaa käyttöön. Käyttöönottoon liittyvät haasteet saattavat monessa kohtaa olla kuitenkin vastaavankaltaisia kuin vuosikymmen sitten. Kenties johdon tuen ja käyttäjien mukaan ottamisen merkitys jo suunnitteluvaiheessa on jopa korostunut.

2.2 Sosiaalinen media työelämässä

Sosiaalisen median määrittelyä

Termi sosiaalinen media nähtiin painettuna ensimmäisen kerran jo vuonna 1997 (Treem & Leonardi 2012, 144) ja noin 2000-luvun puolivälissä siitä tuli muotisana ilmentä-

mään, että jokin uusi aikakausi on alkanut (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17–18). Tästä huolimatta sosiaalisen median käsitettä ei ole selkeästi määritelty tieteellisissä keskusteluissa (Vuori 2011, 56). Säänti ja Säänti (2011, 17) määrittelevät sosiaalisen median seuraavasti:

Sosiaalinen media on tekniikan avulla tapahtuvaa kommunikaatiota ja vuorovaikutteista ymmärryksen rakentamista, jossa osallistujalla on mahdollisuus toimia sekä kuluttajana että tuottajana.

Erkkola (2008, 83) puolestaan tutki sosiaalisen median käsitettä opinnäytetyössään ja tutkimuksen lopputulemana sosiaalisen median määritelmäksi muodostui:

Sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta. Samalla sosiaalinen media on jälkiteollinen ilmiö, jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin.

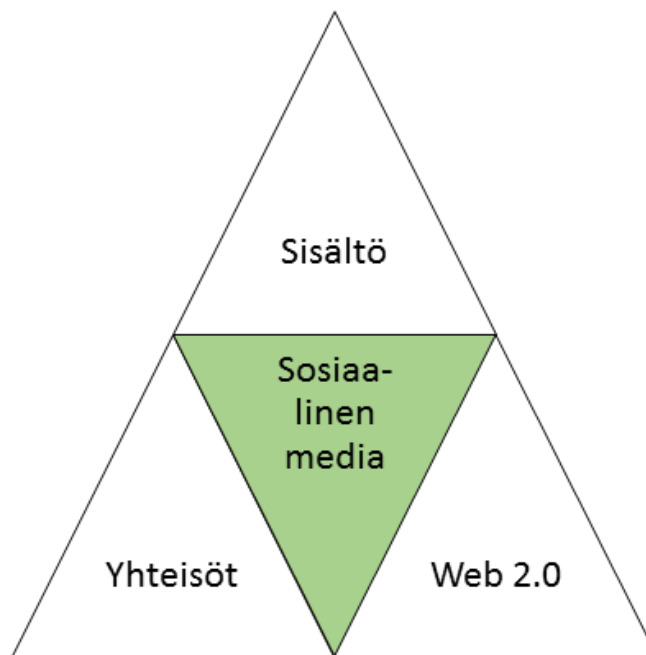
Sosiaalisen median määritelmiin liitetään vahvasti teknologiasidonnaisuus. Teknologian ilmeneminen määritelmissä on melko itsestään selvää, sillä ilman teknologiaa sosiaalista mediaa olisi mahdotonta toteuttaa. Tästä syystä käsite Web 2.0 nähdään usein sosiaalisen median määritelmien yhteydessä (ks. esim. Vaast & Kaganer 2013; Vuori 2011, 56–58;). Web 2.0 käsitteellä tarkoitetaan niitä vuorovaikutusvälineitä, jotka toimivat internetympäristössä (Razmerita, Kirchner & Sudzina 2009; Schneckenberg 2009; Vuori 2012). Web 2.0 ei siis ole sosiaalisen median synonyymi niin kuin joskus ajatellaan, vaan Web 2.0 -teknologiat mahdollistavat sosiaalisen median käyttämisen.

Sosiaalisen median määritelmissä nähdään vahvasti myös vuorovaikutuksen merkitys. Yhteisiä merkityksiä rakennetaan niin yksilöiden kuin ryhmienkin kesken vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Lisäksi määritelmissä ilmaistaan se, että osallistujilla on mahdollisuus kuluttaa sisältöä ja sen lisäksi tuottaa sitä itse. Sosiaalisessa mediassa ei siis ainakaan periaatteessa ole niin kutsuttua portinvartijaa, vaan jokaisella on mahdollisuus tuoda oma ääni kuuluviin ilman sensuuria. Tälle ajattelulle voidaan kuitenkin esittää kritiikkiä ja pohtia, onko asia todellisuudessa näin ja onko olemassa tilanteita, joissa voitaisiin nähdä portinvartijan olemassaolo.

Erkkola (2008) tuo määritelmässään esiin myös sosiaalisen median prosessimaisuuden. Vuorovaikutuksen ei nähdä missään vaiheessa päättyvän sosiaalisessa mediassa, vaan se kehittyy ja muokkaantuu jatkuvasti osallistujien toimesta. Prosessimainen luonne voi-

daan nähdä myös teknologian näkökulmasta. Teknologia kehittyy jatkuvasti ja tuo näin ollen uusia sosiaalisen median välineitä käyttäjille. Lisäksi jo olemassa olevat teknologiset välineet kehittyvät koko ajan.

Sosiaalinen media ei toimi yksinään, vaan se tarvitsee ympärilleen muita toimeenpanevia toimintoja toimiakseen. Alla olevasta kuvioista (kuvio 1) nähdään Kankaan, Toivosen ja Bäckin (2007) esittelemät kolme ydinkäsitettä, joita tarvitaan sosiaalisen median toteutumiseen ja käyttämiseen.



KUVIO 1 Sosiaalisen median edellytykset (Kangas, Toivonen & Bäck 2007, 11)

Vuoren (2011, 57) mukaan Hintikka (2007) perustelee kuviossa 1 esitettyjen ydinkäsitteiden valintaa sosiaalisen median edellytyksinä sen vuoksi, että ensinnäkin ilman sisältöä käyttäjillä ei olisi mitään syytä käyttää teknologiaa tai mitään, mistä he voisivat keskustella keskenään. Toisekseen ilman käyttäjiä ja sitä kautta yhteisöjä ei sosiaalista mediaa olisi olemassa. Kolmanneksi ilman helppokäyttöistä ja näppärää teknologiaa käyttäjät eivät pysty olemaan vuorovaikutuksessa toistensa kanssa ja tuottaa ja kuluttaa sisältöjä.

Sosiaalinen media organisaation käytössä

Sosiaalinen media on lohkaissut palan ihmisten vapaa-ajasta yhä useamman kohdalla ja myös organisaatiot ovat huomanneet sosiaalisen median mahdollistamat hyödyt ja toi-

saalta riskit. Sosiaalisen median tutkimusta organisaation käytössä on tehty jonkin verran ja etenkin viime vuosien aikana tutkimukset ovat lisääntyneet (ks. esim. Treem & Leonardi 2012; Vaast & Kaganer 2013; Vuori 2011). Vuori (2011, 76) jaottelee organisaation informaatiovirrat neljään kategoriaan, missä organisaatiolla on mahdollisuus käyttää sosiaalista mediaa:

- 1) Ulkoisesta ympäristöstä organisaatioon (esim. poimia tietoa sosiaalisen median sivustoilta)
- 2) Organisaatiosta ulkoiseen ympäristöön (esim. käyttää sosiaalista mediaa markkinointiin ja viestintään)
- 3) Organisaatioiden väliseen (esim. yritys ja sen sidosryhmät kehittelevät yhdessä jotain tuotetta wiki-alustalla)
- 4) Organisaation sisäiseen (esim. organisaation sisäiset teknologiset alustat mahdollistavat sosiaalisemman teknologiatuetun vuorovaikutuksen yrityksen sisällä)

Edellä esitetystä Vuoren jaottelusta huomataan, että organisaatiolla on mahdollisuus käyttää sosiaalista mediaa niin ulkoiseen kuin sisäiseenkin viestintään ja vuorovaikutukseen sekä muihin toimintoihin. Lisäksi Sääntti & Sääntti (2011, 24) mainitsevat artikkelissaan Vuoren tavoin sosiaalisen median hyödyt tuotekehittelyn näkökulmasta asiakkaiden kanssa, työntekijöiden kesken ja tutkimuslaitosten kanssa. Nokia on muun muassa hyödyntänyt sosiaalista mediaa jo vuodesta 2011 saakka ideoiden joukkoistamisessa (crowdsourcing) (Vuori 2012, 162). Joukkoistamisella pyritään vangitsemaan joukkoälyä, missä sosiaalinen media on havaittu erittäin hyväksi välineeksi.

Vuoren (2011) informaatiovirran kategorioista numero kaksi, organisaatiosta ulkoiseen ympäristöön, on havaittavissa helposti ihan tavallisenkin käyttäjän silmin sosiaalisen median sivustoilla, etenkin sosiaalisen verkostoitumisen sivustoilla kuten Facebookissa. Ennen sosiaalista mediaa mainontaa esiintyi pääsääntöisesti lehdissä, televisiossa ja radiossa. Nykyään ihmiset käyttävät yhä enemmän sosiaalista mediaa ja myös mainonta on siirtynyt sinne, missä potentiaaliset asiakkaat ovat. Sosiaalisessa mediassa mainontaa voidaan nähdä aikaisempaan verrattuna yllättävissäkin paikoissa, kuten blogeissa (Lietala & Sirkkunen 2008, 95). Tässä työssä kiinnostus painottuu organisaation sisäiseen viestintään ja sen vuoksi tässä työssä ei käsitellä tämän enempää sosiaalisen median mahdollisuuksia organisaation ulkoisessa viestinnässä.

Treem ja Leonardi (2012) tutkivat kirjallisuuskatsauksessaan sosiaalisen median käyttöä organisaation sisäisessä viestinnässä. Tutkimus osoitti, että sosiaalisen median käyttö mahdollistaa organisaation viestinnässä seuraavat neljä asiaa:

- 1) tiedon näkyvyyden (visibility)
- 2) tiedon pysyvyyden (persistence)
- 3) tiedon muokattavuuden (editability)
- 4) tiedon yhdistyvyyden (association)

Treem ja Leonardi (2012, 150) havaitsivat, että sosiaalinen media mahdollistaa käyttäjien toiminnan, tiedon, preferenssit ja viestintäverkostojen näkyvyyden muille käyttäjille, kun aikaisemmin se oli näkymätöntä tai vaikea nähdä. Muut teknologiset viestintävälineet kuten pikaviestimet (instant messages) ja sähköposti mahdollistavat nekin tiedon näkyvyyden, mutta eivät yhteisöllisellä tavalla kuten sosiaalinen media.

Pysyvyydellä tarkoitetaan sitä, että tieto ei häviä esimerkiksi sosiaalisen verkostoitumisen sivustolta tai blogista, kun sieltä kirjaudutaan ulos, vaan se on aina saatavilla käyttäjille. Verrattuna perinteisiin teknologisiin viestintävälineisiin, kuten pikaviestimiin tai videokonferensseihin, keskustelut ovat niissä aikaan sidottu ja keskustelun loputtua siinä saatu tieto on osallistujien muistin varassa. Organisaatiossa pysyvyydestä on hyötyä muun muassa sen vuoksi, että tietoa voidaan varastoida ja ylläpitää, luoda kestäviä viestintämuotoja uudelleen käyttämällä ja uudelleen analysoimalla tietoa ja keskusteluita koko ajan ja kasvattaa sisältöjä esimerkiksi blogien ja wikien avulla. (Treem & Leonardi 2012, 155–158.)

Muokattavuudella havaittiin olevan kaksi näkökulmaa vuorovaikutuksen kannalta: yhteyden muihin voi muodostaa erillään muista ja asynkronisesti. Muokattavuudella tarkoitetaan myös sitä, että käyttäjä voi muokata sisältöä sosiaalisessa mediassa milloin tahansa ja jopa huomaamatta korjata esimerkiksi kirjoitusvirheen. Sähköpostin muokkaaminen lähetyksen jälkeen puolestaan on mahdotonta. Kirjallisuuskatsaus osoitti, että muokattavuutta käytetään muokkaamaan käytöstä kolmella tavalla: 1) säätämään henkilökohtaisia ilmaisuja esimerkiksi säätämällä, mitä kirjoittaa työpaikan henkilökoh- taiseen profiilisivustoon, 2) kohdistaa sisältöjä eri yleisöille ja 3) kehittää informaation laatua esimerkiksi päivittämällä sisältöä jälkeenkäin. (Treem ja Leonardi 2012, 159.)

Yhdistymisellä tarkoitetaan sosiaalisen median näkökulmasta ihmisten välistä suhdetta tai yksilön ja sisällön välistä suhdetta. Treem ja Leonardi (2012, 162–166) huomasivat kirjallisuuskatsauksen perusteella, että sosiaalisen median avulla tapahtuva yhdistyminen tukee organisaatiossa sosiaalisia verkostoja, sen avulla pääsee käsiksi relevanttiin tietoon esimerkiksi tagien vuoksi ja se mahdollistaa kasvavan verkoston.

Sosiaalinen media näyttäisi tarjoavan organisaatiossa hyvinkin potentiaalisia ja hyödyllisiä mahdollisuuksia, mutta kaikesta huolimatta tutkimukset (Vaast & Kaganer 2013, 94; Vuori 2011, 121–128) osoittavat, että sosiaalisen median käyttöönottoa organisaatioissa varjostavat kuitenkin siihen liittyvät riskit ja epätietoisuus, ja sen myötä myös pelko. Erään Vuoren haastatteleman asiantuntijan mukaan suomalaisissa organisaatioissa sosiaalista mediaa ei ole otettu käyttöön kovinkaan laajasti ja syitä siihen hänen mukaansa on kolme: ensinnäkin toimitusjohtajat ovat ylimielisiä eivätkä he halua opetella mitään uutta. Toisekseen johto suomalaisissa yrityksissä on suhteellisen vanhaa ja suurin osa heistä kuuluu suuriin ikäluokkiin. He siirtyvät kohta eläkkeelle, eivätkä ole innokkaita oppimaan uusia teknologisia välineitä ja he ovat hyvin tietoisia sosiaalisen median vaaroista. Kolmanneksi suomalaiset yritykset eivät ole hyviä etsimään aktiivisesti uusia liiketoimintamalleja. He haluavat pysyä vanhassa mallissa ja uskoa, että se tuottaa myös tulevaisuudessa. Asiantuntijan kommentit ovat hyvin kriittisiä, mutta Vuoren tutkimus kuitenkin osoittaa, että ne pitävät osittain paikkansa.

Epätietoisuudesta ja pelosta huolimatta organisaatiot näyttäisivät olevan kuitenkin kiinnostuneita sosiaalisen median käyttöönotosta organisaatioissa. Vaikka johto ei olisikaan halukas ottamaan käyttöön sosiaalista mediaa organisaatioon, paine työntekijöiden taholta voi olla suuri. Sosiaalisen median käyttämättömyys voi antaa myös väärän kuvan organisaation imagosta. (Vuori 2011, 123.) Viime vuosien aikana tutkimukset ovat puoltaneet sitä, että sosiaalinen media on hyödyllinen moneltakin osaa organisaatioissa (ks. esim. Treem & Leonardi 2012). Organisaatiotkaan eivät voi sivuuttaa tätä tutkimustietoa ja peittää silmiään mahdollisesti tehokkaammalta toimintatavalta, minkä sosiaalisen median välineet mahdollistavat.

Sosiaalisen median käyttöön organisaatiossa näyttäisi liittyvän myös pelko siitä, että johto menettää kontrollin ja pelko tietoturvariskeistä (Vaast & Kaganer 2013; Vuori 2011, 124). Tietoturvariskit voidaan poistaa tai niitä voidaan ainakin pienentää huomattavasti, mikäli organisaatio siirtyy käyttämään organisaation sisäisessä viestinnässä

sosiaalista intranetiä. Sosiaalinen intranet on ainoastaan organisaation sisäiseen käyttöön, eikä silloin tarvitsisi pelätä tietojen leviämistä ulkopuolelle. Lisäksi pelko siitä, että johto menettää kontrollin, saattaisi olla pienempi, mikäli vaarana olisi, että ohjaket lähtevät käsistä pelkästään organisaation sisällä verrattuna siihen, että se tapahtuisi myös organisaation ulkopuolella.

2.3 Viestintäteknologian merkitys asiantuntijatyössä

Nykyään merkittävä osa tehtävästä työstä on tietointensiivistä työtä, eli työtä johon kuuluvat ”tietotekniikan soveltamiseen painottuneet suunnittelu- ja asiantuntijatehtävät, jotka ainakin jonkin verran edellyttävät luovuutta ja innovatiivisuutta” (Blom, Melin & Pyöriä 2001, 26). Tietointensiiviseen työhön katsotaan kuuluvan keskeisenä osana tietotekniikan käyttö, mutta pelkkä tietotekniikan hyödyntäminen ei kuitenkaan välttämättä ole leimaavin osa tietointensiivistä työtä. Merkityksellistä on myös työhön liittyvä ei-rutiinisuus, eli se, että työ edellyttää ideointia ja suunnittelua. Myös koulutustasolla katsotaan olevan merkitystä määritettäessä tietointensiivistä työtä. Tietointensiivistä työtä tekevät ovat usein korkeasti koulutettuja. (Blom, Melin & Pyöriä 2001, 28–29.)

Tietointensiiviseen työhön liitetään usein myös käsite asiantuntijuus, joka on käsitteenä vanhempaa perua kuin tietointensiivinen työ (Pyöriä 2006, 57). Tässä tutkimuksessa tietointensiivistä työtä tekevistä käytetään nimitystä asiantuntija ja heidän tekemänsä työtä kutsutaan asiantuntijatyöksi. Vuosisatoja sitten asiantuntijaksi kutsuttiin yleisesti lääkäreitä tai lainoppineita. He olivat saaneet koulutuksen, jonka ansiosta heillä oli erityisosaamista. Edelleenkin asiantuntijuuteen liittyy korkeakoulutus, mutta nyky-yhteiskunnassa, tietoyhteiskunnassa, asiantuntijuus ei kuitenkaan ole pysyvä ominaisuus, vaan asiantuntijuuteen liittyy vahvasti elinikäinen oppiminen. Jatkuvan kouluttautumisen lisäksi asiantuntijuus edellyttää kykyä toimia yhteistyössä moniammatillisissa työyhteisöissä ja tiimeissä. Pelkät yksilöiden tiedot ja taidot sellaisenaan eivät siis riitä nykypäivän asiantuntijatyössä, vaan asiantuntijatyö tulee nähdä koko tiimin erilaisten asiantuntijuuksien summana. (Tynjälä 2003, 91.) Asiantuntijuuden jakaminen ja yhteistyössä toimiminen vaatii yksilöiltä eritoten vuorovaikutusosaamista, jotta jokaisen tiimin jäsenen asiantuntijuus pystytään hyödyntämään ja täten saavuttaa parempia tuloksia.

Asiantuntijatyössä yksilön vuorovaikutusosaaminen nähdään merkityksellisenä (ks. esim. Blom, Melin & Pyöriä 2001, 27; Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 82; Pyöriä 2006, 55) ja sen vuoksi yhdeksi keskeiseksi kysymykseksi nousee se, mikä merkitys olisi sillä, että viestintäteknologia edistäisi tai vahventaisi vuorovaikutusta asiantuntijatyössä. Samalla, kun työtehtävät ovat muuttuneet yhä enenevässä määrin tietointensiiviseksi työksi ja asiantuntijatehtävät ovat lisääntyneet, myös viestintäteknologia on kehittynyt merkittävästi. Viestintäteknologian kehitykseen on vaikuttanut osittain myös se, että asiantuntijatyössä hyödynnetään yhä enemmän ryhmä- ja tiimityöskentelyä työmuotona.

Nykyaikainen viestintäteknologia mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattoman vuorovaikutuksen, ja alati kehittyvä teknologia mahdollistaa tämän yhä paremmin ja monipuolisemmin. Viestintäteknologia luo edellytykset esimerkiksi hajautettujen tiimien muodostumiseen ja toimimiseen, sillä se mahdollistaa vuorovaikutuksen tiimin jäsenten kesken maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Sanotaankin, että teknologiavälitteisen viestinnän avulla voidaan mahdollistaa sellaisten ryhmien ja verkostojen muodostuminen ja ylläpitäminen, mikä ei muuten olisi mahdollista (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 94).

Mikäli tehtävä työ on sellaista, jossa keskiössä ovat suunnittelu, ideointi, luovuus ja asiantuntijuus, tai ylipäätään tieto, tulee merkitykselliseksi pohtia, kuinka tietoa voidaan hyödyntää, jakaa ja luoda. Tällöin keskiöön nousee vuorovaikutus, ja sitä kautta välillisesti myös teknologia, joka toimii vuorovaikutuksen välineenä yhä useammin asiantuntijatyössä. Viestinnän voidaan sanoa olevan merkittävä tekijä uuden tiedon luomisessa (ks. esim. Huotari, Hurme & Valkonen 2005). Sitä kautta myös teknologialla, joka luo uudenlaisia mahdollisuuksia yhä kehittyneempien viestintävälineiden avulla olla vuorovaikutuksessa, voidaan ajatella olevan merkitystä asiantuntijatyössä.

Teknologiavälitteinen vuorovaikutus voi toimia yhtä hyvin tai toisinaan jopa paremmin kuin muunlaiset tavat olla vuorovaikutuksessa (kuten kasvokkaisuviestintä). Viestintäteknologia tukee hyvin esimerkiksi mielipiteiden selvittämistä, informaation kokoamista, toiminnan suunnittelemista, ideointia, projektin seuranta ja ryhmän motivoimista (Huotari, Hurme & Valkonen 2005, 96).

3 SOSIAALINEN INTRANET

3.1 Intranet

Cozijn kollegoineen (Cozijn, Maes, Schackman & Ummelen 2007, 203–204) määrittelee intranetin organisaation sisäisenä nettisivuna sisältäen uutisia, ohjeita, viestintävälineitä (communication facilities) ja organisaatioon liittyvää tietoa työntekijöille. Heidän mukaansa intraneteilla pyritään usein korvaamaan paperisia muistiota ja vähentämään palaverihin ja henkilöstön kouluttamiseen liittyviä kustannuksia.

Tällaisessa määritelmässä näkyy vielä niin sanottu perinteinen lähestymistapa intranetiin. Tällä tavoin tarkasteltuna intranet näyttäytyy pääsääntöisesti yksisuuntaisena tietokanavana, jossa työnantaja välittää tietoa työntekijöille. Vuorovaikutus ei tällöin ole niinkään keskiössä, vaan intranet on tämän tarkastelutavan mukaan tullut korvaamaan sisäisen viestinnän sitä aikakautta, jolloin hyödynnettiin paperisia dokumentteja ja muistioita.

Toisaalta Cozijn työtovereineen (2007, 204) esittävät kuitenkin ajatuksen siitä, kuinka intranet voisi toimia informaation keskuspaikkana ja vuorovaikutuksen ja yhteistyön välineenä. Tällöin on olemassa ajatus siitä, että intranet voi olla muutakin kuin sisäinen tiedotuskanava. Samalla tämän tavoitteen suhteen nähdään ensinnäkin teknologisia haasteita. Käyttöliittymä on kyettävä laatimaan sellaiseksi, joka aidosti mahdollistaa vuorovaikutuksen ja yhteistyön. Lisäksi työntekijöiden on opittava käyttämään uutta teknologiaa ja vakuuttumaan siitä, että uuden teknologian opettelu auttaa heitä suoriutumaan tehtävistään paremmin (Cozijn ym. 2007, 204).

Sinickasin (2005, 32) puolestaan määrittelee intranetin organisaation sisäiseksi verkoksi, joka hyödyntää internet-teknologiaa niin, että käyttäjien on mahdollista löytää, luoda, hyödyntää ja jakaa tietoa sisäisesti verkossa. Lisäksi Sinickasin (2005, 32) mukaan joissakin suurissa organisaatioissa intranetit ovat ensisijainen työntekijöiden väline saada työhön liittyviä dokumentteja, tehdä yhteistyötä, toimia väylänä sähköisessä oppimisessa ja lukea organisaation uutisia.

Intranetin voi siis määritellä olevan organisaation sisäinen verkko, joka hyödyntää internet-teknologiaa. Toisin kuin internetiin intranetiin on kuitenkin rajattu pääsy vain organisaation jäsenille. Intranet mahdollistaa tiedon jakamisen organisaatiossa. Perinteisesti tiedon jakaminen on ollut yksisuuntaista työnantajalta työntekijöille suuntautuvaa. Intranet on voinut toimia myös tiedon ja dokumenttien tallentamisen paikkana. Käytettävästä teknologiasta riippuen intranet voi kuitenkin mahdollistaa yksisuuntaisen viestinnän lisäksi myös laajemman vuorovaikutuksen ja yhteistyön. Tällaisen teknologian yhteydessä puhutaan Web 2.0 tai Enterprise 2.0 -teknologiasta, joista on kirjoitettu tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

3.2 Sosiaalisen intranetin määritelmä

Sosiaalisella intranetillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa organisaation sisäisessä verkossa toimivaa vuorovaikutteista toimintaympäristöä, jossa organisaation jäsenet viestivät erilaisilla internetpohjaisilla vuorovaikutusvälineillä. Nämä organisaatioiden käytössä olevat uudenlaiset vuorovaikutusvälineet voivat olla sosiaalisesta mediasta tuttuja, kuten esimerkiksi mikroblogit, wikit ja sosiaalisen verkostoitumisen sivustot (social networking sites, SNS) (Levy 2009; Schneckenberg 2009). Sosiaalista intranetiä on kuitenkin tutkittu vielä verrattain vähän. Näyttäisi siltä, että internetpohjaisten vuorovaikutus- ja yhteistyövälineiden käyttöä on tutkittu vuorovaikutusvälineenä niin organisaation sisäisessä viestinnässä kuin organisaation ja asiakkaiden tai sen sidosryhmien viestinnässä (ks. esim. Palacios-Marques, Saldaña & Vila 2013; Schneckenberg 2009; Vuori 2012). Tutkimuskirjallisuudessa sosiaalisen intranetin käsite on vähemmän käytetty, vaikkakin tutkimusta on tehty myös organisaatioiden sisäisen viestinnän ilmiöistä. Seuraavaksi esitellään käsitteitä, jotka esiintyvät tutkimuskirjallisuudessa, kun tutkimuksen kohteena on organisaation sisäinen viestintä tai kun tutkimuksesta käy ilmi, että tutkimuskohteena on nimenomaan organisaation sosiaalinen intranet.

Tutkimuskirjallisuudessa käytetään muun muassa käsitteitä ”Web 2.0” tai ”Web 2.0 -teknologiat” kuvaamaan niitä vuorovaikutusvälineitä, jotka toimivat internetympäristössä (Razmerita, Kirchner & Sudzina 2009; Schneckenberg 2009; Trkman & Trkman 2009; Vuori 2012). Web 2.0 ja Web 2.0 -teknologiat nähdään toistensa synonyymeina. Web 2.0 -teknologiat -käsitteellä tarkoitetaan teknologisia sovelluksia, jotka hyödyntävät internetiä ja niiden ominaispiirteisiin kuuluvat muun muassa vuorovaiku-

tuksellisuus, asynkronisuus, käyttäjien itsensä tuottama sisältö (Vuori 2012), sekä osallistuminen, yhteistyö ja viestintä (O'Reilly 2005). Web 2.0 -teknologiat -käsitteellä tarkoitetaan myös informaation tuottamista, jakamista ja jalostamista (McAfee 2006, 23). Web 2.0 -teknologioita ovat esimerkiksi wikit, blogit ja sosiaalisen verkostoitumisen sivustot kuten Facebook, Twitter ja LinkedIn (ks. esim. Levy 2009; O'Reilly 2005; Palacios-Marques, Saldaña & Vila 2013; Schneckenberg 2009).

”Enterprise 2.0” -käsitettä puolestaan käytetään silloin, kun sillä tarkoitetaan Web 2.0 -teknologioita yrityksen käytössä (Levy 2009; McAfee 2006; Palacios-Marques, Saldaña & Vila 2013; Paroutis & Al Saleh 2009; Saldanha & Kirshnan 2012). Käsitteellä Enterprise 2.0 voidaan tarkoittaa sekä Web 2.0 -teknologioiden avulla tapahtuvaa yrityksen sisäistä vuorovaikutusta että Web 2.0 -teknologioiden avulla tapahtuvaa yrityksen ulkoista viestintää, kuten esimerkiksi markkinointia tai vuorovaikutusta yhteistyökumppaneiden kanssa. Enterprise 2.0 -käsitteeseen sisältyviä sovelluksia ovat kaikki Web 2.0 -teknologiat sekä vain organisaatioiden käyttöön suunnitellut sovellukset, kuten Jive, Yammer ja IBM Connections (Lüders 2013). Joidenkin tutkijoiden mukaan myös organisaation käyttämät pikaviestinohjelmat (instant messaging) ja hakukoneet ovat Enterprise 2.0 -teknologioita, kun taas joidenkin tutkijoiden mukaan ne eivät niitä ole (Levy 2009).

Web 2.0, Web 2.0 -teknologiat ja Enterprise 2.0 ovat yleisimpiä käsitteitä tutkimuskirjallisuudessa, joissa käsitellään muun muassa sosiaalista intranetiä. Muita käsitteitä ovat esimerkiksi ”social business” (Ford & Mason 2013), ”Web 2.0 environment” (Lai & Turban 2008) ja ”social software (SoSo)” (Giuffrida & Dittrich 2013). Sosiaalinen intranet -käsitettäkin käytetään tutkimuskirjallisuudessa, mutta hieman vähemmän. Lüders (2013) käyttää tutkimuksessaan sosiaalisen intranetin -käsitettä. Lüdersin (2013) mukaan sosiaalinen intranet on liike-elämän vastine sosiaalisen verkostoitumisen sivustoille (SNS). Etenkin käsitteet Web 2.0 ja Web 2.0 -teknologiat korostavat toimintaympäristön teknistä puolta, kun taas Enterprise 2.0 ja sosiaalisen intranetin -käsitteet pyrkivät tuomaan esiin toimintaympäristön vuorovaikutuksellisia näkökulmia, kuten yhteistyö (collaborating), teknisen puolen lisäksi.

Sosiaalista intranetiä käsittelevässä tutkimuskirjallisuudessa käsitteiden kirjo on siis vielä melko laaja. Tutkimusartikkeleissa on kuitenkin pääsääntöisesti selkeästi ilmaistu, milloin tutkimuksen kohteena on internetpohjaisten vuorovaikutusvälineiden käyttö

organisaation sisäisessä viestinnässä ja milloin tutkitaan internetpohjaisten vuorovaikutusvälineiden käyttöä yrityksen ulkoisessa viestinnässä. Yhteistä edellä esitetyille käsitteille on se, että ne pyrkivät kuvaamaan ilmiötä, johon sisältyy internetpohjaisia vuorovaikutusvälineitä, joiden avulla työyhteisön jäsenet voivat olla vuorovaikutuksessa toistensa kanssa ja joiden avulla kuka tahansa organisaation jäsen voi tuottaa sisältöä, muokata tuotettua sisältöä ja jakaa tietoa.

Tässä tutkimuksessa sosiaalisella intranetillä tarkoitetaan organisaation sisäisessä verkossa toimivaa vuorovaikutteista toimintaympäristöä, jossa vuorovaikutusvälineinä käytetään Enterprise 2.0 -teknologioihin perustuvia sovelluksia. Sosiaalinen intranet on kaikille työntekijöille avoin ja jokainen työntekijä voi tuottaa sinne sisältöä, muokata jo olemassa olevaa sisältöä, etsiä tietoa ja olla vuorovaikutuksessa kollegoiden kanssa. Sosiaalisen intranetin tavoitteena on rakentaa sellainen organisaation sisäisessä verkossa toimiva toimintaympäristö, jossa työntekijöiden on helppo tehdä yhteistyötä, etsiä, jakaa ja hallinnoida tietoa sekä olla vuorovaikutuksessa muiden työntekijöiden kanssa.

Tässä tutkimuksessa sosiaalisen intranetin sovelluksia ovat kaikki sellaiset vuorovaikutusvälineet, jotka toimivat organisaation sisäisessä verkossa, ja jotka mahdollistavat vuorovaikutuksen useamman organisaation jäsenen kanssa yhtä aikaa. Lisäksi sovelluksen avulla tuotetusta sisällöstä tai keskustelusta tulisi jäädä jälki organisaation yhteiseen teknologiseen toimintaympäristöön, jolloin sitä voisi kuka tahansa organisaation jäsen tarkastella myöhemmin. Tämän tutkimuksen keskiössä ei kuitenkaan ole sovellusten tekninen näkökulma, vaan sosiaalisen intranetin vuorovaikutuksellinen näkökulma.

3.3 Sosiaalisen intranetin käyttö organisaatiossa

Tässä luvussa käytetään käsitettä Enterprise 2.0 sosiaalisen intranetin sijaan, sillä sosiaalisen intranetin käsite ei ole vielä kovin vakiintunut tutkimuskirjallisuudessa. Lisäksi seuraavaksi esitellyissä tutkimuksissa on käytetty pääsääntöisesti Enterprise 2.0 -käsitettä kuvaamaan sosiaalisen intranetin ilmiötä. Osa tutkimuksista käsittelee vain yhtä organisaation käytössä olevaa vuorovaikutusvälinettä, eikä niissä sen vuoksi käytetä sosiaalisen intranetin -käsitettä, joka puolestaan käsittää useamman erilaisen vuorovaikutusvälineen käytön yhdessä toimintaympäristössä.

Web 2.0 -teknologiat ovat mullistaneet erityisesti ihmisen vapaa-ajan ja myös median tapaa viestiä, saada tietoa ja olla vuorovaikutuksessa. Siksi Web 2.0 -teknologioiden tuominen organisaatioiden sisäiseen viestintään, eli Enterprise 2.0, saatetaan liittää paljon odotuksia. Ehkä on helppoa ajatella, että Enterprise 2.0 tulisi mullistamaan myös organisaatioiden sisäisen vuorovaikutuksen.

Aihetta on tutkittu vielä verrattain vähän niin, ettei tässä vaiheessa mahdollisia odotuksia voida sen enempää lunastaa varmuudella todeksi kuin tyrmätä epätoivona. Pääosin tällä hetkellä tehdystä tutkimuksesta näyttäisi olevan tehty informaatiotieteissä. Selkeästi nimenomaan puheviestinnän näkökulmasta tehtyä tutkimusta ei juuri ole. Osa informaatiotieteissä tehdystä tutkimuksesta on kuitenkin sellaista, joka on kiinnostavaa myös puheviestinnän näkökulmasta.

Tämänhetkisen tutkimuksen valossa Enterprise 2.0:n hyödyntäminen organisaatioissa nähdään lähtökohtaisesti myönteisenä asiana (ks. esim. Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 710; Schneckenberg 2009) tai merkittävänä muutoksena (Levy 2007, 132). Enterprise 2.0 -teknologioiden käyttöönotossa kehoitetaan kuitenkin varovaisuuteen (ks. esim. Kai Wah Chu, Woo, King, Choi, Cheng & Koo 2011, 55; Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 710; Levy 2007, 132). Käyttöönotossa voi olla hyödyksi Enterprise 2.0 -teknologioiden asteittainen käyttöönotto (Kai Wah Chu ym. 2011, 55). Lisäksi johdon aktiivinen rooli ja esimerkki voi olla merkittävä tekijä otettaessa Enterprise 2.0 käyttöön. Työntekijöille on tärkeää perustella, miksi Enterprise 2.0 otetaan käyttöön ja mitkä ovat sen hyödyt organisaatiolle. Lisäksi on huolehdittava siitä, että Enterprise 2.0 -teknologioita myös osataan käyttää, eli onnistunut käyttöönotto voi edellyttää henkilöstön perehdyttämistä. (Paroutis & Al Saleh 2009, 61.) On toisaalta pohdittu myös sitä, voiko Enterprise 2.0 mahdollistaa organisaatioiden hierarkian ja rakenteiden muuttumisen ja madaltaa pyramidimaisen hierarkiarakenteen myös erittäin suurissa organisaatioissa (Schneckenberg 2009, 518). Organisaation rakenteet ja hallintomallit ovatkin tärkeitä huomioitavia tekijöitä harkittaessa Enterprise 2.0 -teknologioiden käyttöönottoa (Schneckenberg 2009, 517). Enterprise 2.0:n käyttöönotto voi aiheuttaa organisaatiossa haasteita esimerkiksi silloin, kun organisaation jäsenet pyrkivät pitämään rooleistaan jäykästi kiinni (Ford & Mason 2013, 27).

Huolimatta siitä, että Enterprise 2.0 käyttöönotto nähdään lähtökohtaisesti myönteisenä, on hyvä olla maltillinen Enterprise 2.0 liittyvissä odotuksissa. Vaikka Web 2.0 on mul-

listanut ihmisten välistä vuorovaikutusta laajemmin, on hyvä muistaa, että ihmisten määrä koko internetissä on huomattavasti suurempi kuin yhdessäkään organisaatiossa. Koska internetissä ihmisten määrä on huomattavasti suurempi, riittää pienempi suhteellinen osuus käyttäjiä, jotta sovelluksiin todella tulisi sisältöä. (Levy 2007, 132–133.) Sosiaalisessa mediassa vallitsee yleensä niin sanottu osallistumisen epätasapainon hypoteesi, jota kutsutaan 1-9-90 -säännöksi. Se kuvaa sisällön tuottajien suhteellista osuutta käyttäjiin. Osallistumisen epätasapainon hypoteesin mukaan voidaan olettaa, että vain pieni osa (1) sosiaalisen median käyttäjistä ovat aktiivisia sisällöntuottajia ja tuottavat suurimman osan sisällöstä. Vähän suurempi osa (9) käyttäjistä osallistuu sisällön tuottamiseen silloin tällöin, kun taas suurin osa (90) käyttäjistä on lähinnä passiivisia osallistujia, jotka pääasiassa kuluttavat sisältöä, mutta eivät tuota sitä. (Nielsen 2006.) Organisaatioiden sisäisessä viestinnässä ja vuorovaikutuksessa aktiivisten käyttäjien suhteellinen osuus on oltava suurempi, jotta sisältöä tulisi (Levy 2007, 132–133). 1-9-90 -sääntö kuvaa suuria massoja, joten se ei suoranaisesti kuvasta organisaation jäsenten sisällöntuotantoa Enterprise 2.0 -teknologioihin. Voidaan kuitenkin todeta, että sosiaalisessa intranetissä vallitsee aktiivisuuden epätasapaino (Lüders 2013). Mielenkiintoista onkin, millä keinoin organisaatio saisi työntekijät osallistumaan aktiivisesti sosiaalisen intranetin käyttämiseen myös sisällön tuottajina, eikä pelkästään sen kuluttajina.

Lisäksi viestintäteknologian hyödyntäminen koko internetissä perustuu vapaaehtoisuuteen ja ihmisten omaan haluun ja aktiivisuuteen. Organisaation sisäisessä viestinnässä voi olla myös muita motiiveja ja odotuksia. Lüdersin (2013) tutkimus osoittaa, että osa työntekijöistä, jotka ovat aktiivisia sosiaalisessa intranetissä, haluavat kasvattaa omaa verkostoaan ja saada nimensä näkyviin organisaatiossa. Heidän motiivinsa voi liittyä oman työuransa edistämiseen. Suurin osa aktiivisista sosiaalisen intranetin käyttäjistä kuitenkin haluavat olla esillä ja jakaa tietoa työtovereilleen vain sen vuoksi, että on mukavaa olla kiva. (Lüders, 2013.) Paroutisin ja Al Salehin (2009) tutkimustulokset työntekijöiden motivaatiosta käyttää Web 2.0 -teknologioita työssä olivat samansuuntaisia kuin Lüdersin (2013) tutkimuksessa. Muita Enterprise 2.0 -teknologioiden käyttämiseen liitettyjä motiiveja ovat esimerkiksi odotettu kasvava viestinnän tehokkuus, uusien ideoiden ja konseptien syntyminen, saatu apu ja palaute sekä kasvaneet mahdollisuudet pysyä perillä uutisista ja menoista (Paroutis & Al Saleh 2009, 56). Edellä esitellyt motivaatiotekijät ovat myös puheviestinnän näkökulmasta kiinnostavia, sillä ne liittyvät vahvasti vuorovaikutukseen.

Kuten todettua, Enterprise 2.0:sta tehty tutkimus tarjoaa jonkin verran näkökulmia teknologian onnistuneeseen käyttöönottoon. Myös tiedon jakaminen (knowledge sharing) ja tietojohdaminen (knowledge management) sovelluksissa on herättänyt tutkijoiden kiinnostusta. On tutkittu sitä, millaisia haasteita sovellukset mahdollisesti tuovat organisaatioiden tietojohdamiselle (Ford & Mason 2013) ja tiedon jakamista on tutkittu niin organisaation kuin yksittäisen työntekijän näkökulmasta (Razmerita, Kirchner & Sudzina 2009; Levy 2007). Myös viestintäteknologian mahdollisuutta hiljaisen tiedon jakamiseen on tutkittu (Panahi, Watson & Partridge 2013).

Enterprise 2.0 -teknologioiden avulla tapahtuva vuorovaikutus on luonteeltaan informaalisempaa, rajoiltaan vapaampaa ja vähemmän kontrolloitua kuin mitä perinteisemmissä viestintäteknologisissa ratkaisuissa (Khan 2013, 164). Enterprise 2.0:n informaalius ja mahdollisuus rajoista vapaaseen (esim. hierarkiatasot) vuorovaikutukseen tuo kysymyksiä myös henkilöstön roolien äärelle. Myös työ- ja vapaa-ajan roolit saattavat sekoittua (Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 701; Skeels & Grudin, 100), mutta se voidaan kokea myös niin, että Enterprise 2.0 auttaa tuomaan tasapainoa työelämän ja sosiaalisen elämän välillä (Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 706). Viestintäteknologia voi tarjota myös mahdollisuuksia kokea positiivisia emootioita työssä (Koch, Gonzalez & Leidner 2012).

Rooleja on tutkittu myös Enterprise 2.0:n, tässä tapauksessa sosiaalisen intranetin, käyttämisen näkökulmasta (Lüders 2013). Sosiaalisen intranetin käyttäjät voidaan jakaa kahteen arkkityyppiin: kontribuuttoreihin ja vastahakoisiin. Kontribuutorit ovat niitä, jotka osallistuvat enemmän ja jakavat tietoa aktiivisemmin. Vastahakoiset käyttäjät eivät koe sosiaalista intranetiä samalla tavalla ja he myös osallistuvat vähemmän. (Lüders 2013.)

Jonkin verran tutkimusta Enterprise 2.0:n hyödyntämisestä organisaatioissa siis löytyy. Näyttäisi siltä, että pääosin tutkimusta on tehty informaatiotieteiden näkökulmasta, ja siksi mielenkiinto näyttäisi kohdistuvan tiedon jakamiseen ja tietojohdamiseen. Lisäksi käyttöönottoon on esitetty näkökulmia – Enterprise 2.0 nähdään lähtökohtaisesti myönteisenä, mutta käyttöönotossa kehoitetaan harkintaan ja varovaisuuteen. Myös roolit, sekä työroolit että roolit Enterprise 2.0:n käyttämisen näkökulmasta, ovat herättäneet tutkijoiden kiinnostusta.

Enterprise 2.0:n hyödyntämiseen organisaatioissa liittyy kuitenkin varmasti vielä paljon avoimia kysymyksiä. Tällaisia kysymyksiä ovat esimerkiksi se, tuleeko sosiaalinen intranet todella muuttaman organisaatioiden rakenteita ja madaltamaan niiden hierarkiata-soa (Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 710; Schneckenberg 2009, 518), ja esimerkiksi se, mahdollistaako Enterprise 2.0 todella hiljaisen tiedon jakamisen (Panahi, Watson & Partridge 2013), tai se mitkä ovat Enterprise 2.0:n todelliset hyödyt työntekijälle (Paroutis & Al Saleh 2009). Yksi mielenkiintoinen kysymys on myös se, millä tavoin sosiaalinen intranet tulee asettumaan suhteessa muiden viestintävälineiden käyttöön. On todettu, että se ei niinkään korvaisi perinteisiä, enemmän keskitettyjä ja kontrolloituja viestintävälineitä, vaan toimisi niiden täydentäjänä (Ford & Mason 2013, 24; Khan 2013, 173–174). Voitaneen kuitenkin kysyä, mitä tämä täydentäminen käytännössä tarkoittaa? Milloin yksittäinen työntekijä tulee valitsemaan sosiaalisen intranetin ja milloin jonkin toisen viestintävälineen käytön?

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tähän tavoitteeseen pääsemistä tukevat seuraavat neljä tutkimuskysymystä, joihin tässä tutkimuksessa haetaan vastauksia:

1. Millaisia käsityksiä ja kokemuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin käytöstä organisaatiossaan?
2. Millaisia käsityksiä ja kokemuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin käyttöönotosta organisaatiossaan?
3. Mikä on sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä organisaatiossa?
4. Millaisia odotuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin tulevaisuudesta organisaatiossaan?

Sosiaalista intranetiä on tähän asti tutkittu pääsääntöisesti teknisestä näkökulmasta informaatiotieteissä ja sosiaalisen intranetin vuorovaikutuksellisia ilmiöitä ei ole vielä tutkittu kovinkaan paljon. Tästä syystä on perusteltua pyrkiä ymmärtämään laajasti sosiaalisen intranetin käyttöä organisaatiossa vuorovaikutuksen näkökulmasta. Lisäksi etenkin asiantuntijatyötä tekevät käyttävät työssään erilaisia vuorovaikutusvälineitä ja sen vuoksi on mielekästä tutkia juuri heidän käsityksiään ja kokemuksiaan sosiaalisen intranetin käytöstä organisaatiossa.

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä halutaan tarkentaa, millainen toimintaympäristö sosiaalinen intranet on vuorovaikutuksen kannalta. Tutkimuksen lähtökohtana on se, että sosiaalinen intranet on vuorovaikutteinen toimintaympäristö. Ensimmäinen tutkimuskysymys pyrkii selventämään tätä toimintaympäristöä vuorovaikutuksen näkökulmasta sen käyttämisen kautta. Aiemmat tutkimukset ovat pyrkineet lähinnä kuvaile-

maan ja kartoittamaan, millaisia vuorovaikutusvälineitä sosiaalisessa intranetissä on ja millaisia ne ovat teknisesti.

Toinen tutkimuskysymys keskittyy sosiaalisen intranetin käyttöönottoon. Viestintäteknologian käyttöönottoa on tutkittu useiden vuosikymmenien ajan. Sosiaalinen intranet on kuitenkin uudenlainen toimintaympäristö, joka pyrkii helpottamaan erilaisilla vuorovaikutusvälineillä organisaation jäsenten mahdollisuutta tehdä yhteistyötä, olla vuorovaikutuksessa ja jakaa, hallinnoida ja etsiä tietoa. Kyseessä ei ole siis jonkin yksittäisen viestintävälineen käyttöönotto, kuten vaikkapa sähköpostin, vaan kokonaisen toimintaympäristön, jossa on useita erilaisia vuorovaikutusvälineitä. On tarpeellista tutkia sosiaalisen intranetin käyttöönottoa, sillä aiempi tutkimus siitä on vähänlaista.

Kolmannella tutkimuskysymyksellä haetaan vastauksia siihen, miksi sosiaalinen intranet on asiantuntijatyötä tekevien mukaan heidän organisaatiossaan viestinnän- ja vuorovaikutuksen näkökulmasta katsottuna. Tutkimuksen lähtökohtana on, että sosiaalisessa intranetissä on edelleen piirteitä intranet 1.0:sta, eli yksisuuntaisesta viestintävälineestä, mutta myös vuorovaikutuksellisia ominaispiirteitä. Tämän vuoksi tutkimuskysymyksessä on eroteltu viestintätehtävä ja vuorovaikutustehtävä. Tähänastinen tutkimus on keskittynyt melko paljon sosiaalisen intranetin vuorovaikutusvälineisiin ja niiden avulla tapahtuvaan tiedon jakamiseen, hallinnoimiseen ja etsimiseen. Näkökulma on ollut hyvin tekninen, eikä sosiaalisen intranetin vuorovaikutusvälineiden käyttöä ole tutkittu niinkään työntekijöiden välisen vuorovaikutuksen näkökulmasta.

Neljäs tutkimuskysymys pyrkii selvittämään sosiaalisen intranetin tulevaisuutta organisaatiossa odotusten kautta. Tutkimuksen lähtökohtana on se, että sosiaalisen intranetin kehittäminen on prosessi. Sosiaalinen intranet on suhteellisen uusi viestintäteknologia organisaatioissa ja sen ei oleteta tässä tutkimuksessa olevan vielä täysin kehittynyt. On tarpeellista tutkia, mitä asiantuntijatyötä tekevien mukaan sosiaalisen intranetin oletetaan mahdollistavan tulevaisuudessa vuorovaikutuksen kannalta ja mitä he siltä odottavat. Teknisestä näkökulmasta tiedetään jo jonkin verran, millaisia mahdollisuuksia sosiaalinen intranet tarjoaa vuorovaikutusvälineiden osalta, mutta on aiheellista tutkia, mitä siltä halutaan vuorovaikutuksen näkökulmasta.

4.2 Tutkimusmenetelmä

Haastattelu aineiston keruumenetelmänä soveltuu sellaiseen tutkimusongelmaan, jota ei ole tutkittu vielä paljoa. Tutkijan on siis vaikea etukäteen tietää vastausten suuntaa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 35.) Tässä tutkimuksessa tilanne on juuri tällainen, sillä sosiaalisen intranetin käytöstä ei ole vielä tutkimustietoa kovinkaan paljoa puheviestinnän näkökulmasta. Lisäksi haastattelussa haastateltavalla on mahdollisuus tuoda esille itseään koskevia asioita, eli haastattelu pyrkii näkemään haastateltavan subjektina (Hirsjärvi & Hurme 2000, 35). Tässä tutkimuksessa tutkitaan asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia, eli halutaan tietää heidän omia näkemyksiään tutkittavasta ilmiöstä. Haastattelun etuna nähdään myös se, että tutkija voi muuttaa kysymysten järjestystä ja esittää täsmentäviä kysymyksiä (Hirsjärvi & Hurme 2000, 34–36). Tämän tutkimuksen tavoitteena on tuottaa ymmärrystä, joten etenkin täsmentävien kysymysten esittäminen saattaa nimenomaan auttaa ilmiön ymmärtämisessä.

Haastattelun lajeja on monia ja ne voidaan jaotella esimerkiksi sen perusteella, kuinka strukturoituja tai avoimia ne ovat. Teemahaastattelu asettuu näiden kahden ääripään väliin. Teemahaastattelulle on tyypillistä se, että haastattelun aihepiirit ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys eivät. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 208.) Tämä haastattelumenetelmä voidaan nähdä monessa tilanteessa käyttökelpoisena, koska se mahdollistaa täysin strukturoitua haastattelua suuremman joustavuuden. Haastattelija voi esimerkiksi arvioida tilanteen mukaan, missä järjestyksessä ja muodossa kysymykset olisi hyvä esittää. Lisäksi, jos näyttää siltä, että vastaukset tiettyihin kysymyksiin tulevatkin jo vaikkapa jonkin toisen kysymyksen yhteydessä, voi haastattelija arvioida, onko jotakin kysymystä enää tarpeen esittää.

Haastattelu ei kuitenkaan ole ainoa menetelmä, jolla voidaan tutkia käsityksiä ja kokemuksia. Myös erilaiset kyselylomakkeet ja kirjoitustehtävät voivat olla toimivia menetelmiä. Keskeisin peruste sille, miksi tässä tutkimuksessa on päädytty haastattelun käyttöön, on edellä mainittu mahdollisuus tarkentavien kysymysten kysymiseen. Tämä tekee menetelmästä huomattavasti ketterämmän kirjoitustehtävään verrattuna – varsinkin, kun sosiaalisen intranetin käyttö ei ainakaan ennakkoon arvioiden ole käyttäjilleen niin henkilökohtainen, että siitä puhuminen voisi osoittautua vaikeaksi (aroista ja vaikeista aiheista ks. esim. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 206).

Haastattelun lisäksi tutkimuksessa olisi mahdollista hyödyntää havainnointia. Useiden menetelmien käyttö voi lisätä tutkimuksen luotettavuutta sekä antaa laajempia näkökulmia tutkimusongelmaan (Hirsjärvi & Hurme 2000, 38). Vaikka havainnointi haastattelun ohella voisi lisätä tutkimuksen luotettavuutta ja avata laajempia näkökulmia, niin tarkan harkinnan jälkeen tässä tutkimuksessa on päädytty käyttämään vain yhtä menetelmää. Yhden menetelmän käytön perusteena ei niinkään ole uskomus siitä, etteikö havainnointi voisi tuoda tutkimukseen lisäarvoa, vaan yksinkertaisesti resurssisyys. Tutkimuksen tavoitellun laajuuden ja käytettävissä olevan ajan puitteissa on päädytty käyttämään vain yhtä menetelmää.

4.3 Haastateltavat ja kohdeorganisaatio

Tutkimuksessa haastateltiin yhteensä kahdeksaa kohdeorganisaatiossa asiantuntijatyötä tekevää henkilöä. Haastateltavat olivat toimihenkilöitä tai esimies- tai johtotehtävissä olevia miehiä ja naisia. Haastateltavista monet, mutta eivät kuitenkaan kaikki, olivat sellaisia, joilla on työnsä puolesta kokemusta myös sosiaalisen intranetin sisällöntuottamisesta tai teknisestä kehittämisestä. He edustivat organisaation henkilöstö-, markkinointi-, viestintä- ja IT-osastoja.

Tutkimuksen kohdeorganisaationa oli kansainvälinen teollisuusyritys, joka toimii kaikissa eri maanosissa. Organisaatio työllistää noin 11 000 henkilöä. Organisaatio on ollut vastikään muutosprosessissa, jolla on ollut vaikutusta koko organisaatioon ja sitä myöten myös organisaation sosiaaliseen intranettiin.

Organisaation käytössä oleva sosiaalinen intranet perustuu Microsoftin SharePoint 2013:een. SharePoint-alustassa on niin sanottu My Site -konsepti, jossa jokaisella käyttäjällä on oma profiili omalla nimellään. Profiili mahdollistaa myös kuvan liittäminen ja omien osaamisalueiden kuvauksen. Henkilön sijoittuminen organisaatiossa näkyy automaattisesti organisaatiokaavio-sovelluksen kautta. Profiilissa on mahdollisuus myös statuspäivityksiin ja toisten käyttäjien lisäämiseksi kollegoiksi. Lisäksi sosiaalisessa intranetissä on mahdollisuus uutisten kommentointiin. Siellä on myös mahdollista esimerkiksi tagata sisältöä julkisesti niin, että toiset käyttäjät näkevät, mitä henkilö on tagannut. Kaikkia SharePointin mahdollistamia vuorovaikutustyökaluja ei kuitenkaan

vielä ole otettu käyttöön. Esimerkiksi laajemman sosiaalisuuden mahdollistava Yammer on vasta tulossa.

4.4 Aineistonkeruu

Aineistonkeruun vaiheessa otettiin aluksi yhteyttä kohdeorganisaation sosiaalisesta intranetistä vastaavaan henkilöön ja kysyttiin alustavaa kiinnostusta. Yhteyshenkilön kanssa sovittiin tapaaminen, jossa hän esitteli organisaation sosiaalista intranetiä. Tapaamisessa sovittiin yhteistyöstä ja myöhemmin yhteyshenkilöltä saatiin lista henkilöistä, joihin oli mahdollista ottaa sähköpostitse yhteyttä haastattelupyynnön muodossa. Listalta valittiin 12 henkilöä, jotka kaikki olivat samalta paikkakunnalta. Heiltä tiedusteltiin sähköpostiviestillä halukkuutta osallistua tutkimukseen. Lisäksi viestin liitteenä oli haastattelupyyntö (liite 1). Lopulta 12 henkilöstä kahdeksan osallistui haastatteluun.

Haastateltavat vaikuttivat olevan motivoituneita haastatteluihin. Osa heistä oli valmistautunut haastatteluun tuomalla oman kannettavan tietokoneen mukaan haastattelutilanteeseen, mistä he esittelivät halutessaan organisaation sosiaalista intranetiä. Haastattelupyynnössä ei kuitenkaan pyydetty haastateltavia valmistautumaan haastatteluihin mitenkään erityisesti. Kaikki haastateltavat antoivat luvan nauhoittaa haastattelut. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina henkilöiden työpaikalla maaliskuun 2014 aikana kolmen viikon sisällä. Haastattelut olivat teemahaastatteluja ja ne vaihtelivat kestoltaan 35 minuutista 65 minuuttiin.

Haastatteluiden alussa haastateltaville kerrottiin vielä lyhyesti, mitä tutkimus koskee, mikä tutkimuksen tarkoitus on ja se, ettei haastateltavia voi tunnistaa lopullisesta raportista. Haastatteluiden alkuun keskusteltiin haastateltavien työnkuvasta ja työuran pituudesta kohdeorganisaatiossa. Näin pyrittiin luomaan haastatteluille luottamuksellinen ja vapaa ilmapiiri sekä saamaan taustatietoja haastateltavista.

Haastattelut olivat luonteeltaan teemahaastatteluja. Haastattelut etenivät aiemmin rakennettujen teemojen mukaisesti, mutta tarvittaessa haastattelurungosta pystyi joustamaan. Haastattelurunko koostui taustoittavien kysymyksien lisäksi neljästä eri teemasta (ks. liite 2):

- 1) sosiaalisen intranetin ominaisuudet
- 2) sosiaalisen intranetin käyttö omassa työssä
- 3) sosiaalisen intranetin käyttöönotto ja käytön kehittyminen
- 4) sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä

Teemat sisälsivät niin sanottuja pääkysymyksiä ja niiden tueksi oli laadittu tukikysymyksiä. Tukikysymysten tehtävänä oli tukea tarvittaessa teemojen pääkysymyksiä, mikäli pääkysymys ei herättänyt tarpeeksi keskustelua tai jos haastattelu eteni tutkittavan ilmiön kannalta epäolennaisiin asioihin. Haastattelut pyrittiin kuitenkin pitämään keskustelunomaisina ja siten, että haastateltavalle annettiin tilaa keskustella avoimesti. Vuorovaikutustilannetta käytettiin myös hyödyksi tarvittaessa kysymällä tarkennuksia haastateltavien vastauksiin tai haastateltavat kysyivät selvennystä haastattelukysymyksiin. Teemahaastattelurungosta voitiin myös joustaa, mikäli keskustelu eteni luontevasti johonkin toiseen teemaan. Jokaisesta teemasta käytiin kuitenkin keskustelua haastattelutilanteissa pääkysymysten mukaisesti.

4.5 Aineiston käsittely ja analysointi

Haastattelut litteroitiin sanatarkasti. Puhetta rytmittäviä äännähdyksiä, naurua tai äänenpainoja ei litteroitu. Toistot ja täytesanat jätettiin suurimmaksi osaksi litteroinnin ulkopuolelle. Lisäksi tutkimuksen kannalta merkityksettömät kommentit ja haastateltavan ja haastattelijan väliset jutustelut jätettiin litteroimatta. Jotkut sanat kirjoitettiin jo litterointivaiheessa kirjakieliseen muotoon myöhemmän lukemisen helpottamiseksi. Haastatteluaineistoa kertyi itse kysymykset ja otsikot mukaan lukien yhteensä 79 sivua (170 kilotavua).

Aineistosta poimittuja lainauksia muunneltiin hiukan haastateltavien anonymiteetin säilyttämisen vuoksi. Esimerkiksi joitain puhekielisiä ilmauksia muokattiin kirjakieliseksi ja haastateltaville tyypillisiä lausahduksia häivytettiin pois. Lainauksista on poistettu myös organisaation nimi sekä sosiaalisesta intranetistä käytettävä nimi. Lainauksiin on merkitty hakasulkein, mikäli haastateltava mainitsee joko organisaation nimen tai sosiaalisen intranetin nimen. Lisäksi joihinkin lainauksiin on merkitty hakasulkein, mitä asia koskee, jos haastateltava käyttää siitä nimitystä ”se”, ”sitä”, ”tästä” tai jos lainauksesta ei muuten selviä asiayhteyttä. Osa lainauksista on vain pätkä haastateltavan

vastauksesta ja tällöin se on merkitty katkoviivalla ”---”. Haastateltaville annettiin tunnisteet H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 ja H8. Näitä tunnisteita on käytetty myös Tulosluvussa esitettyjen lainauksien yhteydessä.

Aineiston analyysin ajatellaan olevan spiraalimainen prosessi. Se alkaa käytännössä jo aineiston keruuvaiheessa ja päättyy vasta tuloksia ja johtopäätöksiä esiteltäessä. (Eskola & Suoranta 1998, 149–150.) Tässä tutkimuksessa aineiston käsittely ja analysointi jakaantui neljään vaiheeseen: *litteroituun aineistoon tutustumiseen, aineiston eri asiiasältöjen merkkauttamiseen tunnistetiedoin, tunnistetietojen yhdistämiseen ja taulukointiin sekä teemojen ja alateemojen muodostamiseen*. Ensimmäisessä aineiston käsittely- ja analysointivaiheessa aineistoon tutustuttiin lukemalla sitä läpi tekemättä vielä tässä vaiheessa muistiinpanoja tai tulkintoja.

Toisessa vaiheessa aineistoon tutustuttiin syvemmin ja tarkasteltiin sitä aineistolähtöisesti siten, että puhuttaessa jostakin tietystä asiiasällöstä annettiin sille tunnistetieto. Eri aiheiden tunnistetietoja muodostui aluksi 32, joille annettiin asiiasältöä kuvaavat lyhennetyt tunnisteet esimerkiksi ITS.AS. = itsensä asemointi sosiaalisen intranetin käyttäjänä organisaatiossa. Lisäksi aineistosta karsittiin joitakin tämän tutkimuksen kannalta merkityksettömiä asioita pois. Toinen vaihe oli samalla aineistoon tutustumista ja syventymistä, ja samalla saatiin ensimmäiset huomiot siitä, mikä aineistossa mahdollisesti on oleellista ja merkityksellistä.

Täysin aineistolähtöisyyteen perustuvasta tutkimuksesta on jonkin verran syntynyt keskustelua. On esitetty (Eskola & Suoranta 1998, 151–152), että tutkimuksen tekemisen taustalla on aina jossakin määrin tutkijan esiymmärrys tutkittavasta aiheesta ja tutkimuksen tekemisestä yleensä. Täysin niin sanotusti tyhjälle taululle ei tutkimusta voida rakentaa. Varsinaista teoreettista kehikkoa, jonka pohjalle olisi lähdetty rakentamaan tai jonka avulla olisi suoritettu analyysi, ei tässä tutkimuksessa kuitenkaan käytetty. Tämän vuoksi voidaan sanoa, että aineiston analysointi tässä tutkimuksessa oli aineistolähtöistä.

Kolmannessa vaiheessa asiiasältöjen tunnistetiedot arvioitiin uudelleen ja huomattiin, että jotkut tunnisteet olisi perusteltua yhdistää samankaltaisten asiiasältöjen vuoksi. Tunnisteiden yhdistelemisen jälkeen tehtiin taulukko, joka sisälsi neljä saraketta: haastateltavan tunnistenumero, asiiasältöä vastaavaa tunnistetta kuvaava lainaus, asiayhteys

ja tutkijoiden omat kommentit. Tässä vaiheessa tehtiin jo alustavaa tulkintaa merkkamalla kommentti-sarakkeeseen huomioita. Tämä vaihe auttoi tiivistämään aineistoa, sillä taulukoiden avulla löydettiin aineistosta toistoa ja niiden avulla huomattiin aineiston merkitykselliset asiat.

Neljännessä vaiheessa taulukoista tehtiin synteesejä ja tuloksien tueksi poimittiin merkityksellisiä lainauksia aineistosta. Aineistosta huomioitiin myös sellaiset kohdat, joissa haastateltavien yksittäiset vastaukset tuntuivat poikkeavan aineiston yleisestä linjasta. Ne merkattiin huomiovärein ja niitä pohdittiin vielä tarkemmin. Tässä vaiheessa muodostettiin myös aineistosta ilmenneet lopulliset teemat ja alateemat. Lopulliset pää- ja alateemat on esitetty seuraavassa luettelossa:

- Itsensä asemointi sosiaalisen intranetin käyttäjänä
 - Tietoisuus sosiaalisen intranetin mahdollisuuksista ja ominaisuuksista
 - Sosiaalisen intranetin käyttöoikeudet
- Sosiaalisen intranetin käyttäjäystävällisyys
 - Edellytettävät käyttötaidot
 - Sosiaalisen intranetin tekninen toimivuus
- Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksien käyttäminen
- Sosiaalisen intranetin käyttöönotto
 - Sosiaalisesta intranetistä tiedottaminen
 - Käyttöön perehdyttäminen
 - Johdon ja työkavereiden tuki
- Muut organisaation sisäiset viestintäteknologiset välineet
- Sosiaalisen intranetin käyttötarkoitus
- Toiveet ja odotukset sosiaalista intranetiä kohtaan
- Organisaatiokulttuurin merkitys sosiaalisen intranetin käytössä
 - Organisaatorakenne

5 TULOKSET

Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tässä luvussa esitellään tutkimuskysymyksiin vastaukset edeten tutkimuskysymysten esitysjärjestyksessä. Ensiksi esitellään asiantuntijatyötä tekevien käsityksiä ja kokemuksia sosiaalisen intranetin käytöstä organisaatiossaan. Toiseksi kuvaillaan, millaisia käsityksiä ja kokemuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalinen intranet käyttöön otosta organisaatiossaan. Kolmanneksi esitellään tuloksia sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävän näkökulmasta ja viimeiseksi kuvaillaan, millaisia tulevaisuuden odotuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin käytöstä omassa organisaatiossaan.

5.1 Sosiaalisen intranetin käyttöön liittyviä käsityksiä ja kokemuksia

5.1.1 Sosiaalisen intranetin käyttäjien roolit ja käyttöoikeudet

Roolit

Haastattelujen perusteella sosiaalisen intranetin käyttäjillä on erilaisia rooleja. Roolitus tulee työtehtävien kautta: osalla käyttäjistä on niin sanotut editointioikeudet. Eli heidän työtehtäviinsä voi kuulua sisällön tuottaminen sosiaaliseen intranettiin esimerkiksi julkaisemalla sosiaalisessa intranetissä uutisia tai artikkeleita. Editointioikeudet omaavilla, eli editoreilla, on täten haastateltavien mukaan laajemmat sosiaalisen intranetin käyttöoikeudet kuin niillä, joilla ei ole editointioikeuksia. Editorit voivat lisäksi tehdä sisältöä julkaistessaan myös profiloinnin kautta valinnan, ketkä käyttäjät ensisijaisesti näkevät heidän tuottamaansa sisältöä. Niiden käyttäjien, joilla ei ole editointioikeuksia, mahdollisuudet sisällöntuotantoon tai osallistumiseen koetaan olevan kytköksissä sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksiin.

Editoreiden editointiosaamista ja editointiominaisuuksiin liittyvää tietoisuutta pidetään haastateltavien mukaan yllä esimerkiksi koulutusten avulla. Muiden käyttäjien näkökulmasta asian ei nähdä olevan yhtä selkeä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava ker-

too, kuinka hän on saanut koulutuksen editointiin, mutta ei koulutusta muusta näkökulmasta:

Kun ite editoin sitä niin tuota, niin no joo, tietysti oon mä sellaisen koulutuksen, editori-koulutuksen joo, mutta siis tämmöstä, miten kuka tahansa käyttää, niin ei semmoista [koulutusta]. (H6)

Muiden käyttäjien ei nähdä olevan välttämättä yhtä tietoisia kuin editorit sosiaalisen intranetin kaikista ominaisuuksista tai siitä, kuinka niitä voisi hyödyntää. Seuraava esimerkki kertoo editorien ja ”loppukäyttäjien” asetelmaerosta sosiaalisen intranetin käyttöön:

Mutta periaatteessa tämä on niille, jotka tätä rakentaa, niin niille tämä on tosi hyvä ja monipuolinen. Ne, jotka päivittävät ite rakentaa niitä sivuja ja linkittää ja näin, niin se on tosi helppoo ja sillä tavoin aika selkeetä, mutta loppukäyttäjän näkökulmasta se ei ole. (H5)

Asiantuntijatytöitä tekevät kokevat, että editorien on helpompaa pysyä tietoisina, mikäli heidän julkaisemansa uutisen tai artikkelin yhteydessä esiintyy vuorovaikutusta. Haastateltavien mukaan muiden käyttäjien näkökulmasta mahdollinen vuorovaikutus täytyy itse ikään kuin etsiä. Eräs haastateltava havainnollistaa tällaista tilannetta seuraavasti:

Niin minä oon niistä [kommenteista] valtavan paljon tietoisempi kuin normaalikävijä kun eihän niitä kukaan käy kätteleen, kuinka paljon noita ja noita on kommentoitu välttämättä aktiivisesti. Mutta kun mulle tulee aina se alertti, niin tietysti mä käyn kattoon, että mitäs siellä on kommentoitu, että mä tuun väkisinkin tietoseksi niistä. Altistun niille kommentoinneille sitä kautta aika paljon. (H2)

Käyttöoikeudet

”Hyvä käyttömahdollisuus” sosiaalisen intranetin käyttöön on ”vajaalla 80 %:lla henkilöstöstä” (H8). Lisäksi haastateltavien mukaan tästä osuudesta toimihenkilöillä on tuotantohenkilöstöä paremmat käyttömahdollisuudet, koska tuotantohenkilöstön sosiaalisen intranetin käyttö on toteutettu yhteiskäyttökoneiden ja -tunnusten avulla.

Näyttäisi siltä, että sosiaalisessa intranetissä tieto on kaikille avointa, mutta editorit pääsevät sisällöntuottajiksi ja muokkaajiksi. Tiedon rajaaminen on teknisesti mahdollista, mutta haastateltavien mukaan se ei ole organisaatiossa suositeltavaa. Nähdään, että tarkoin harkituissa yksittäistilanteissa tietoa voidaan rajata, mutta lähtökohtana on se, että tieto on kaikille avointa. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo sosiaalisessa in-

tranetissä esiintyvän tiedon luonteesta, tiedon rajaamisen teknisestä mahdollisuudesta ja avoimuuden periaatteesta:

Se materiaalin pitää olla sellasta, että sen voi kaikille jakaa. On meillä mahdollisuus siihen [tiedon rajaamiseen] ja hyvin erityisissä tapauksissa voidaan rajoittaa sitä pääsyä. Mutta lähtökohtaisesti ei haluta sitä tehdä. (H3)

Haastateltavien mukaan tietoa kuitenkin profiloidaan, mutta tieto on kaikkien nähtävillä viimeistään hakutoimintoa hyödyntämällä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo tiedon profiloinnista ja organisaation periaatteesta pitää intranetin tieto kaikille avoimena:

--- lähtökohtaisesti koitettu ohjata sitä tietoa ja valikoida sitä tietoa niin, että se olisi mahdollisimman merkityksellistä meille jokaiselle käyttäjälle. Mutta semmoista ulosraavaavaa ajatteluahan siellä ei ole. Että haluttaisiin tietoa niin kuin tietoisesti sulkea pois joittenkin henkilöitten pääsyn ulkopuolelle. (H8)

Sosiaaliseen intranettiin on tulossa niin sanotut tiimityötilat, joiden myötä tietoa on mahdollista rajata kyseisen työtilan käyttäjien kesken. Haastateltavien kertomuksien mukaan tämän kaltaisia sivustoja on jo aiemmin ollut aiemmassa järjestelmässä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo näistä tiimityötiloista, niiden historiasta aiemmassa järjestelmässä ja niiden sisältämän tiedon luonteesta:

Meille tulee tällaiset tiimityötilat, tai tällaiset projektityötilat, tulee erikseen, missä on sitten rajattu käyttäjäjoukko. Meillä on niitä nyt jo [aikaisemman järjestelmän] puolella aika paljon. Että meille tulee tuohon samaan alustaan vielä nyt lisää. Ja se on ajatuksena, että pidetään siellä semmoista [tietoa] niinkun, mitkä ei kosketa kaikkia. Se on käytännössä helppompaa. (H7)

5.1.3 Organisaatiokulttuurin merkitys sosiaalisen intranetin käytössä

Haastateltavat kokevat, että organisaation sisäisessä viestinnässä on pitkä keskitetyn viestinnän perinne. Vaikka organisaation sosiaalista intranetiä kehitetäänkin suuntaan, joka mahdollistaa suuremman osallistumisen, ei osallistuminen välttämättä tunnu käyttäjistä luontevalta. Käyttäjät ovat tottuneet lukemaan heille lähetettävää viestiä, eivät niinkään osallistumaan itse:

Siellä on niin vahvana taustalla se perinne, että [organisaatio] nyt lähettää minulle postia ja kertoo minulle asioita. (H8)

Osallistumiseen esimerkiksi kommentoimalla tai päivittämällä omaa profiiliaan koetaan liittyvän kynnyksen. Mahdollisuus osallistumiseen ei tunnu arkiselta tai luonteelta, vaan käyttäjistä voi tuntua siltä, että täytyisi osata kirjoittaa jotakin hienoa tai erityistä. Seuraavat kaksi esimerkkiä havainnollistavat tätä kulttuurin tuomaa haastetta niin kommentoinnin kuin My Siten status-päivitysten osalta:

Mutta siinäpä se onkin, kun ei sinne kukaan mene kommentoimaan, kun edellyttää että tähän pitäisi sanoa jotain fiiniä tai jotain tosi lennokasta tai jotain ammatti tai mikä liittyy siihen asiaan. (H1)

Ehkä se on sitä, että sitä tulppaa ei ole avattu, että ei ole oikein semmosta päivittäistä höpöttelyä tai sitä pitäis olla tosi virallista --- (H5)

Tämän kulttuurisen haasteen nähdään voivan johtaa siihen, etteivät käyttäjät osallistu kommentointiin ollenkaan. Vaikka nykyisen sosiaalisen intranetin ilmapiiri koetaan vapaampana verrattuna aikaisempaan sosiaaliseen intranettiin, siihen liittyy kuitenkin tunne, että vain tietynlainen käyttäytyminen on hyväksyttävää. Tästä kertoo seuraava esimerkki:

Mutta mä veikkaan, että se suurin tulppa just on se, että se on, vaikka meillä nyt kohtuu rento tämä intra on verrattuna [aikaisempaan sosiaaliseen intranettiin], niin silti se on jäykkä ihmisten mielessä. Siellä pitää käyttäytyä ihmisten mielestä. Itse asiassa sitten tulee ihmisille sellanen olo, että parempi, että ei sitten kommentoi mitään. (H3)

Osallistumiseen nähdään liittyvän vahva virheen pelko tai pelko siitä, mitä muut ajattelevat. Esimerkissä haastateltava kertoo osallistumiseen liittyvistä taustalla olevista peloista:

--- siellä olisi aika paljon uudistumisen varaa ja kehitettävää, että ihmiset oikeasti alkaisi uskaltaa omalla nimellään ja naamallaan kommentoida asioita ja esittää omia ajatuksiaan, että se on, se on kuitenkin niin hankalaa tällä hetkellä, kun siellä monissa paikoissa on sitten, rumasti sanottuna esimiehet hengittämässä niskaan, mutta siis sillä tavalla, että moni ajattelee varmaan ensimmäisenä sitä, että mitähän tästä nyt ajatellaan. (H2)

Haasteeksi voidaan nähdä myös väärinymmärryksen vaara. Organisaatiossa on useita eri kulttuureja ja maita, ja on olemassa riski, että tulee tulkituksi väärin:

Kun sitten taas, jos sä koko intrassa ja sä tiität, että kaikki näkee nyt, sä rupeat vähän miettiin, että ”ainiin, esimies ja esimiehen esimies”. Siinä tulee sellanen suodatin päälle sitten heti. Ihannehan se olisi, että ei olisi. Että onhan pieniä yrityksiä ja ehkä isojakin, jossa ei ole semmosta suodatinta, mutta meillä on kuitenkin niin eri kulttuureita ja eri maita tässä mukana, niin siinä tulee helposti se väärinymmärryksen vaara. Jos kovasti rupeaa revitteleen. (H4)

Osallistuminen koko sosiaalisen intranetin laajuisesti koetaan vähemmän luontevaksi kuin osallistuminen esimerkiksi rajatuilla tiimisivustoilla. Haastateltavien mukaan osallistuminen tuntuu helpommalta silloin, kun vain läheiset työkaverit, oman osaston tai oman tiimin henkilöt pääsevät näkemään viestit.

5.2 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto

5.1.2 Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusvälineiden käyttö

Sosiaalisen intranetin tärkeimmät vuorovaikutus- ja sosiaaliset ominaisuudet näyttäisivät olevan tällä hetkellä kommentointi, My Site (oma profiili) ja organisaatiokaavio. Muita vuorovaikutus- tai yhteisöllisyysominaisuuksia ovat tagaykset, tykkäykset, newsfeed, blogit ja videot.

Kommentointi

Haastateltavien mukaan sosiaalisessa intranetissä on mahdollisuus kommentoida siellä julkaistavia juttuja, kuten uutisia ja erilaisia artikkeleja. Myös joillakin infosivustoilla on mahdollisuus kommentointiin. Kommentteja voi kirjoittaa kuka tahansa sosiaalisen intranetin käyttäjä. Uuden aihealueen omaavaa kommenttiketjua ei voi kuitenkaan aloittaa kuka tahansa, vaan kommentointi on tällä hetkellä sidottu julkaistujen juttujen yhteyteen. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo kommentointimahdollisuuden kytkeytymisestä intranetissä julkaistaviin uutisiin:

Se keskustelu liittyy aina yhteen uutiseen. Ei voi mistä vaan alkaa keskustelemaan, vaan aina yhden uutisen alla on keskusteluketju. (H3)

Kommentointi tapahtuu sosiaalisessa intranetissä aina omalla nimellä ja myös omalla kuvalla, mikäli käyttäjä on lisännyt kuvansa omaan profiiliinsa.

Tietoisuus kommentoinnin määrästä näyttäisi vaihtelevan. Yleinen ajatus haastateltavien mukaan on, että kommentointi on harvinaista. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo hänen kokemuksestaan siitä, kuinka kommentointia esiintyy vähäisessä määrin ja kuinka laajempi kommentointi on harvinaista:

Että tuota, kyllä se on mun mielestä tosi vähäistä. Joskus tulee joku uutinen tai joku artikkeli tai tällainen, niin sit jos se on semmoinen tosi kiinnostava, niin siihen saattaa kolme neljä ihmistä jotakin kommentoida, mutta se on jo ihan tosi harvinaista. (H6)

Kommentoinnin katsotaan kuitenkin lisääntyneen. Alla olevassa esimerkissä haastateltava kertoo siitä, kuinka hänen arvionsa mukaan kommentointi on lisääntynyt ja joidenkin juttujen kohdalla voi esiintyä pitkiä viestiketjuja:

Kyllä minusta vaikuttaa, että se on paljon lisääntynyt, etenkin kommentointi ja kaikkien uutisten tai no joo, uutisia ne pääasiassa on, mitä kommentoidaan. Joitain muitakin infisivujakin ihmiset kommentoi. Siellä on monta sivua pitkiäkin viestiketjujakin saattaa olla. (H2)

Koetaan, että kommentit ovat usein luonteeltaan kehuja tai kannustavia. Niissä saetaan kertoa esimerkiksi myönteinen mielipide jostakin asiasta. Varsinaista keskustelua pidetään harvinaisena. Seuraavat kaksi esimerkkiä kertovat kommenttien luonteesta:

Nehän on ollut jotain, jos siellä on ollut vaikka jostain kaupasta juttu, kuten ”hei mahtava juttu”. Ei ne sen kummallisempia kommentointeja ole. Että harvoin siellä. (H1)

Lyhyttä keskustelua. Ei se varsinaisesti mitään oikeeta kunnon keskustelua ole, vaan se on semmosta kevyttä, mutta formaalia. (H3)

Haastateltavien mukaan on kuitenkin ollut myös tilanteita, joissa kommentointimahdollisuutta on hyödynnetty eri tavalla. Tällaista koettiin tapahtuneen esimerkiksi YT-neuvottelujen aikaan. Esimerkissä haastateltava kertoo yllättyneensä, kuinka hän huomasi YT-neuvottelujen aikaan mielestään rohkeita kommentteja ja kysymyksiä:

--- kun pyydettiin, että ihmiset saa kommentoida niitä asioita [liittyen YT-neuvotteluihin], niin sitten olin ”tänne on tullut jotain!” Ja sitten mä aattelin, että tosi rohkea se ihminen on, että se semmoseen asiaan jotain kysyy ja tarkentaa ja ehkä vaatii vähän vastauksia. (H5)

Normaalia työhön liittyvää arkea koskettavat uutiset nähdään olevan sellaisia, joita kommentoidaan eniten. Esimerkiksi organisaation tekemiä ostoja ei puolestaan nähdä juuri kommentoitavan. Haastateltava kertookin esimerkissä juuri siitä, millaisia aiheita tyypillisesti kommentoidaan ja mitä ei kommentoida:

--- oikeastaan niitä kommentoituimpia uutisia on ollut just nämä tavalliseen käyttöön liittyvät asiat. Mitä on tullut näitä uutiset, että vaihtuu just sähköposti ja tällaisia kevyitä aiheita. Hyvin vähän kommentointeja ja keskustelua herättää tällaiset uutiset vaikka [organisaatio] on ostanut jonkun tai [organisaatio] myi hyvin jotain. Ei niitä kommentoida, eikä muuta. Ainoastaan niitä, jotka on lähellä, niitä sitten keskustellaan ja kommentoidaan tai kommentointia niillä. (H3)

Toimistotyöntekijöiden koetaan kommentoivan tuotantotyöntekijöitä enemmän, minkä nähdään johtuvan jo tietokoneen käyttömahdollisuuksista. Muutoin tiettyä ryhmää, jotka kommentoisivat toisia enemmän, ei nähdä olevan. Kommentoijia katsotaan olevan organisaation ”laidasta laitaan”.

Kommentoinnissa nähdään olevan kuitenkin maakohtaisia eroja. Haastateltavien mukaan suomalaiset eivät kommentoi yhtä paljoa kuin esimerkiksi intialaiset ja amerikkalaiset. Tästä kertoo seuraava esimerkki:

--- jos on joku strategiajuttu, tulosjulkistusjuttu tai joku tällainen firman yleinen tiedote, niin sinne kommentointiin tulee paljon Intiasta, Amerikasta, mutta hyvin vähän Suomesta. (H7)

Haastateltavien mukaan kaikki eivät kuitenkaan koe tarvetta kommentoida tai eivät näe, miksi heidän kannattaisi kommentoida tai mitä hyötyä siitä voisi olla. Kommentointiin saatetaan voivan liittyä myös kynnys: kommentit näkyvät suurelle ihmismäärälle. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo kommentointiin liittyvästä kynnyksestä ja toteaa, ettei tiedä, mikä olisi sellainen asia, jonka yhteydessä hän kokisi tarvetta osallistua kommentointiin:

Ja sitten kun on isoista systeemeistä paljon ihmismäärästä kyse, niin aika moinen kynnys lähtee sinne nyt keskusteleen aiheesta. Ei mulla ainakaan ole semmoseen tarvetta. Ja mitä nämä asiat sitten olis, mistä se keskustelu nousis, niin ei se ole. Tai ainakaan minun tiedosani. (H1)

Lisäksi haastateltava arvioi, että ne, jotka tekevät kommentointia sosiaalisessa intranetissä, ovat muutoinkin hyvin tietoisia sosiaalisen intranetin sisällöstä ja sen ominaisuuksista:

--- jos siellä on ollut jotain, että kommentoi jotain uutista tai jotakin. Ne on niitä ihmisiä, jotka on erittäin hyvin perillä koko intrasta. Siellä on tällasia. Ne ei ole mun mielestä suuren kansan. (H1)

My Site (oma profiili) ja organisaatiokaavio

My Site on sosiaalisessa intranetissä oleva työntekijän oma profiilisivu, joka jossain määrin muistuttaa esimerkiksi Facebookin profiilisivua. Sinne voi lisätä kuvan itsestään ja kirjoittaa oman osaamiskuvauksensa. Profiilin täyttäminen on vapaaehtoista. Sosiaalisen intranetin käyttäjät pääsevät vapaasti katsomaan toistensa profiileja. Siellä on

myös mahdollisuus tehdä ikään kuin Facebookin kaltaisia status-päivityksiä ja kirjoittaa toisen henkilön ”seinälle”. Toisia käyttäjiä voi myös merkata kollegoikseen, jolloin saa tiedon, mikäli käyttäjä esimerkiksi kirjoittaa statukseensa jotakin.

Organisaatiokaavio on puolestaan sosiaalisen intranetin sivusto, josta näkee organisaation henkilöstön ja sen, miten he organisaatorakenteeseen asemoituvat. Organisaatiokaaviosta näkee myös henkilöiden yhteystiedot ja sen kautta pääsee henkilöiden My Site -sivustolle. Organisaatiokaavio näyttäisi olevan käytetyin ominaisuus koko organisaation sosiaalisessa intranetissä.

My Site ja organisaatiokaavio nähdään sosiaalisen intranetin ominaisuuksina, joiden avulla voi etsiä tilanteeseen sopivan, jostakin aihealueesta tietävän työtoverin. Nämä välineet koetaan siis helpottavan sopivan ihmisen löytämisessä ilman, että tähän henkilöön tarvitsee ottaa ensin yhteyttä. My Siten ja organisaatiokaavion tämän kaltaisesta hyödyistä kertoo seuraava esimerkki:

Mun mielestä varmaan suurin hyöty olisi just se, että mä näkisin, että jos mä haen nyt jollekin, vaikka siis siellä on nyt myös sellainen organisaatiokaavio osuus. Niin, että mä tiedän, että joku ihminen on jossakin organisaatiossa joka kuuluu johonkin aiheeseen, mutta että mä en ihan tarkkaan tiedä, että voisko tämä ihminen esimerkiksi tietää jostakin asiasta. Niin mä näkisin siitä heti ilman, että mun tarvii ottaa siihen ihmiseen yhteyttä, että toista mä voin tosta asiasta kysyä. Kun se kerta noista asioista kirjoittaa tai julkaisee tai että sen profiilissa on niin kun. Että se helpottaa sitä ihmisten löytämistä mun mielestä oikeassa tai tietystä aiheesta, kun tarvii selvittää jotakin. (H6)

Myös työkavereiden valokuvat koetaan merkityksellisenä. Ne voivat myös osaltaan tuoda työkaverit ikään kuin lähemmäs. Koetaan, että on helpompaa kysyä ihmiseltä, jonka mielestään tuntee paremmin, ja että valokuva voi olla tässä apuna.

Haastateltavien mukaan osa My Siten mahdollisuuksista voi kuitenkin jäädä hyödyntämättä. Kaikki eivät esimerkiksi ole täyttäneet profiiliaan, vaikka samaan aikaan arvioidaan, että profiilien täyttäminen voisi osaltaan lisätä yhteisöllisyyttä:

--- sitä ei kovin moni ole esimerkiksi ollenkaan täyttänyt. Siis moni ei ole laittanut edes valokuvansa sinne, että joku mun mielestä siis sekään kanava, että niinku tunnet ja tiedät keneltä voi kysyä mistäkin asiasta ja ylipäänsä se loisi semmoista yhteisöllisyyttä mun mielestä. (H6)

Toisaalta koetaan, että My Siten jotkut ominaisuudet voivat tuntua myös keinotekoisilta. Esimerkiksi mahdollisuudesta merkata kollegoita eräs haastateltava sanoi seuraavasti:

Mutta onhan siellä se sellanen, että sää voit lisätä jonkun kollegaksesi, mutta sekin on niin keinotekoisista, ettei sekään ole mun mielestä. Enkä mä suoraan sanottuna tiedä ketään, joka käyttäisi, että en mä tiedä onko se siinä. (H1)

My Siten mahdollisuuksia vuorovaikutukseen ei juurikaan käytetä haastateltavien mukaan. Esimerkiksi status-päivitysten suhteen ei olla varmoja, mitä sinne kannattaisi kirjoittaa. Vaikka ajatuksia kirjoittamisesta olisikin, sen ei koeta kuitenkaan tuntuvan luonnolliselta. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka hänellä voi olla ajatuksia status-päivitysten tekemisestä, mutta kuinka hän mieluummin kirjoittaa esimerkiksi Facebookiin:

En päivitä. Siis olisihan mulla paljonkin ajatuksia sinne päivittää, mutta jotenkin se on sillä tavoin, ennemmin Facebookiin. Ei jotenkin ei. (H5)

Muut vuorovaikutus- ja sosiaaliset ominaisuudet

Muita organisaation sosiaalisessa intranetissä olevia vuorovaikutus- tai sosiaalisia ominaisuuksia ovat tagaaminen, tykkääminen, newsfeed, blogit ja videot. Näyttäisi siltä, että tageja hyödynnetään esimerkiksi tiedon hakemisen yhteydessä. Tagaamisessa on myös yhteisöllinen ulottuvuus sitä kautta, että käyttäjä pääsee näkemään, mitä muut käyttäjät ovat taganneet.

Lisäksi sosiaalisessa intranetissä on niin sanottu newsfeed-ominaisuus (uutisvirta). Haastateltavien mukaan newsfeediä käytetään organisaatiossa hyvin vähän. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo newsfeedistä ja arvioi sen mahdollisuuksia:

Sitten siellä on tällainen newsfeed-ominaisuus kyllä, joka on, tai on sekin jonkinlainen vuorovaikutuskomponentti, eli siellähän voi sisältöä termi on tэгätä ja sun muuta. Siihen newsfeediin, sitä hyvin vähän meillä oikeastaan käytetään mun mielestä. Se miten sitä voitaisiin käyttää, niin on paljon enemmän, mitä käytetään. Tähän newsfeediin voi tai siihen nimenomaan tulisi sellainen, että vaikka käyttäjä on tuon sivuston tykännyt lainausmerkeissä tai tэгännyt, niin se tulisi siihen käyttäjän uutisvirtaan näkymään sitten --- (H3)

Organisaation sosiaalisen intranetissä on mahdollisuus myös blogien pitämiseen. Tällä hetkellä koetaan, että blogi-kirjoittaminen ei kuitenkaan ole aktiivista, mutta se on kehittynyt suhteessa sosiaalisen intranetin alkuvaiheeseen.

Blogeihin nähdään kuitenkin liittyvän myös mahdollisuuksia. Blogi voisi olla väylä kertoa ajankohtaisista asioista niin omalle henkilöstölle kuin asiakkaallekin. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo blogien mahdollisuuksista ja arvioi monien kokevan blogien pitämisen ajanhukkana. Lisäksi haastateltava toteaa, että esimerkin täytyisi tulla johdolta, jotta blogeja alettaisiin pitää:

--- kysyttiin, että haluaisiko joku pitää esimerkiksi blogia johdosta, tai vaikka joku asiantuntija jonkun tietyn aiheen, niin tuota, tuntuu olevan sillä tavoin aika vaikeeta, että ei niin kun. Monet pitää semmoisena ajanhukkana ja se kuitenkin voisi olla just se, että siinä paitsi omalle väellä, niin vaikka asiakkaillekin sitten kerrotaan kaikkea ajankohtaista ja muuta, mutta siis se sellainen esimerkki monesti tuntuu, että se pitäisi tulla sieltä ylhäältä jotta se valuu alaspäin. Voihan se mennä toiseenkin suuntaan, mutta niin se vaan tuntuu vielä olevan. (H6)

Yksi sosiaalinen ominaisuus sosiaalisessa intranetissä ovat myös videot. Haastateltavien mukaan niitä ei kuitenkaan voi julkaista kuka tahansa, mutta niitä on pyritty käyttämään yhteisöllisyystarkoituksessa. Videota on hyödynnetty esimerkiksi organisaation uuden sloganin julkaisemisen yhteydessä.

Videoihin koetaan liittyvän myös muita mahdollisuuksia. Tällä hetkellä videoita ei voi julkaista kuka tahansa, mutta haastateltavat arvioivat, että niiden vapauttaminen voisi auttaa tuomaan ”eloa” intranettiin. Esimerkissä haastateltava pohtii sitä mahdollisuutta, jos videoita voisi toteuttaa vapaammin muutkin kuin viestintäosasto:

Voisiko sitä tuottaa sitä sisältöä joku muukin kun viestintä esimerkiksi. Että olisiko semmoinen kanava, jossa voisi rohkeemmin kertoa. Tai sitten julkaista ihan vaikka jotakin teknisiä videoita jotakin tai semmoista. Ite vaan mietin, kun meillä on netissä jotakin tämmösiä ollaan tehty videoita jotka sitten jaetaan vaikka YouTubessa, että niissä on jostakin aiheesta niin tuota. Eihän sen tarvisi olla kuin tuommoisella kännykkäkameralla otettua. Mutta se toisi jotakin vähän sellaista eloa sinne, että paljonhan siellä on nyt tekstiä, kuviakin, mutta tuota, se liikkuva kuva olisi kyllä ihan kiva juttu. (H6)

Aikaisemmin organisaatiossa käytössä olleita vuorovaikutusvälineitä

Näyttäisi siltä, että erilaisia vuorovaikutusvälineitä on ollut olemassa jo ennen nykyistä sosiaalista intranetiä. Organisaatiolla on ollut aiemmin oma sosiaalinen sivusto, joka on toiminut varhaisena sosiaalisena paikkana ennen nykyistä sosiaalista intranetiä. Haastateltavien mukaan aiemmin on ollut mahdollisuus myös anonyymiin keskusteluun. Siirryttäessä koko organisaation kattavaan yhtenäiseen sosiaaliseen intranettiin näistä on kuitenkin luovuttu. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo aiemmissa vuorovaikutusvälineissä olleista keskusteluista ja mahdollisuudesta anonyymiin keskusteluun:

Mitä mä nyt oon niitä nähnyt niitä historiajuttuja, niin kyllä siellä on ollut kuitenkin ehkä enemmän vuorovaikutusta. Siellä on keskusteltu. Siellä on ollut avoimia keskustelufoorumeita ja sun muita ja ollut tämmöistä jopa mahdollisuutta nimettömään keskusteluun. (H3)

Keskustelun ollessa anonyymiä se on koettu olleen sisällöltään ”rohkeampaa”. Esimerkissä haastateltava kertoo, että luettaessa anonyymikeskustelu mukaan, on organisaatiossa ollut sosiaalisuutta jo pitkään:

--- anonyymikeskustelupalsta, niin siellä sitten selkeesti on [keskustelua]. Kyllä siellä sitten tulee rohkeita kommentteja, rohkeeta viestintää --- Sitten kyllä lähtee. Kyllä sitten sosiaalisuutta mun mielestä on käytetty jo pitkään. (H3)

Sosiaalisen intranetin edellyttämät käyttötaidot

Pääpiirteittäin koetaan niin, että se, mikä pätee muualla nettimaailmassa, pätee myös sosiaalisessa intranetissä. Osatessaan käyttää tietokonetta ja internetiä osaa käyttää myös sosiaalista intranetiä. Sosiaalisen intranetin käytön nähdään vaativan nettiselaustaitoja sekä digitaalisia- ja verkkoviestintätaitoja. Lisäksi, mikäli on tottunut käyttämään sosiaalista mediaa, ei sosiaalisen intranetin sosiaalisten ominaisuuksien hyödyntämisessä nähdä suurta hankaluutta. Seuraavat kaksi lainausta kertovat sosiaalisen intranetin edellyttämistä yleisistä käyttötaidoista ja sosiaalisten ominaisuuksien käyttöön liittyvistä taidoista:

Nykyihmiset niin paljon käyttää tietokoneita, että en mä usko, että siellä kukaan sormi suussa, että miten mä etenen tästä. Tai kun se avautuu se intranet sulle tai kun sä avaat sen kotisivun, niin vaikee kuvitella, että joku olisi ihan ymmällään, että mihin mä tästä lähen ja mitä mä etin ja mistä löytys. (H1)

Varmaan aika moni, joka muutenkin käyttää sosiaalista mediaa ja muuta, niin sitä, eihän siinä mitään sellasta hankaluutta mun mielestä ole --- (H6)

Osallistuminen kommentoimalla nähdään edellytettävän taitoa kirjoittaa ”lyhyesti ja ytimekkäästi” (H3). Kommentoinnin yhteydessä on tärkeää osata huomioida myös eettiset näkökohdat. Kommentointi tapahtuu omalla nimellä ja kuvalla, (mikäli kuvan itseltään on omaan profiiliinsa lisännyt). Eli osallistuminen sosiaalisessa intranetissä koetaan vaativan sosiaalisen median käyttöön verrattavissa olevaa taitoa ymmärtää nettimaailmaa ja siihen liittyviä käyttäytymissääntöjä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo näistä sosiaalisessa intranetissä toimimisen peruseriaateista:

Vaatii tietysti sitten jos aattelee tällasta eettistä puolta, niin ihan jotain nettietiketä, kun siellä kaikki mitä kommentoidaan ja kaikki tapahtuu omalla nimellä, niin se että ymmärtää,

että tulee omalla nimellä tehneeksi näitä asioita, niin vaatii tietysti sellastakin peruseriaatteiden hallintaa jollain tasolla ainakin. (H2)

Vaikka sosiaalinen intranet nähdään pääosin helppokäyttöisenä, se saa joiltakin osin myös kritiikkiä. Perustason nettiselaustaidot ja Google-haun käyttökokemus eivät esimerkiksi ole riittävät puhuttaessa sosiaalisen intranetin hakutyökalusta. Koetaan, että haun käyttö vaatii opettelua ja on osattava hyödyntää sen erilaisia ominaisuuksia. Haettaessa tietoa sosiaalisen intranetin alueelta, joka ei ole käyttäjälle entuudestaan tuttu ja jonka sisällöstä käyttäjällä ei ole vielä kokemusta, voi hakeminen osoittautua työlääksi ja aikaa vieväksi. Koetaankin, että haun tehokas hyödyntäminen edellyttää käyttäjältä omien käyttörotiinien muodostumista.

Sosiaalista intranetiä ei myöskään koeta kaikilta osin yhtä käyttäjäystävällisinä kuin esimerkiksi vapaa-ajasta tuttuja sosiaalisen median välineitä, kuten Facebookia ja LinkedIniä. Haastateltavien mukaan organisaation sosiaalisesta intranetistä puuttuu tällä hetkellä Facebookista tutut ilmoitukset. Tämän arvellaan heijastuvan osaltaan käyttökemukseen ja sosiaalisen intranetin hyödyntämiseen vuorovaikutusvälineenä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava vertaa organisaationsa sosiaalisen intranetin käyttäjäystävällisyyttä Facebookin ja LinkedIniin:

Otan nyt esimerkin vaikkapa Facebookista, tai LinkedInissä, jossa näkyy tämmöistä notification aina kun on tullut jotain uutta vaikka viestiä tai näin, niin se on hyvin käyttäjäystävällistä, silmä näkee heti ahaa, siellä on jotain uutta. Meillä ei tuon tyyppisiä ole lainkaan tällä hetkellä. Mistään ei voi tietää, muuta kuin aktiivisesti ite klikkailla ja menemällä, onko tullut uusia kommentteja vaikka tuohon juttuun tai näin. Ei kellään ole tämmöisessä tietotyössä aikaa sellaseen lähtee niitä ettimään. (H2)

5.2.1 Sosiaalisen intranetin käyttöönottoprosessi

Organisaatiossa on otettu sosiaalinen intranet käyttöön kaksi kertaa muutosprosessista johtuen. Ensimmäisellä kerralla muutos koettiin suurempana, sillä opeteltavana oli kokonaan uusi järjestelmä, Microsoft SharePoint. Lisäksi aikaisemmin organisaatiossa oli käytössä useampia pienempiä intranetejä ja nyt siirryttiin yhteen yhteiseen sosiaalisen intranetiin. Pyrkimyksenä oli tällöin koota tieto yhteen paikkaan, johon kaikilla organisaation jäsenillä on käyttöoikeus. Aikaisempiin introihin verrattuna koetaan, että uusi sosiaalinen intranet toi mukanaan myös uudenlaista sosiaalista ulottuvuutta – seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka organisaatiokaavio ja My Site voivat toimia niin sanottuna kohtaamispaikkana:

No on se just se semmonen kulttuuri, että just näkee ihmiset siellä, semmonen kohtaamispaikka voi olla sinänsä, kun sää haet sieltä sen puhelinnumeron ja sä näet heti, miltä se ihminen näyttää. Sä tiit heti, jos se tulee tuolla sua vastaan, että sä oot puhunu sen kanssa. (H5)

Ensimmäiseen käyttöönottokertaan liittyi myös haasteita. Nähtiin, että käyttöönotossa oli teknisiä ongelmia, jotka ovat saattaneet vaikuttaa sosiaalisen intranetin käytön alkuinnostukseen ja sitä myötä myöhempään käyttöön. Seuraava esimerkki kuvailee haasteita seuraavasti:

Mutta siinä oli ne tekniset haasteet ehkä söi siltä sitä semmosta alkuinnostusta. Siihen tuli semmonen joillekin vähän pelko, että mä en halua enkä opetella tuota, että se kuulostaa niin hankalalta. (H4)

Toisella sosiaalisen intranetin käyttöönottokerralla muutos koettiin pienempänä, sillä järjestelmä pysyi teknisesti samana ja sitä oli totuttu jo käyttämään. Erona nähtiin ensimmäiseen käyttöönottokertaan se, että toisella kerralla pyrittiin luomaan myös sosiaalisessa intranetissä omaa identiteettiä ja me-henkeä, kuten seuraava haastateltava havainnollistaa:

--- just se sellainen sosiaalinen osuus ja se semmoinen yhteishengen luominen esimerkiksi tässä tilanteessa kun [kuvailee organisaatiomuutosta] niin tuota se olisi jotenkin se juttu, millä sais semmoista hengen kohotusta ja muuta. (H6)

Toisella sosiaalisen intranetin käyttöönottokerralla pyrittiin luomaan kevyempää ilma-
piiriä sosiaalisen intranettiin etenkin julkaistavien uutisten kohdalla, kuten seuraavasta esimerkistä käy ilmi:

Pykälää ehkä rennompia uutisia tai enemmän tavallisia ihmisiä koskettavia uutisia tai ainakin otsikointi on ehkä vähän semmosta, että ei niin älyttömän kiemuraista otsikointia. Kun [entisessä sosiaalisessa intranetissä] oli ihan käsittämättömiä uutisotsikoita oli, että eihän noita kukaan halua edes lukea. --- Aavistuksen rennompaa otetta. Ehkä semmosta se on tuonut, ehkä. (H3)

Haastateltavien mukaan molemmilla käyttöönotokerroilla uudesta sosiaalisesta intranetistä tiedotettiin useissa eri kanavissa, kuten sähköpostilla, vanhoissa intraneteissa, julistein ja molemmista järjestettiin myös nimikilpailu. Sosiaalisen intranetin tiedotus koetaan kuitenkin hiukan eri tavalla. Joidenkin haastateltavien mukaan tiedotusta oli paljon sekä ensimmäisen että toisen käyttöönoton yhteydessä ja joidenkin mukaan sitä ei juuri esiintynyt toisella käyttöönotokerralla. Joidenkin haastateltavien mukaan editorit saivat kattavammin tietoa sosiaalisen intranetin vaihdoksesta kuin muut käyttäjät. Seuraavat esimerkit havainnollistavat erilaisia käsityksiä tiedotuksesta:

Ne [1. sosiaalinen intranet ja 2. sosiaalinen intranet] oli vähän samantyyppisiä kampanjoita ehkä. Se oli aika massiivinen [1. sosiaalisen intranetin] aikaan, kun muutos oli niin suuri ja päätettiin yhdistää kaikki saman katon alle. Siinä tuli tämmösiä aika paljon teasereita käteen. Sähköpostitse siitä infotiin. Siitä infottiin niissä samoissa introissa, että tämmönen on tulossa silloin ja silloin. Sitten kun se julkastiin. Niin joo siinä oli kaiken maailman julistekampanjat ja kaikki tällasetkin tietysti, aiheeseen kuuluvat. Sitten kun se julkastiin, siellä oli paljon tällasia käyttöönottojuttuja ja näin tämä toimii ja tämmönen tämä konsepti on. Videoita justiin, kun se oli uutta ja varmaan mielenkiintosta käyttäjistä. Aika laajoja kampanjoita: oli nimikilpailut. Iso muutos ja oikeastaan melkein kaikki noi samat pätee myös siihen kun [2. sosiaalinen intranet] tuli – (H2)

Oliko se sitten niin, että kun oli kuitenkin [1. sosiaalisen intranetin nimi] kaikilla ja sit vain yhtäkkiä, ainakin mitä kahvipöydässä puhuttiin, että ”hei nyt siellä lukee [2. sosiaalisen intranetin nimi]”. Se oli varmaan siinä, että ihmiset ”oho, nimi vaihtu”. Ja värimaailma muuttu. Ei sitä mitään isoja megajuttuja infotilaisuuksia pidetty kyllä. (H5)

Haastateltavat kertoivat, että käyttöönottovaiheessa osa sosiaalisista vuorovaikutusvälineistä, erityisesti kommentointikentät, olivat tyhjiä. Nähtiin, ettei ollut soveliaasta käyttää vuorovaikutusvälineitä ennen sosiaalisen intranetin julkaisua. Erään haastateltavan mukaan sosiaalisen intranetin kommentointiominaisuutta alettiin käyttämään vasta kuuden kuukauden jälkeen käyttöönotosta.

Ei, kyllä ne [kommentointikentät] oli tyhjänä silloin, kun se julkastiin. Ei ollut mitään valmiiksi tehtyjä kommentointeja tai näin. --- se olisi myös vähän vaikuttanut sisäsihtoselta, että siellä olisi kommentoitu ristiin ja rastiin toisten tekemisiä. Ei alkuun varmaan ensimmäiseen puoleen vuoteen juurikaan tapahtunut sillä puolella. Se oli niin uutta ja ihmeellistä kaikki kommentointi. (H2)

Haastateltavien mukaan sosiaalisen intranetin käyttöönoton yhteydessä pidettiin koulutuksia. Etenkin editoreille pidettiin koulutuksia ja heitä koulutetaan nykyäänkin otettaessa uusia ominaisuuksia sosiaaliseen intranettiin käyttöön. Haastateltavien mukaan editoreille koulutuksia pidetään aktiivisemmin kuin muille käyttäjille, koska heidän tulee osata käyttää sosiaalista intranetiä laajemmin ja monipuolisemmin. Koulutuksia järjestetään kuitenkin myös muille käyttäjille ja sosiaalisessa intranetissä user guide -opas toimii yhtenä perehdyttämisen muotona.

Sosiaalisen intranetin ei nähdä kuitenkaan olevan teknisestä näkökulmasta ottaen valmis heti käyttöönoton jälkeen. Pikemminkin nähdään, että sosiaalinen intranet on jatkuvassa kehitysprosessissa. Haastateltavien mukaan sosiaaliseen intranettiin otetaan ajan myötä uusia ominaisuuksia ja toiminnallisuuksia. Sosiaalisen intranetin käyttöön näyttäisi liittyvän siis tästä näkökulmasta myös teknisiin ominaisuuksiin liittyviä odotuksia. Esi-merkiksi tällä hetkellä haastateltavien mukaan organisaatio harkitsee laajemmän vuorovaikutuksen mahdollistavan Yammerin käyttöönottoa.

5.2.2 Johdon ja työkavereiden tuki sosiaalisen intranetin käyttöönotossa

Johdon tuki nähdään tärkeänä etenkin sosiaalisen intranetin käyttöönottovaiheessa, mutta myös koko käytön aikana. Etenkin johdon esimerkki nähdään tärkeänä tuen muotona. Lisäksi koetaan, että johdon pitäisi rohkaista siihen, että sosiaalista intranetiä ylipäänsä käytetään, eikä esimerkiksi kirjoitusvirheitä tarvitse pelätä. Haastateltavat kokevat, että johdon esimerkin tulisi näkyä useammin sosiaalisessa intranetissä ja heidän mukaansa olisi hyvä, jos johto voisi kertoa sosiaalisessa intranetissä niin hyvistä kuin huonoistakin asioista. Tällä hetkellä johdon tuki nähdään kehotuksina ja pyyntöinä, mutta esimerkin muodossa ilmenevä johdon tuki nähdään toivottuna. Seuraavat esimerkit havainnollistavat johdon tukea:

Se on ainoa ehkä se My Site, joka siinä oli sitten sellanen, jota kehotettiin henkilöitä päivittämään tietoja sinne. (H4)

Varsinkin sitten johtoportaan ja managementin osallistuminen ne kun alkoi vähänkin kommentoida, niin se rohkasee sitten alaspäin. ”Eiköhän täällä sitten mekin uskalleta, kun kerta mun esimieskin on tuolla kommentoinut.” (H2)

Johdon tuen rinnalla tärkeänä nähdään myös työkavereiden tuki. Koetaan, että mikäli työkaverin mielestä jokin väline on toiminut hyvin, tietoisuus siitä leviää suusta suuhun kollegalta toiselle. Nähdään, että työkavereiden täytyy kokea jokin asia hyödylliseksi ja vasta sen jälkeen sitä aletaan laajalti hyödyntää organisaatiossa. Työkavereilla nähdään siis olevan vaikutusta omaan käyttäytymiseen, kuten seuraavassa esimerkissä kuvailaan:

Sit jos vaikka yks palikka meillä huomaa, tarkoitan palikalla organisaation osaa, palikka huomaa, että tästä on hyötyä sun muuta, niin kyllähän se leviää sitten sosiaalisia väyliä pitkin, että tämmönen on meillä. Sitten toinen osasto ”mekin haluttais tämmöstä”. Aivan varmana. (H3)

5.3 Sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä

5.3.1 Sosiaalisen intranetin viestintätehtävät

Sosiaalisella intranetillä nähdään olevan neljä viestintätehtävää. Ensinnäkin sosiaalista intranetiä pidetään ensisijaisesti tärkeänä tietopankkina. Sieltä etsitään omaan työn te-

kemiseen, työsuhteeseen ja organisaatioon liittyvää tietoa. Nähdään, että sosiaalisen intranetin tarkoitus on kasata kaikki tieto yhteen paikkaan. Haastateltava kertoo, kuinka hän kokee sosiaalisen intranetin tärkeimpänä tehtävänä olevan tiedon jakamisen ja tiedon koostamisen yhteen paikkaan:

Kyllä tällä hetkellä on mun mielestä se tiedon jakaminen. Se ihan se ykköstehtävä. Ja sit se, että se koostaa sen tiedon yhteen paikkaan. (H6)

Lisäksi pyritään siihen, että tiedot löytyvät vain sosiaalisesta intranetistä, eivätkä enää muista järjestelmistä. Pyrkimys on, että ainoastaan sosiaalisessa intranetissä olevaa tietoa päivitetään. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka suurin osa ajantasaisesta tiedosta löytyy vain sosiaalisesta intranetistä:

Kyllä mä nyt sanoisin, että aika suuri osa mejän infosta on tänä päivänä siellä [sosiaalisessa intranetissä], eikä sitä enää ole muualla. Ainakaan sillä tavoin, että sää voisit luottaa, että se on varmasti ajantasalla tai että sää voit tsekata ne päivitykset, milloin ne on tehty, että tämän täytyy olla. (H1)

Tässä nähdään kuitenkin myös haasteita. Samaa tietoa sosiaalisen intranetin sisällä voidaan tallentaa eri paikkoihin. Lisäksi sosiaalisen intranetin rinnalla näyttäisi olevan muitakin viestintävälineitä. Sosiaalisesta intranetistä on esimerkiksi linkityksiä muihin järjestelmiin tai sen rinnalle on tuotu kokonaan uusia sosiaalisia välineitä, joissa on mahdollisuus vuorovaikutukseen, kuten seuraavasta esimerkistä käy ilmi:

Meillä ei sieltä sitten, no onhan sitten sieltä linkityksiä ja muita muihin järjestelmiin joissakin osa-alueissa, joissa voi olla jotain keskustelua tai muuta vuorovaikutusfoorumeja tarjolla. Mutta ne on sitten taas täysin erillisiä kokonaisuuksia siitä intrasta. Ne on vain linkejä ulkosiin järjestelmiin. (H3)

Muut järjestelmät koetaan tärkeäksi myös senkin vuoksi, että niissä saattaa olla tietoa, jota ei sosiaalisessa intranetissä ole. Lisäksi sosiaalinen intranet pyritään pitämään viestintävälineenä, jossa ei ole tarkoitus rajata tietoa. Tämän vuoksi haastateltavat kokevat, että organisaatiossa käytetään toisia sisäisiä järjestelmiä, joissa tietoa voidaan tarvittaessa rajata vain tietyille käyttäjryhmille. Seuraavat esimerkit havainnollistavat muiden järjestelmien käyttöä:

On paljon semmosta informaatiota, mihin rajotetaan pääsyä, niin ne on siellä [toisessa järjestelmässä]. (H5)

Joka osastollahan on toki myös materiaalia, mikä ei ole koko konsernille avointa, niin se puuttuu [sosiaalisesta intranetistä]. (H7)

Toisekseen sosiaalista intranetiä pidetään koko henkilöstön kattavana viestintävälineenä. Sen ei kuitenkaan nähdä välttämättä tavoittavan kaikkia, vaan tietyissä tilanteissa voidaan lisäksi käyttää esimerkiksi sähköpostia tai vaikkapa taukotiloihin asetettavia julisteita. Haastateltavien mukaan sähköpostia käytetään viestintävälineenä myös silloin, kun tieto ei koske koko organisaatiota ja halutaan tavoittaa vain tietty henkilöstöryhmä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka sosiaalisen intranetin ei voi olettaa tavoittavan kaikkia:

Mutta tavallaan me ei voida olettaa, että ne ihmiset on aina se intra siinä nenänsä edessä, niin kyllä meidän täytyy varmistaa sitten sen lisäksi sähköpostijakelulla. Meillä on tietynlaiset ryhmät sitten. Tavallaan sitten kun se tulee ihmisen sähköpostiin, niin kuitenkin herrättää sut, että ”okei, tämä varmaan pitää nyt huomioida”. Mä laitan aina sitten myös sähköpostista linkin intraan, että sen näkee sitten sieltä. (H4)

Sähköpostiviestinnän koetaan kuitenkin vähentyneen organisaatiossa sosiaalisen intranetin myötä ja haastateltavien mukaan organisaatio pyrkii vastuuttamaan henkilöstöä siihen, että he itse etsisivät oman työn kannalta olennaisen ja tärkeän tiedon sosiaalisesta intranetistä.

Kolmannekseen sosiaalisen intranetin yhtenä viestintätehtävänä pidetään myös avoimuuden lisäämistä ja niin sanotun me-hengen kasvattamista. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka esimerkiksi näyttämällä globaalit uutiset kaikille käyttäjille pyritään lisäämään avoimuutta ja kasvattamaan me-henkeä:

Tämmöset globaalit uutiset on kaikille ympäri maailmaa, ei profiloitas sitä jollekin vaan, vaikkapa liiketoimintalinjalle, jolloin kaikki muut jäisi ulkopuolelle siitä. Koitetaan tästä avoimuutta lisätä ja just sitä me-henkeähän tääkin kasvattaa, kun kaikki näkee kaikki samat. (H2)

Neljänneksen sosiaalista intranetiä käytetään haastateltavien mukaan myös ihmisten ja yhteystietojen etsimiseen. Vaikka sosiaalisesta intranetistä haetaankin yhteystietoja, sitä ei pidetä paikkana, jossa varsinaisesti otetaan henkilöön yhteyttä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka hän käyttää sosiaalista intranetiä jotakin tiettyä ihmistä etsiäkseen:

Mä haen ihmisiä täältä [sosiaalisesta intranetistä] kyllä. Päivittäin. Siis koko ajan oikeastaan mä haen täältä ihmisiä ja niitten puhelinnumeroita ja katon, että missä ne on tai mikä niitten kustannuspaikka on tai muuta. Siihen mä käytän, oikeastaan se on tällä hetkellä, niin mä käytän vaan intraa siihen. (H5)

Sosiaalisen intranetin käytön valinnassa nähdään merkityksellisenä viestin sisältö. Sosiaalinen intranet valitaan viestintävälineeksi muun muassa silloin, kun halutaan jakaa videoita tai isoja dokumentteja tai mikäli dokumenttia tulee muidenkin päästä muokkaamaan. Lisäksi viestin kiireellisyydellä nähdään olevan merkitystä – sosiaalista intranetiä käytetään vain, mikäli viestin ei tarvitse tavoittaa reaaliajassa:

Että jos mulla on siinä viestissä vaikkapa videoita tai tällöisiä isompia dokumentteja, mitä on vaikeaa ehkä sähköpostilla tai muita kanavia pitkin lähettää, niin sitten valitsen myös intranetin, että siellä se esitystapa on kuitenkin vähän helpompi. Ja sitten jos tällöinen tiedonmuokkausnäkökulma, että jos tietoo pitää muidenkin päästä muokkaamaan, niin intra on siinä aika äärimmäisen näppärä. Että sanotaan, että joku dokumentti vaikka mitä pitää muidenkin päästä muokkaamaan, niin mä laitan sen mielellään intraan ja sitten vain kerron, mistä se löytyy --- Sitten taas vielä onkohan tämä neljäs pointti, niin on aika. [sosiaalisen intranetin nimi] ei kuitenkaan ole kauhean reaaliaikainen ja mä en voi luottaa siihen, että se tavoittaa nopeasti. (H2)

Mikäli tarvitaan reaaliaikaista viestintävälinettä, organisaatiossa käytetään chat-työkalua. Sitä pidetään nopeana ja tehokkaana viestintävälineenä. Chat-työkalun eduksi koetaan se, että se näyttää, onko tavoitettava henkilö juuri sillä hetkellä paikalla. Chat-työkalua käytetään erityisesti silloin, kun halutaan tavoittaa työkaveri reaaliajassa. Chat-työkalua käytetään muun muassa silloin, jos sosiaalisesta intranetistä ei löydy halua maansa tietoa ja turvaudutaan työkaverin apuun. Myös puhelinta käytetään, mikäli asia vaatii käsittelyä juuri sillä hetkellä.

5.3.2 Sosiaalisen intranetin vuorovaikutustehtävät

Sosiaalisen intranetin vuorovaikutustehtäviä nähdään olevan kolme. Vuorovaikutusominaisuuksien yhtenä tehtävänä pidetään sitä, että ne tehostavat tiedonjakamista. Kysyttäessä jotakin asiaa julkisesti sosiaalisessa intranetissä, eikä vaikkapa sähköpostilla, myös muut organisaation jäsenet pääsevät näkemään saman kysymyksen. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka vuorovaikutusominaisuuksien yksi tärkeä tehtävä on tiedon jakaminen ja julkiseksi tekeminen:

Tietenkin jakaa tietoa myös. Sehän on ihan se keskeinen tai mihin sillä pyritään. Vanha tapa ajatella on ehkä se, että ihminen kysyy kysymyksen toiselta ihmiseltä sähköpostilla ja se toinen ihminen vastaa sille, sitten huomenna tulee kolmannelta ihmiseltä sama kysymys tälle ihmiselle ja se vastaa taas siihen, niin tämä että me tehdään tämä tieto julkiseksi ja viestit julkiseksi, että ihminen voi vaikka kommentointiketjuun kysyä, että no, mistäs tää ja tää asia löytyykään ja sitten siihen myös julkisesti vastataan, niin kaikilla on mahdollisuus nähdä sama kysymys, mitä ne ehkä 200 muutakin on miettinyt. (H2)

Tämän tehtävän ei toisaalta nähdä vielä täysin toteutuvan organisaatiossa, vaan se on mahdollisuus, jota ei vielä täysin hyödynnetä:

Kyllä siellä olisi paljon mahdollisuuksia, kun ihmiset todennäköisesti kyselee hirveästi tuolla käytävillä normaalisti sosiaalisia käytäviä pitkin asioita, jotka se keskustelu voisi olla siellä intrassa tai jossain tällaisissa jossain olisiko se sitten tiimisaitti tai joku. Siitä olis sitten se hyöty, että kaikki näkis sen, kaikki saisi sen tiedon sitä kautta. (H3)

Toisena sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuudet pyrkivät haastateltavien mukaan myös lisäämään osallistumista ja sisällöntuotantoa. Niihin liittyy pyrkimys vapaammasta ja vähemmän keskitetystä viestimisestä. Esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka nykyinen intranet on aiempiin intraneteihin verrattuna lisännyt osallistumista ja vähentänyt byrokratiaa, vaikkakaan ei vielä suuressa määrin:

Mutta sitten myös tämmönen kommentointi aiempiin introihin verrattuna onhan se lisännyt toivon mukaan semmosta osallistumista enemmän ja sitä sisällöntuotantoa, että kuka vaan työntekijä voi olla sisällöntuottaja tavallaan. Voidaan oikeasti osallistua ja kommentoida ja heittää omia ajatuksia ilman, että se tarvii mennä mitään virallista kanavaa, byrokraattista kanavaa pitkin, että se lähetetään jollekin viestinnän ihmiselle ja se sit julkasee sen. Kaikki voi halutessaan tarttua näppäimistöön ja kirjoittaa omat ajatuksensa jonkun viestin perään vaikkapa. On se tommosta vuorovaikutusta lisännyt, läpinäkyvyyttä ja avoimuutta lisännyt. Ei vielä niin suuressa määrin --- (H2)

Kolmanneksi vuorovaikutusominaisuuksien tarkoituksena nähdään olevan myös se, että se auttaa tekemään henkilöstöä toisilleen tutummaksi. Esimerkiksi My Siten ja organisaatiokaavion avulla voi katsoa, mitä muut tekevät ja hahmottaa paremmin myös koko organisaation tilannetta, kuten seuraava esimerkki ilmentää:

Mutta ehkä enemmänkin tällä hetkellä se vuorovaikutus on se, että sä löydät ne kaverit sieltä just ehkä tällä haulalla, että löydät niitä asioita plus sitten että sä tiedät, mitä muut tekee. Sekin on ihan tärkeää, että sä ymmärrät, kun iso organisaatio, että mitä ne muualla tekee, niin sit sä pysyt ehkä kartalla paremmin, että missä firma menee ja mitä muut tekee projekteja. Kun ollaan riippuvaisia kuitenkin toisen tekemisistä, niin se auttaa siihen. (H7)

Koetaan kuitenkin, että sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuudet eivät ole vielä tuoneet paljoa lisäarvoa. Haastateltavien mukaan vuorovaikutusominaisuudet eivät ole vielä tarpeeksi kehittyneitä, jotta ne olisivat muuttaneet tapaa olla yhteydessä kollegoihin, vaan koetaan, että ne ovat pikemminkin tuoneet rinnalle yhden tavan lisää:

Ei se oo merkittävästi muuttanut tosiaan mun tapaa olla yhteydessä työkavereihin. Se on tuonut yhden uuden tavan olla yhteydessä heihin, siihen rinnalle. Mutta koska se tapa on vielä aika jalostumaton, niin se ei ole kauhean laajassa käytössä, eikä sen mun mielestä itselleni hirveästi lisäarvoa ole vielä tuonut. (H2)

Koetaankin, että vuorovaikutusominaisuuksien on tuotava tunne lisäarvosta ennen kuin ne voivat todella muuttaa työntekijöiden tapaa olla yhteydessä toistensa kanssa. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka vuorovaikutusominaisuudet täytyy kokea tehokkaammaksi tavaksi tehdä töitä, jotta niitä alettaisiin käyttää laajemmin:

--- niin sen pitää tietysti jollain tavalla tehostaa sitä toimintaa ja sen pitää jollain tavalla tuoda lisäarvoa sille käyttäjälle. Eli siis, sen pitää olla nopeampi, tehokkaampi tapa vaihtaa viestiä tai pitää yhteyttä kollegoihin, niin tollainen on ihan ensisijainen siinä, että pitää jollain tavalla pystyä osoittamaan, että tämä on oikeasti tehokkaampi tapa tehdä töitä. (H8)

5.3.3 Sosiaalisen intranetin tehtävät ja organisaatiokulttuuri

Organisaatiokulttuurilla nähdään olevan merkitystä sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävien toteuttamisessa. Yhdellä yhteisellä sosiaalisella intranetillä pyritään siihen, että tieto on läpinäkyvää ja kaikki työyhteisön jäsenet pääsevät kaikkeen tietoon käsiksi. Näyttäisi siltä, että organisaatiossa halutaan luoda yhteistä identiteettiä ja rakentaa yhteishenkeä myös sosiaalisessa intranetissä.

Otettaessa käyttöön ensimmäinen versio nykyisestä sosiaalisesta intranetistä haastateltavien mukaan avautui sosiaalisempi ja avoimempi kulttuuri. Kulttuurin ei nähdä vielä olevan vuorovaikutteista tai vapaa-ajan sosiaaliseen mediaan verrattavissa olevaa, mutta avoimuutta sen koetaan kuitenkin tuoneen. Esimerkissä haastateltava kertoo tästä kulttuurin rakentumisesta, kun ensimmäinen versio sosiaalisesta intranetistä otettiin käyttöön:

Selkeästi avautu semmonen sosiaalisempi ja avoimempi kulttuuri ja lähettiin ajamaan sitä. Eikä se ole ehkä vieläkään niin, mutta ollaan me pykälän lähempänä sitä. Vielä se interaktiivisuus puuttuu siitä. Avoimempaa on, mutta just se semmonen, mitä sosiaalisella medialla ehkä ymmärretään, niin se tästä ehkä vielä puuttuu vielä. Se on ehkä se next steppi siten jossain vaiheessa. (H5)

Sosiaalisen intranetin rinnalla kuitenkin sallitaan käytettävän myös muita sisäisen viestinnän välineitä, joissa tietoa voidaan rajata. Lisäksi koetaan, että organisaatiossa esiintyy myös sellaista ajattelua, joka saattaa hidastaa avoimen organisaatiokulttuurin kehittymistä sosiaalisessa intranetissä, kuten seuraava esimerkki havainnollistaa:

Vielä tuntuu monesti, että täällä on vähän sellainen ”tieto on valtaa” -mentaliteetti joillakin ihmisillä--- (H6)

Organisaatio nähdään konservatiivisena ja hierarkkisena, eikä sosiaalisuuteen ole totuttu. Tästä syystä nähdään osittain, että vasta uusi sukupolvi pystyy käyttämään sosiaalista intranetiä siten, kuten sitä on ajateltu käytettävän ja millaiset sen odotukset on käytön suhteen:

---henkilöstö ei näistä perinteistä johtuen ilmeisesti kuitenkaan niin koe tehtäväkseen tai oikeudekseen tai velvollisuudekseen tai mahdollisuudekseen ottaa sitten osaa siihen kommentoimalla, vastaamalla, antamalla palautetta tai jollain muulla tavalla reagoimalla. Että tämä on tämmöinen roolituskysymys, jota meidän tulee pyrkiä sitä muuttamaan ja parantamaan mutta mä näkisin, että tällä lailla suunnitelluilla toimenpiteillä, niin me voidaan tehdä sille asialle vaan joku tietty määrä, että siinä tarvitaan aikaa ja siinä tarvitaan, vois vähän kärjistetysti sanoa, että siinä tarvitaan sukupolven muutos. Että sit kun tämä sosiaaliseen mediaan kasvanut ikäpolvi alkaa vielä nykyistä enemmän muodostamaan yhä, ja nykyistä suuremman osan meidän henkilöstöstä, niin silloin muodostuu myös sitä semmoista mindsettiä ja valmiutta. (H8)

Lisäksi koetaan, ettei sosiaalinen intranet ole samanlainen kuin vapaa-ajan sosiaalinen media. Koetaan, että sosiaalinen intranet on nostettu jollain tavalla jalustalle. Ei nähdä, että jokainen voisi olla sisällöntuottaja omalla tavallaan:

--- sitä halutaan käyttää ja kohdella semmoisena tärkeänä ja korkea-arvoisena foorumina, että siellä julkaistava tieto tulee olla viimeisteltyä ja hienoa, ja se sitten helposti tekee sitä karhunpalvelusta, että se joittenkin henkilöstöjäsenten osalta, niin voi tuntua silloin liian tärkeältä, liian hienolta, että sieltä todellakin mielellään voidaan käydä lukemassa, mutta sit karsastetaan sitä, että sinne itse tuottais jotain sisältöä. Se tuntuu olevan vähän meidän työyhteisössä sellainen paikka, että ei sinne kirjoiteta niin kuin jonnekin Facebook-sivuille, että kun siinä kuitenkin omalla nimellä pitää jättää se kommentti niin se tuntuu olevan vähän sellaista aristelua ehkä vielä sen kanssa. (H8)

5.4 Sosiaalisen intranetin tulevaisuusodotukset

Sosiaaliseen intranetin käyttöön näyttäisi liittyvän odotuksia ja toiveita organisaatiossa. Toivotaan, että se toisi tehokkuutta työntekoon muun muassa siten, että tieto olisi mahdollisimman helposti löydettävissä. Tämän hetkistä sosiaalista intranetiä toivotaan kehitettävän siten, että sieltä ei löytyisi turhaa tietoa, eikä samaa tietoa olisi useassa eri paikassa. Sosiaalisen intranetin eri osastojen sivuja toivotaan yhtenäistettävän. Lisäksi haku-toiminnon kehittäminen nähdään tärkeänä.

Sosiaaliseen intranetiin toivotaan enemmän vuorovaikutusmahdollisuuksia. Nähdään, että se voisi olla paikka, jossa tehdä enemmän töitä yhdessä työkavereiden kanssa kuin tällä hetkellä, eikä se olisi aika- tai paikkasidonnaista. Haastateltavien mukaan tiimisivustot ovat sosiaalisen intranetin ominaisuus, jossa voi olla vuorovaikutuksessa

oman tiimin kanssa ja siellä voi tarvittaessa rajata sisältöä oman tiimin kesken. Ne ovat organisaatiossa vielä pilottivaiheessa, eivätkä siis kaikkien käytössä. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, mitä tiimisivustojen on tarkoitus mahdollistaa tulevaisuudessa:

Me saadaan sinne [sosiaaliseen intranettiin] ne samat ihmisten nappulat, ne vihreät pallerot ja ne, kun ne on aika linkattu keskenään, niin se toimii hirveen hyvin sitten, että sä löydät ne samat ihmiset, ihmisten tekemät dokumentit ja kaikki. Niin sitten tulee enemmän semmoista yhteisöllisyyttä, että kun se hakee mua vaikka intrasta, siitä hakudialogista sä näet mun tekemät dokumentit, jos sulla on niihin oikeudet. Kaikissa näissä järjestelmissä, niin se helpottaa sitten sitä, että sä lähetit mulle projektisuunnitelman, missä se onkaan, ai se olikin tuolla, mä nään sen saman tien tuota kautta. Se tulee olemaan semmoinen iso asia, kun nähään se pikkujalka, että saadaan sitä enemmän yhtenäiseksi. (H7)

Tiimisivustoilla osallistuminen koetaan helpommaksi ja kynnys matalammaksi kuin koko organisaation kattavilla sivustoilla. Tiimisivustoilla käyttäjä tietää, ketkä pääsevät lukemaan hänen viestinsä. Haastateltavat arvelevat, että niillä voi myös esiintyä enemmän vuorovaikutusta. Seuraavassa esimerkissä haastateltava kertoo, kuinka tiimisivustolla on helpompaa olla vuorovaikutuksessa keskustelunomaisesti:

Kyllä se kuitenkin on, sanotaan näin, että siinä on matalampi kynnys tavallaan, jos sää olet tiimisaitilla ja sää tiedät tasan tarkkaan, ketä siihen kuuluu, ketkä näkee, niin sää tavallaan uskallat sitten vähän revitellä tai vastata silleen ei niin virallisesti. Siitä tulee enemmän selänen keskustelunomaisesti. (H4)

Vuorovaikutusmahdollisuuksien kartuttamisen lisäksi sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksien odotetaan tuovan tehokkuutta työntekoon sen vuoksi, että tieto olisi nopeasti saatavilla ja se olisi ajantasaista. Koetaan, että sosiaalisessa intranetissä voisi ratkaista ongelmia kollektiivisesti, kuten seuraavassa esimerkissä kuvataan:

--mää nyt puhun futuurissa, se olis kiva just, että jos sulla on joku kehitysidea tai joku ongelma, jonka sää sitten toivoisit, että se ratkastais, niin sitten sen näkeekin muutkin. Jos joku on miettinyt sitä ihan samaa, niin se olis sen [sosiaalisen intranetin] valttikortti. (H4)

Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusmahdollisuuksien odotetaan mahdollistavan tiedon kulkemisen organisaatiossa joka suunnassa – niin ylhäältä alas kuin alhaalta ylös ja vaakasuunnassa. Seuraavat esimerkit havainnollistavat tiedonkulkuun liittyviä odotuksia:

Siellä [sosiaalisessa intranetissä] vois olla vaikka sellaiset, että ihan oikeasti johdolle olisi jotakin asiaa tai muuta, niin tai jollekin ryhmälle, niin et siellä olisi joku semmoinen, että sä tiedät, että joku seuraa jotakin palstaa tai sivustoa, että jos sulla on joku kehitysehdotus tai kommentti tai joku muu, niin sieltä löytyis se paikka. (H6)

--- jos sitä [tietoa] tuottais suuri joukko ihmisiä vapaamuotoisesti ilman mitään filteröintiä ja skreenausta ja tarkkoja ohjeistuksia, että se olisi semmoinen vapaamuotoinen sanotaan tällöinen paljolti vaakasuuntainen tiedon jakaminen. (H8)

Sosiaalisen intranetin kehitys koetaan positiivisena ja organisaatio haluaa kehittää sitä koko ajan. Tällä hetkellä sosiaalisen intranetin kehittäjät organisaatiossa ovat tietoisia siitä, mitä nykyiset vuorovaikutusvälineet mahdollistavat ja mitä uusia vuorovaikutusominaisuuksia sosiaalisen intranetiin olisi hyödyllistä tuoda. Organisaatiossa halutaan pysyä teknologian kehityksen mukana:

Ja nimenomaan jakamaan tietoa, kommentoimaan, heittämään ideoita, olemaan monella tapaa vuorovaikutuksessa niin kuin moderniin tietotyöhön kuuluu. (H2)

Lisäksi näyttäisi siltä, että organisaatiossa ollaan kiinnostuneita siitä, missä vaiheessa muut organisaatiot ovat sosiaalisen intranetin käyttämisessä ja miten he ovat ottaneet sen käyttöön.

Sosiaalinen intranet nähdään tulevaisuudessa vuorovaikutusympäristönä, jossa tehdään töitä ja kenellä tahansa työyhteisön jäsenellä olisi mahdollisuus toimia sosiaalisen intranetin kuluttajana ja osittain myös tuottajana:

Kyllä se menee siihen digitaaliseen työpöydän käsitteeseen enemmän, että intra ei tosiaan vain olis paikka, missä luetaan uutisia ja ehkä kommentoidaankin niitä, vaan siellä tehtäis töitä enemmän. Sinne tulis työtiloja, digitaalisia työtiloja, jossa jaetaan dokkareita, voidaan kommentoida toisten juttuja, voi hyvinkin pienet ryhmät muodostaa omia suljettuja ympäristöjä, joissa on vaikka liikesalaisuuksia, mitä ei voi muille paljastaa ja näin. Että se olis tosiaan paljon enemmän vuorovaikutteinen, mitä perinteisesti intranetillä ymmärretään. (H2)

6 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

6.1 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tavoite edellytti hyödyntämään laadullisia menetelmiä aineiston kokoamisessa ja tarkastelussa ja sen vuoksi tutkimus arvioidaan laadullisen tutkimuksen arviointitapaa noudattaen. On paljon keskustelua siitä, miten laadullista tutkimusta tulisi arvioida ja millaisia käsitteitä tulisi käyttää, mutta tärkeintä on kuitenkin käsitteiden sisältö (Eskola & Suoranta 1998, 211). Tässä tutkimuksessa hyödynnetään Eskolan ja Suorannan (1998, 210–232) laadullisen aineiston arviointitapaa luotettavuuskriteeristöön perustuen. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan oman subjektiviteetin myöntäminen on luotettavuuden arvioinnissa ja koko tutkimusprosessissa tärkeintä. Tutkija itse on tutkimusväline ja sen vuoksi tutkimuksen luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia. Tutkimuksen arvioinnissa hyödynnetään seuraavia käsitteitä: *luotettavuus*, *uskottavuus*, *siirrettävyys* ja *vahvistuvuus* (Eskola & Suoranta 1998).

Tutkimuksen *luotettavuutta* arvioidaan tässä tutkimuksessa koko tutkimusprosessin kautta tutkimusasetelmasta johtopäätöksiin saakka. Sosiaalisen intranetin käytöstä puheviestinnän tieteenalalla ei ole merkittävästi tutkimustietoa ja sen vuoksi tutkimusongelman tutkiminen oli perusteltua. Aineisto kerättiin yhden organisaation asiantuntijatyötä tekevien keskuudesta ja sen mielekkyyttä voidaankin pohtia. Mikäli aineisto olisi kattanut usean eri organisaation asiantuntijoiden käsityksiä ja kokemuksia, olisi sosiaalisen intranetin käytöstä organisaation vuorovaikutusympäristönä saatu mahdollisesti laajempi käsitys. Toisaalta yhden organisaation asiantuntijoiden käsitysten ja kokemusten tutkiminen mahdollisti syvemmän ymmärryksen esimerkiksi organisaatiokulttuurista, joka nähtiin merkityksellisenä sosiaalisen intranetin käytössä organisaation vuorovaikutusympäristönä.

Aineisto olisi kuitenkin voinut olla rikkaampi, mikäli asiantuntijat olisivat edustaneet laajemmin koko organisaatiota niin, että asiantuntijoita olisi haastatettu useammista eri yksiköistä, osastoista ja maista. Lisäksi sosiaalisen intranetin käytöstä vuorovaikutusympäristönä olisi saatu mahdollisesti syvempi ymmärrys, mikäli tutkittavien jou-

kossa olisi ollut enemmän myös sellaisia käyttäjiä, jotka eivät ole itse olleet joko kehittämissä sosiaalista intranetiä tai tuottamassa sinne esimerkiksi uutissisältöä.

Voidaan myös arvioida sitä, oliko tutkimuskohde sopiva tähän tutkimukseen. Tutkittavassa organisaatiossa intranetin sosiaaliset ominaisuudet olivat vielä kehitysvaiheessa, eivätkä ne välttämättä mahdollistaneet sen käyttöä vuorovaikutusympäristönä kovinkaan laajasti.

Aineiston keruun luotettavuutta voidaan myös arvioida. Tutkijoiden oma kokemus tutkimushaastatteluiden tekemisestä oli vähäinen, eivätkä haastattelutekniikat olleet täysin tuttuja. Haastattelurunko oli kuitenkin tarkkaan mietitty ja kysymykset pyrittiin esittämään haastattelurungossa esitetyssä muodossa. Tilanteessa muodostuneet spontaanit lisäkysymykset saattoivat kuitenkin olla luonteeltaan enemmän johdattelevia.

Haastattelutilanteiden yhdenmukaisuuden saavuttamiseksi tutkijat toteuttivat yhden haastatteluista yhdessä. Ajatuksena oli saada tuntumaa siihen, millä tavoin kumpainkin tutkija toimii haastattelutilanteessa. Näin tämän haastattelun jälkeen oli helpompaa myös keskustella asiasta ja sopia, kuinka loput, yksin tehtävät haastattelut toteutettaisiin. Tällä pyrittiin yhdenmukaistamaan aineistonkeruuta.

Haastattelutilanteen alussa haastateltaville kerrottiin lyhyesti, mitä tutkimus koskee ja määriteltiin lyhyesti sosiaalinen intranet. Tutkijat eivät kuitenkaan sopineet yhteistä muotoa sille, miten nämä asiat ilmaistaan tutkittaville. Voidaan arvioida, olivatko haastattelut yhdenmukaisia, mikäli ydinkäsite määriteltiin haastateltaville hieman eri sanoin. Tutkijat kuitenkin sopivat, ettei tutkittaville kerrota liikaa tutkimuksesta ennen haastattelua, ettei se vaikuta tutkittavan vastauksiin. Tutkimuskohteeseen eli organisaation sosiaaliseen intranettiin tutustuttiin ennen aineistonkeruuta, jotta aineiston tulkinnessa saavutettaisiin parempi ymmärrys siitä, mistä haastateltavat puhuvat.

Uskottavuudella tarkoitetaan tutkimuksen arvioinnin näkökulmasta sitä, vastaavatko aineistosta tehdyt tulkinnot tutkittavien käsityksiä. Tässä tutkimuksessa haastateltavien sanomisia tarkasteltiin niiden asiayhteyksissä ja laajempina kokonaisuuksina, eikä yksittäisinä lausumina. Lisäksi aineistosta jätettiin pois ainoastaan sellaiset kohdat, jotka eivät käsitelleet tutkimuskysymysten kannalta oleellisia asioita. Aineiston käsittelyssä ja analyysissä pyrittiin systemaattisuuteen ja koodaus tapahtui hienojakoisesti. Näin ollen

tutkimustulokset eivät ole sattumanvaraisia, vaikkakin tutkijoiden subjektiviteettien hyväksyminen erityisesti aineiston tulkitsemisessa on myönnettävä.

Tässä tutkimuksessa hyödynnettiin tutkijatriangulaatiota, jonka voidaan ajatella osittain lisäävän tutkimuksen uskottavuutta. Tutkijatriangulaatio lisää tutkimuksen uskottavuutta sen vuoksi, koska kaksi tutkijaa tulkitsee saman aineiston tutkittavien käsityksiä ja heidän on päästävä yhteisymmärrykseen tulkinnoista ja johtopäätöksistä. (Eskola & Suoranta 1998, 69.) Lisäksi aineiston käsittely ja analyysin kulku on kuvattu lukijalle selkeästi vaihe vaiheelta, mikä lisää tutkimuksen uskottavuutta. Tuloksissa esiteltiin lainauksia, jotta lukija pystyy itse todentamaan ja arvioimaan tulosten pätevyyden. Lisäksi haastateltavien lainauksien yhteydessä esitettiin haastateltavia kuvaavat koodit (H1, H2 jne.), jotta lukija voi todentaa, että aineistoa on analysoitu kaikkien haastateltavien näkökulmasta.

Siirrettävyydellä puolestaan tarkoitetaan sitä, kuinka yleistettävä tutkimuksen tulokset ovat. Laadullisen tutkimuksen yhteydessä on kuitenkin parempi puhua mahdollisesta tulosten yleistettävyydestä (Eskola ja Suoranta 1998, 211–212). Tämän tutkimuksen tutkimustuloksia ei voida yleistää niin, että tulokset olisivat sellaisenaan siirrettävissä muihin organisaatioihin. Ne voivat olla kuitenkin hyödyksi organisaatioille, jotka ovat sosiaalisen intranetin kehityksen alkuvaiheessa, joiden organisaatiokulttuuri on hierarkkinen tai jotka ovat suuria kansainvälisiä organisaatioita. Tutkimuksesta voi olla hyötyä myös sellaisille organisaatioille, jotka miettivät sosiaalisen intranetin käyttöönottoa ja sen suhteuttamisesta muuhun viestintäteknologiaan, tai organisaatioille, jotka pohtivat oman organisaationsa kulttuurista valmiutta sosiaalisen intranetin ominaisuuksien hyödyntämiseen. Aineisto koostui yksittäisten asiantuntijoiden käsityksistä ja kokemuksista sosiaalisen intranetin käytöstä yhdessä organisaatiossa. Näin ollen ei voida väittää, että tuloksia voisi yleistää koskemaan kaikkia organisaatioita, joissa käytetään sosiaalista intranetiä.

Tutkimuksen arvioinnissa *vahvistuvuuden* näkökulmasta arvioidaan sitä, saako tutkimustulokset tukea muista samaa ilmiötä tutkineista tutkimuksista. Sosiaalisen intranetin tutkimusta puheviestinnän tieteenalalla on vähän ja sen vuoksi on vaikea arvioida tutkimuksen tulosten vahvistuvuutta. Tutkimuksen johtopäätöksiä pyrittiin kuitenkin linkittämään aikaisempaan tutkimukseen sosiaalisesta intranetistä informaatiotieteiden

tieteenalalta, viestintäteknologian käyttöönottamisesta ja käyttämisestä sekä sosiaalisen median tutkimuksesta työelämässä.

Tutkimustulokset näyttäisivät saavan vahvistusta edellä esitettyjen ilmiöiden tutkimuskentässä. Etenkin johdon tuen merkityksen havaitseminen myös sosiaalisen intranetin käytössä ja käyttöönotossa sekä erilaiset käyttäjätyypit ja sosiaalisesta intranetistä saatavan hyödyn ilmentäminen organisaation jäsenille saivat tukea muista tutkimuksista. Aineiston tarkastelussa havaittiin myös se, että sosiaaliseen intranettiin liittyy paljon odotuksia ja toiveita. Samankaltaisia ominaispiirteitä, jotka tutkittavien mukaan heidän organisaatiossaan olivat vielä sosiaalisen intranetin odotuksia, on havaittavissa tutkimuskirjallisuudessa, jotka käsittelevät sitä, mitä sosiaalinen intranet voi mahdollistaa organisaation sisäisessä viestinnässä. Aineistoa pyrittiin kuitenkin tarkastelemaan aineistolähtöisesti siten, etteivät löydökset nojaa vain täysin aiempaan tutkimukseen.

6.2 Eettisten ratkaisujen arviointi

Eettisiä ratkaisuja tulisi pohtia koko tutkimusprosessin ajan ja niiden tarkastelu liittyy myös tutkimuksen arviointiin. Ihmistieteissä tärkeimmät eettiset kysymykset liittyvät informointiin perustuvaan suostumukseen, luottamuksellisuuteen, seurauksiin ja yksityisyyteen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 20.) Eskola ja Suoranta (1998, 52) puolestaan jakavat eettiset ratkaisut tiedon hankintaan ja tiedon käyttöön. Tämän tutkimuksen kannalta on oleellisinta tarkastella tiedon hankinnan näkökulmasta tutkimuslupaan, suostumukseen ja aineistonkeruuseen liittyviä eettisiä ratkaisuja. Tiedon käytön näkökulmasta arvioidaan aineiston käsittelyyn ja analysointiin, säilytykseen ja raportointiin liittyviä eettisiä valintoja.

Tutkittavaa organisaatiota lähestyttiin sähköpostilla ja tiedusteltiin heidän kiinnostustaan osallistua tutkimukseen. Organisaatio oli kiinnostunut tutkimuksesta ja sieltä löytyi yhteyshenkilö, jonka suostumuksella saatiin haastatella organisaation asiantuntijatyötä tekeviä. Yhteyshenkilö hankki tutkittavien yhteystiedot. Tutkittaville lähetettiin haastattelupyyntö, jossa kerrottiin lyhyesti tutkimuksen tarkoitus, mitä tutkimus edellyttää tutkittavalta, eettiset periaatteet muun muassa tutkittavien henkilöllisyyden salassapidosta ja aineiston säilytyksestä sekä tutkijoiden yhteystiedot. Tällä tavoin tutkittavat itse pystyivät päättämään, haluavatko he olla mukana tutkimuksessa. Haastattelupyynnössä

mainittiin myös se, että tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista ja sen voi keskeyttää missä vaiheessa tahansa.

Haastatteluiden alussa haastateltaville kerrottiin vielä lyhyesti, mitä tutkimus koskee. Tutkimuksesta ei kuitenkaan haluttu antaa liikaa tietoa, ettei se vaikuttaisi tutkittavien vastauksiin. Haastateltavilla oli kuitenkin mahdollisuus haastattelun jälkeen kysyä lisäkysymyksiä esimerkiksi tutkimusaiheesta tarkemmin. Lisäksi nauhoituslupaa kysyttiin erikseen. Tässä vaiheessa kerrattiin vielä haastateltaville se, ettei heitä voi tunnistaa tutkimuksesta, eikä organisaation nimeä mainita tutkimuksessa.

Aineiston käsittelyyn ja analysointiin liittyvät eettiset ratkaisut liittyivät siihen, että tutkittavien sanomisia käsiteltiin laajemmassa asiayhteydessä. Tutkittaville lähetetyssä haastattelupyynnössä mainittiin myös se, ettei aineistoa käsittele muut kuin tutkijat itse ja tarvittaessa myös heidän ohjaajansa. Tätä periaatetta myös noudatettiin koko tutkimusprosessin ajan. Lisäksi aineiston käsittely- ja analyysivaiheessa noudatettiin luottamuksellisia eettisiä periaatteita, eikä aineistossa mainittu esimerkiksi tutkittavien nimiä.

Aineiston säilyttäminen nähdään myös tärkeänä eettisenä pohdintana. Aineiston luottamuksellisesta säilyttämisestä mainittiin myös tutkittaville lähetetyssä haastattelupyynnössä. Aineistoa säilytettiin tutkijoiden salasanalla varustetuilla tietokoneilla ja tutkimusprosessin jälkeen aineisto hävitettiin.

Tutkimuksen raportointiin liittyvät eettiset periaatteet liittyivät erityisesti tutkittavien anonymiteetin säilyttämiseen. Tutkittavat kuvailtiin raportissa lukijalle tarvittavin tiedoin, mutta kuitenkin siten, ettei tutkittavia voi tunnistaa kuvailusta. Haastatteluista poimitut lainaukset tulosten esittelyn yhteydessä muokattiin siten, ettei niistä voi tunnistaa haastateltavaa. Lainauksista hävytettiin joitakin murre sanoja ja organisaation nimi ja muut tunnistetiedot poistettiin. Lisäksi kohdeorganisaatio pyrittiin kuvaamaan siten, ettei sitä pystytä tunnistamaan.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Tutkimuskysymykset olivat seuraavat: 1) Millaisia käsityksiä ja kokemuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin käytöstä organisaatiossaan? 2) Millaisia käsityksiä ja kokemuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin käyttöönotosta organisaatiossaan? 3) Mikä on sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä organisaatiossa? 4) Millaisia odotuksia asiantuntijatyötä tekevillä on sosiaalisen intranetin tulevaisuudesta organisaatiossaan? Tässä luvussa esitellään kootusti keskeisimmät tutkimuksen tulokset sekä pohditaan jatkotutkimushaasteita.

7.1 Sosiaalisen intranetin käyttö organisaatiossa

Tutkimuksen perusteella organisaation sosiaalisen intranetin käyttöön liittyy erilaisia rooleja. On rooleja, joissa sosiaalisen intranetin sisällöntuotantomahdollisuudet ovat suuremmat, eli tällaisella henkilöllä on niin sanotut editointioikeudet. Editointioikeudet liittyvät henkilön työtehtäviin, eli joidenkin työhön kuuluu tuottaa sisältöä sosiaaliseen intranetiin. Tällaisia henkilöitä kutsutaan editoreiksi. Tämä tutkimus antaa viitteitä siitä, että editorit ovat muita käyttäjiä paremmin tietoisia sosiaalisen intranetin ominaisuuksista, ja editoreita myös koulutetaan enemmän.

Kaikilla käyttäjillä on kuitenkin oma profiili ja mahdollisuus osallistua vuorovaikutukseen sosiaalisessa intranetissä esimerkiksi uutisten kommentoinnin kautta. Tällaiseen vuorovaikutukseen osallistumisessa koetaan arkuutta ja eroja on myös siinä, kuinka paljon eri maissa työskentelevät osallistuvat vuorovaikutukseen sosiaalisessa intranetissä. Myös oman profiilin täyttämässä on vaihtelevuutta. Toisaalta sen hyötyä ei nähdä ja toisaalta siihen nähdään liittyvän potentiaalia, ja toisten profiilien katsominen koetaan kiinnostavaksi.

Aiemmin sosiaalisen intranetin käyttäjätyyppiä on jaettu kahteen erilaiseen rooliin: kontribuuttoreihin ja vastahakoiisiin käyttäjiin (Lüders 2013). Tässäkin tutkimuksessa on nähtävissä eroja siinä, kuinka sosiaalinen intranet koetaan ja kuinka hyödyllisenä sen

vuorovaikutusominaisuuksien käyttö nähdään. Tämän tutkimuksen aineiston perusteella ei voida tehdä laajoja johtopäätöksiä tutkimuksen kohdeorganisaatiosta siinä suhteessa, missä määrin käyttäjät jakautuisivat kontribuuttoreihin ja vastahakoisiin käyttäjiin.

Toisaalta on tehty myös tutkimusta, jossa jako on tehty käyttäjien ja ei-käyttäjien välillä. Tällöin osa käyttäjistä koki positiivisia emootioita viestintäteknologian käyttöön liittyen, kun taas osa ei-käyttäjistä saattoi kokea turhautuneisuutta ja eristäytyneisyyttä. (Koch, Gonzalez & Leidner 2012, 699.) Tässä tutkimuksessa sosiaalisen intranetin käyttöön ei liitetty vastaavan kaltaisia tuntemuksia. Erilaisia tapoja käyttää sosiaalista intranetiä ja erilaisia tapoja nähdä hyötyä sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksissa kuitenkin on. Myös jako käyttäjiin ja ei-käyttäjiin (Koch, Gonzalez & Leidner 2012) on siinä suhteessa mielekäs, että kaikki eivät osallistu vuorovaikutukseen sosiaalisessa intranetissä. Sosiaalista intranetiä käytetään kuitenkin myös muulla tavoin, eli puhtaasti ei-käyttäjiä ei tämän tutkimuksen perusteella tutkimuksen kohdeorganisaatiossa ole.

Vuorovaikutusominaisuuksien käyttöön liittyy pelkoa ja epävarmuutta. Saatetaan kokea, että osallistumiseen liittyy kynnyks, eikä osallistumiseen välttämättä nähty myöskään liittyvän hyötyä. Vuorovaikutusvälineiden käytön vähäisyyttä selitetään erityisesti organisaation kulttuurilla, mutta myös välineiden kehittymättömyydellä. Yleisesti esiintyvä ajatus on, että sosiaalisessa intranetissä tulisi osata sanoa jotakin ”hienoa”. Pelätään, mitä muut mahdollisesti esimerkiksi kommenteista ajattelisivat ja siksi usein osallistuminen jätetään mieluummin kokonaan tekemättä. Toisaalta kynnyksenä nähdään myös osallistumisen näkyvyys koko organisaatiolle. Osallistuminen vielä pilottivaiheessa olevilla tiimisivustoilla koetaan kynnykseltään matalampana kuin osallistuminen tilanteissa, joissa tuhansilla organisaation jäsenillä on mahdollisuus nähdä kommentit. Asiantuntijatyössä tiimityöskentely on käytetty työmuoto (Tynjälä 2003). Tiimisivustoilla kokemus siitä, että osallistumisen kynnyks on matala, saattaa selittyä osittain sillä, että tämän tutkimuksen asiantuntijatyötä tekevien kokemukset tiedon ja osaamisen jakamisesta on jo tuttua tiimeissä.

Kun vuorovaikutusvälineiden käytön vähäisyyttä selitettiin organisaation kulttuurilla, yhtenä pohdinnan kohteena olivat sukupolvien väliset erot. Yhtenä ajatuksena on, että vasta nuorempi sukupolvi kykenee hyödyntämään sosiaalista intranetiä kokonaisvaltaisesti. Tällaista uuteen viestintäteknologiaan liittyvää pohdintaa on esiintynyt myös ai-

emmassa tutkimuksessa (ks. esim. Levy 2007, 129). Lisäksi pohdinnan kohteena olivat ajatukset organisaation hierarkkisuudesta. Sosiaalisen intranetin käyttöön kannustaminen ja johdon tuki koetaan puutteellisina. Johdon tukea ja esimerkkiä kuitenkin kaivataan: ajatellaan, että mikäli johto näyttää esimerkkiä, on helpompaa myös itse osallistua. Johdon tuen merkitys viestintäteknologian käytössä on huomattu jo huomattavasti ennen nykyaikaista internet-pohjaista viestintäteknologiaa (ks. esim. Cooper & Zmud 1990), ja se on todettu merkitykselliseksi myös yhteistyötä korostavissa intraneteissa (Trkman & Trkman 2009).

On myös havaittu, että nykyaikaisen viestintäteknologian tehokas hyödyntäminen organisaatiossa edellyttää yhteistyöhenkistä työkuiltuuria (collaborative work culture). Työntekijöiden on oltava valmiita jakamaan tietoa ja luottamaan toisiinsa. (Schneckenberg 2009, 513.) Lisäksi asiantuntijatyössä tulee kyetä jakamaan omaa osaamistaan, jotta voitaisiin saavuttaa parempia tuloksia (Tynjälä 2003, 91–92). Tämän tutkimuksen perusteella kohdeorganisaatiossa on osaltaan vakiintuneet tavat tehdä töitä ja organisaatiossa esiintyy myös ”tieto on valtaa” -ajattelua. Onkin osoitettu, että työntekijät eivät ole halukkaita jakamaan tietoa ja osaamistaan juuri siitä syystä, koska tiedon ajatellaan olevan valtaa. Tiedon jakaminen ja luominen vaatii aikaa ja panostusta päivittäisten työtehtävien lisäksi, ja työntekijät tulisi saada vakuutettua muuttamaan käyttäytymistään ja omaksumaan tiedon jakamiseen pyrkivän käyttäytymisen. (Razmerita, Kirchner & Sudzina 2009, 1032.)

Myös niin sanotun kriittisen massan saavuttaminen on tärkeää, jotta viestintäteknologiaa alettaisiin käyttää laajasti (Razmerita, Kirchner & Sudzina 2009, 1032). Tässä tutkimuksessa kriittisen massan merkitys on myös havaittavissa. Työkavereiden toimintaa sosiaalisessa intranetissä seurataan ja sosiaalisen intranetin käytöstä saatetaan myös keskustella. Esiintyy ajatus, että mikäli työkaveri hyödyntää sosiaalisen intranetin jotakin ominaisuutta, sitä todennäköisemmin hyödyntää silloin myös itse.

Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksien käytön vähäisyyttä selitetään osaltaan myös ominaisuuksien kehittymättömyydellä. Teknologia onkin yksi sosiaalisen median edellytyksistä (ks. kuvio 1), ja ehkäpä tämä ajatus on verrattavissa myös sosiaaliseen intranettiin. Jotta sosiaalista intranetiä hyödynnettäisiin täysimääräisesti, se edellyttää helppoa ja näppärää teknologiaa. Kohdeorganisaatiossa käytettävää sosiaalista intranetiä ei koeta kaikilta osin yhtä käyttäjäystävällisenä kuin vapaa-ajasta tuttuja sosi-

aalisen median välineitä. Näin koetaan esimerkiksi sosiaalisen intranetin hakutoiminnon ja profiilisivuston kohdalla. Sosiaalisen intranetin ei kuitenkaan katsota vaativan merkittäviä käyttötaitoja, vaan koetaan, että perustason tietokoneen, internetin ja sosiaalisen median käyttötaidot ovat riittävät.

Toisaalta, vaikka vuorovaikutusominaisuuksien käyttöön koetaan liittyvän kynnys tai niiden käyttämistä ei välttämättä koeta hyödyllisenä, niin samaan aikaan vuorovaikutusominaisuuksissa nähdään olevan potentiaalia ja niiden käyttöön liittyy myönteisiä odotuksia. Sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksissa nähdään potentiaalia erityisesti tiedon jakamisessa ja julkiseksi tekemisessä. Aiemmin itsekseen mietityt tai henkilökohtaisesti kysytyt asiat olisi periaatteessa mahdollista kysyä sosiaalisessa intranetissä, ja tehdä tiedosta siten näkyvää kaikille. Koetaan myös, että sosiaalisella intranetillä voisi olla potentiaalia tiedon paremmassa kulkemisessa, ei pelkästään alhaalta-ylös, vaan myös ylhäältä-alas ja vaakasuuntaan. Aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että sosiaalisen median kaltainen viestintäteknologia voi todella auttaa ideoiden lisäämisessä (ks. esim. Jarrahi & Sawyer 2013; Vuori 2012).

Lisäksi sosiaalisen intranetin vuorovaikutusominaisuuksien nähdään potentiaalisina välineinä auttaa henkilöstöä tulemaan toisilleen tutummaksi. Tähän sosiaalista intranetiä kohdeorganisaatiossa käytetään myös jo nyt. Organisaation sisäisissä järjestelmissä olevat henkilöstön profiilisivut ovat myös aiemmassa tutkimuksessa osoittautuneet käyttökelpoisiksi henkilöstön tutuksi tulemisessa (DiMicco, Geyer, Millen, Dugan & Brownholtz 2009, Treemin ja Leonardin 2012, 153 mukaan). Henkilöiden profiilisivut ja organisaatiokaavio koetaan kiinnostaviksi sosiaalisen intranetin ominaisuuksiksi. Näiden ominaisuuksien yhtenä potentiaalina nähdään se, että ne voivat auttaa löytämään kuhunkin tilanteeseen sopivan asiantuntijan. Jarrahi ja Sawyer (2013, 129) ovat aiemmin nostaneet tilanteeseen sopivan asiantuntijan löytämisen jopa yhdeksi merkittävimmäksi hyödyksi, jonka sosiaalisen intranetin käyttäminen tarjoaa, kun sitä verrataan sähköpostiin.

7.2 Sosiaalisen intranetin käyttöönotto organisaatiossa

Sosiaalinen intranet on otettu organisaatiossa käyttöön kaksi kertaa muutosprosesseista johtuen. Ensimmäinen käyttöönottokerta koettiin haastavammaksi kuin toinen. Toisella

kertaa käyttäjät olivat jo tottuneet käyttämään sosiaalista intranetiä, eikä käyttöönotto vaatinut käyttäjien erityistä perehdyttämistä. Sosiaalisen intranetin käyttöönoton myötä organisaatiossa otettiin askel avoimempaan ja yhteisöllisempään suuntaan, vaikkakin koetaan, että asian suhteen ollaan vielä alkutaipaleella. Siirtyminen useista paikallisista intraneteistä yhteen oli osaltaan tekemässä organisaatiosta yhtenäisempää. Samalla linjattiin, että kaikki tieto sosiaalisessa intranetissä pidetään avoimena kaikille. Onkin havaittu, että sosiaalisen intranetin kaltainen viestintäteknologia voi lisätä työntekijöiden ”sosiaalista tietoisuutta” (Jarrahi & Sawyer 2013, 129).

Sosiaalinen intranet voidaan nähdä olevan jatkuvassa muutos- tai kehitysprosessissa. Teknisestä näkökulmasta katsoen sosiaalinen intranet ei ollut valmis käyttöönottohetkestä lähtien, vaan sosiaaliseen intranetiin otetaan yhä käyttöön uusia ominaisuuksia, jotka osaltaan voivat mahdollistaa myös laajemman vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden. Intranetiin voidaanakin suhtautua prosessina. Sitä ei välttämättä tarvitse nähdä projektina, joka päättyy käyttöönottoon, vaan intranetilläkin on oma evoluutionsa. Tällöin intranetiä voidaan ajatella muutosjohtamisen ja innovaation prosessina. (Martini, Corso & Pellegrini 2009, 295.)

Sosiaalisen intranetin käyttöön liittyvä perehdyttäminen organisaatiossa on ollut ensisijaisesti teknistä ja ylipäättään tiedottamista sosiaalisen intranetin ominaisuuksien olemassaolosta. Erityisesti teknisen perehdyttämisen painopiste on ollut editoreissa. Toisaalta voidaan kysyä, olisiko mahdollista ja voisiko olla hyödyllistä katsoa perehdyttämistä myös ajattelutapojen ja kulttuurin näkökulmasta? Kuinka tärkeää olisi vastata kysymyksen ”miten” lisäksi kysymykseen ”miksi”? Ehkäpä on tärkeää myös se, että sosiaalisen intranetin tehtävät ja visio kerrotaan tai niistä keskustellaan kaikkien käyttäjien kanssa. Aiemmin on korostettu ylimmän johdon roolia siinä, kuinka sosiaaliseen intranetin kaltaisen viestintäteknologian käyttöönotossa on tärkeää perustella viestintäteknologian tuomat hyödyt ja se, kuinka viestintäteknologia tukee tietojohdamista ja organisaation tehtävien toteuttamista (Paroutis & Al Saleh 2009, 61). Myös palkitsemisen näkökulma on tuotu esiin. Tunnustusten muodossa annetut palkkiot voivat olla hyvin merkittäviä rohkaistaessa osallistumaan sosiaalisessa intranetissä. (Paroutis ja Al Saleh 2009, 61.) Henkilöstön tietoisuuden lisäämistä ja koulutuksen merkitystä on korostettu myös toisessa yhteydessä (Kai Wah Chu, Woo, King, Choi, Cheng & Koo 2011, 55).

Tutkimuksen kohdeorganisaatiossa sosiaalinen intranet kuitenkin kilpailee organisaation käytössä olevien muiden järjestelmien kanssa, ja järjestelmien tehtävät ovat osittain päällekkäiset. Lisäksi toisissa järjestelmissä on mahdollisuuksia tiedon rajaamiseen, mikä toisinaan johtaa tällä hetkellä siihen, että rajatuksi tarkoitettu tieto tallennetaan toisaalle kuin sosiaaliseen intranetiin. Samaan aikaan sosiaaliselle intranetille pyritään luomaan mainetta, että kaikki tieto löytyy sieltä. Aikaisemman tutkimuksen mukaan, kun useammat järjestelmät kilpailevat työntekijän huomiosta, kaikista relevanteimmaksi osoittautuva järjestelmä voittaa (Jarrahi & Sawyer 2013, 129).

7.3 Sosiaalisen intranetin tehtävät ja tulevaisuusodotukset organisaatiossa

Tarkasteltaessa kohdeorganisaation sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävää voidaan tulosten valossa laatia ainakin kolme eri tehtäväaluetta: 1) perinteiset sisäisen viestinnän tehtävät, 2) yhteisöllisen ja tiedon jakamiseen kannustavan kulttuurin rakentaminen ja tukeminen sekä 3) toimiminen paikkana, jossa tehdä työtä. Tutkimuksen kohdeorganisaatiossa perinteisten sisäisen viestinnän tehtävien toteuttaminen näyttäisi toteutuvan kaikista selkeimmin. Yhteisöllisen ja tiedon jakamiseen kannustavan kulttuurin rakentamisen suhteen on otettu ensimmäisiä askeleita. Sen sijaan sosiaalisen intranetin toimiminen paikkana, jossa tehdä työtä on lähinnä potentiaalisuuden asteella. Se on yksi mahdollinen tulevaisuus, jonka toteutuminen riippunee ainakin organisaatiokulttuurin kehityksestä ja myös tulevaisuuden järjestelmävalinnoista ja teknisestä kehityksestä. Voidaankin pohtia, edellyttävätkö nämä kolme tehtäväaluetta toisistaan erilaisia kulttuurisia valmiuksia, sekä edellyttävätkö ne erilaisia valmiuksia niin organisaation johdolta kuin koko henkilöstöltäkin.

Tällä hetkellä sosiaalisen intranetin merkittävimmät tehtävät ovat sellaisia, joita myös niin sanotut perinteiset intranetit pyrkivät toteuttamaan. Sosiaalinen intranet on sisäisen viestinnän pääkanava: se on tärkeä tietopankki henkilöstölle ja se on myös ainoa väline, jonka avulla voidaan tavoittaa – ainakin periaatteessa – koko organisaation henkilöstö. Tapahtunut siirtyminen aiemmista useista paikallisista intraneteistä osaltaan tukee tätä tehtävää. Vaatimukset organisaatiokulttuurille, organisaation johdolle ja sosiaalisen intranetin käyttäjille lienevät kaikista pienimmät, kun puhutaan perinteisten sisäisen viestinnän tehtävien toteuttamisesta. Kun sosiaalisen intranetin tehtävänä on toimia

henkilöstön tietopankkina ja organisaation uutis- ja tiedotuskanavana, ei välttämättä ole merkityksellistä, onko organisaatiokulttuuri yhteisöllisyyteen ja tiedonjakamiseen kannustava vai ei.

Perinteisten sisäisten viestinnän tehtävien toteuttamisen näkökulmasta myös käyttäjien erilainen roolitus voi olla mielekästä. Voi olla hyvä, että organisaatiossa on erikseen henkilöt, joilla on editointioikeudet ja joiden tehtävä on tuottaa organisaation kannalta relevantteja uutisia ja muuta sisältöä. On tärkeää, että julkaistavat uutiset vastaavat käyttäjien odotuksia ja tarpeita, koska se voi heijastua myös siihen, missä määrin intranetiä ylipäätään käytetään (Lehmuskallio 2008, 97). Toisaalta tällöin vuorovaikutus tai tiedon vapaampi liikkuvuus ja hyödyntäminen eivät välttämättä pääse toteutumaan täydessä mitassaan.

Voidaankin kysyä myös, voitaisiinko sosiaalisen intranetin käyttäjiä valtuuttaa ja voimaannuttaa laajemmin? Sosiaalisessa intranetissä nähdään sen yhteisöllinen potentiaali: Sen uskotaan voivan lisätä tiedon liikkuvuutta ja näkyväksi tulemistä. Lisäksi se voi auttaa organisaation jäseniä tuntemaan toisiaan paremmin. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että vaikka editointioikeudet annettaisiin laajemmalle käyttäjäjoukolle, organisaatio voisi joutua kohtaamaan samoja haasteita kuin viestintäteknologian käytössä yleensä: vaadittaisiin johdon tukea, oikeanlaista johtajuutta ja käyttäjien koulutusta ja motivointia (Trkman & Trkman 2009, 1099).

Tämänkin tutkimuksen valossa näyttää siltä, että käyttäjillä on oltava ensinnäkin tunne siitä, että heillä on lupa ja mahdollisuus osallistua, ja lisäksi heidän täytyy kokea osallistuminen hyödylliseksi. Hyödyllisyyden tunne edellyttää ensinnäkin sitä, että osallistumiseen rohkaistaan. Tässä on tärkeää erityisesti johdon esimerkki, mutta myös työkaverien esimerkki. Tarpeeksi monen työkaverin on koettava osallistuminen hyödylliseksi, jotta osallistumista voisi tapahtua laajemmin. Toisaalta hyödyllisyyden tunne edellyttää sitä, että tiedon jakaminen nähdään arvokkaana. Jotta tiedon jakamista pidettäisiin arvokkaana, tieto tulee nähdä kollektiivisena (Lüders 2013). Mikäli ajatellaan, että ”tieto on valtaa”, sitä ei myöskään haluta jakaa.

Se, tulevatko niin sanottujen perinteisten sisäisten viestinnän tehtävien toteuttamistavat muuttumaan, edellyttänevät kokonaista ajattelutavan muutosta. Kenties voidaan myös hyvällä syyllä kysyä, onko tämä muutos tarpeellinen tai onko se mielekäs. Tai ehkäpä

tähän kysymykseen ei varsinaisesti tarvitse yrittää vastata. Ehkäpä tulevaisuus itsessään näyttää sen. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että niin sanottu diginatiivien sukupolvi odottaa työpaikkojen vuorovaikutusympäristöltä yhä enemmän sellaisia ominaisuuksia, joita he ovat tottuneet vapaa-ajallaan käyttämään (Schneckenberg 2009, 518).

Perinteisten sisäisen viestinnän tehtävien lisäksi sosiaalisella intranetillä kohdeorganisaatiossa on tutkimuksen perusteella myös yhteisöllisen ja tiedon jakamiseen kannustavan kulttuurin rakentamiseen ja tukemiseen tähtäävä tehtävä. Tiedon avoimuuden linjaus, yksi yhteinen intranet ja uudet vuorovaikutusominaisuudet ovat osaltaan rakentamassa avoimempaa ja yhteisöllisempää organisaatiokulttuuria. Tähän nähdään kuitenkin olevan yhä matkaa, eikä vuorovaikutusominaisuuksien käyttö organisaatiossa ole sillä tasolla kuin se teknisestä näkökulmasta ottaen voisi olla.

Yhteisölliseen ja tiedon jakamiseen kannustavan kulttuurin rakentaminen sosiaalisessa intranetissä edellyttää myös pohdintaa tiedon avoimuudesta. On tärkeää pohtia tilanteita, joissa jokin tieto on luonteeltaan sellaista, jota ei syystä tai toisesta (esimerkiksi arkaluontoinen tieto asiakkaasta) ole viisasta tai edes luvallista jakaa kaikille. Tutkimuksen kohdeorganisaatiossa tällaista tietoa tallennettiin sosiaalisen intranetin ulkopuolisiin järjestelmiin. Samaan aikaan organisaatiossa kuitenkin pyrittiin luomaan sosiaaliselle intranetille mainetta, jonka mukaan ajantasainen tieto löytyy vain sosiaalisesta intranetistä. Organisaatioissa todennäköisesti on sellaista tietoa, mitä ei voida jakaa kaikille. Mutta ehkäpä tämä olisi tärkeä pohdinnan paikka organisaatioille: voisi olla tärkeää miettiä ja avoimesti organisaatiossa sopia, millainen tieto on sellaista, jota ei voida kaikille jakaa. Tämän jälkeen voitaisiin myös linjata, miten tieto rajataan ja minne se tallennetaan. Ehkäpä se voisi osaltaan vähentää tiedon tallentamiseen liittyviä ristiriitailanteita ja kilpailua eri järjestelmien välillä. Onkin aiemmin todettu, että aidosti rajoittamista vaativan tiedon takia tiedon jakamista on kyettävä säätelemään avoimuuteen pyrkivässä sosiaalisessa intranetissä. Tämä edellyttää ensinnäkin selkeän ohjeistuksen laatimista siitä, mikä on sosiaalisen intranetin tarkoitus ja toisekseen hyvien käytäntöjen luomisen sen suhteen, miten rajaamista edellyttävä tieto jaetaan (Janes, Patrick & Dotsika 2014, 42).

Tällä hetkellä vielä potentiaalisuuden tasolla, on sosiaalisen intranetin mahdollinen kolmas tehtäväalue: toimiminen paikkana, jossa tehdä työtä. Tällä hetkellä sosiaalista intranetiä ei nähdä sellaisena, mutta sosiaalisen intranetin potentiaali työympäristönä

kuitenkin nähdään. Tämän potentiaalin toteutumisen katsotaan kuitenkin edellyttävän toisaalta sosiaalisen intranetin teknistä kehitystä, eli sosiaalisen intranetin toiminnallisuuden ja käyttäjäystävällisyyden on oltava riittävän korkealla tasolla, ja toisaalta organisaation kulttuurin muutosta. Ehkäpä se edellyttää myös järjestelmiin liittyviä valintoja ja pohdintaa siitä, kuinka järjestelmien välistä kilpailua voitaisiin ehkäistä.

7.4 Jatkotutkimushaasteita

Tässä tutkimuksessa tutkittiin yhden organisaation sosiaalisen intranetin käyttöä vuorovaikutusympäristönä asiantuntijatyötä tekevien näkökulmasta. Jatkotutkimuksena olisi mielekästä tutkia laajemmin organisaatiota samasta ilmiöstä ja saada näin syvempi ymmärrys sosiaalisen intranetin käytöstä organisaation vuorovaikutusympäristönä. Lisäksi olisi mielekästä tutkia etenkin sellaisia työntekijöitä organisaatiossa, jotka eivät työskentele tietokoneen ääressä. Miten he kokevat sosiaalisen intranetin käytön? Onko sillä vaikutusta sosiaalisen intranetin käytössä, ettei työntekijällä ole omaa tietokonetta käytettäväänään? Entä onko sillä vaikutusta organisaatiokulttuuriin tai esimerkiksi mehen luomisessa? Kokevatko sellaiset työntekijät, jotka eivät tee töitä tietokoneella, ongelmien kollektiivisen ratkaisun sosiaalisessa intranetissä mahdolliseksi? Tarvittaisiin lisää tutkimusta myös koko organisaation laajuisesti. Etenkin sellaisten käyttäjien, jotka eivät ole itse olleet kehittämässä sosiaalista intranetiä tai joilla ei ole editointioikeuksia uutisten ja artikkeleiden tuotantoon, näkökulman tutkiminen sosiaalisen intranetin käytön osalta olisi mielekästä. Entä onko kulttuurilla vaikutusta sosiaalisen intranetin käytössä tai onko sosiaalisen intranetin kielellä merkitystä sen käyttämisessä?

Sosiaalisen intranetin käyttöönottoon liittyen jatkotutkimushaasteena olisi tutkia sitä, miten sosiaalisen intranetin tekninen onnistuminen tai epäonnistuminen vaikuttaa työntekijöiden halukkuuteen ja asenteisiin käyttää sosiaalista intranetiä. Tässä tutkimuksessa havaittiin, että tekniset vaikeudet saattoivat vaikuttaa käyttäjien käyttöinnokkuuteen, mutta sitä olisi syytä tutkia laajemmin.

Tutkimustulokset osoittavat, että organisaation muut sisäiset järjestelmät kilpailevat sosiaalisen intranetin kanssa. Jatkotutkimusta olisi syytä tehdä siitä, miten organisaatiot poistavat käytöstä vanhat järjestelmät uusien järjestelmien tullessa organisaatioon. Kuinka siirtymä tehdään luontevasti ja vältetään järjestelmien välinen kilpailu? Tulisiko

jo käyttöönotettaessa pohtia myös sitä, miten kaikki tieto saadaan siirrettyä siinä vaiheessa, kun vaihdetaan johonkin vielä uudempaan järjestelmään?

KIRJALLISUUS

- Blom, R., Melin, H. & Pyöriä, P. 2001. Tietotyö ja työelämän muutos. Palkkatyön arki tietoyhteiskunnassa. Helsinki: Gaudeamus.
- Büchel, B.S.T. 2001. Using communication technology. Creating knowledge organizations. Gordonsville, USA: Palgrave.
- Bughin, J., Chui, M. & Manyika, J. 2012. Capturing business value with social technologies. *McKinsey Quarterly* 4, 72–80.
- Butler, T. 2003. An institutional perspective on developing and implementing intranet- and internet-based information systems. *Information Systems Journal* 13, 209–231.
- Cozijn, R., Maes, A., Schackman, D. & Ummelen, N. 2007. Structuring job related information on the intranet: an experimental comparison of task vs. an organization-based approach. *Journal of Technical Writing & Communication* 37 (2), 203–216.
- Cooper, R.B. & Zmud, R.W. 1990. Information technology implementation research: a technological diffusion approach. *Management Science* 36 (2), 123–139.
- Craig, C., Campbell, B., Bichard, S. & Baker, D. 2013. Digital house calls: US healthcare professionals and online media communication. *Journal of Communication in Healthcare* 6 (4), 187–196.
- Daft, R.L. & Lengel, R.H. 1986. Organizational information requirements, media richness, and structural designs. *Management Science* 32, 554–571.
- Dewett, T. & Jones, G.R. 2001. The role of information technology in the organization: a review, model, and assessment. *Journal of Management* 27, 313–346.
- DiMicco, J., Geyer, W., Millen, D. R., Dugan, C. & Brownholtz, B. 2009. People sensemaking and relationship building on an enterprise social networking site. Paper presented at 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, January 5–8, Big Island, Hawaii.
- Erkkola, J-P. 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Taideteollinen korkeakoulu. Medialaboratorio. Lopputyö.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Ford, D.P. & Mason, R.M. 2013. A multilevel perspective of tensions between knowledge management and social media. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 23 (1-2), 7–33.

- Giuffrida, R. & Dittrich, Y. 2013. Empirical studies on the use of social software in global software development – A systematic mapping study. *Information and Software Technology* 55, 1143–1164.
- Hintikka, K. A. 2007. Web 2.0 – johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Helsinki: TIEKE. Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry:n julkaisusarja osa 28.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Huotari, M-L, Hurme, P. & Valkonen, T. 2005. Viestinnästä tietoon. Tiedon luominen työyhteisöissä. Helsinki: WSOY.
- Janes, S.H., Patrick, K. & Dotsika, F. 2014. Implementing a social intranet in a professional services environment through Web 2.0 technologies. *The Learning Organization* 21 (1), 26–47.
- Jarrahi, M.H. & Sawyer, S. 2013. Social technologies, informal knowledge practices, and the enterprise. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 23, 110–137.
- Kangas, P., Toivonen, S. & Bäck, A. (toim.) 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja. VTT tiedotteita 2369. Espoo: VTT.
- Kai Wah Chu, S., Woo, M., King, R.B., Choi, S., Cheng, M. & Koo, P. 2011. Examining the application of Web 2.0 in medical-related organisations. *Health Information and Libraries Journal* 29, 47–60.
- Khan, G.F. 2013. Social media-based systems: an emerging area of information systems research and practice. *Scientometrics* 95, 159–180.
- Koch, H., Gonzalez, E. & Leidner, D. 2012. Bridging the work/social divide: the emotional response to organizational social networking sites. *European Journal of Information Systems* 21, 699–717.
- Lai, L.S.L. & Turban, E. 2008. Groups formation and operations in the Web 2.0 environment and social networks. *Group Decision & Negotiation* 17 (5), 387–402.
- Lehmuskallio, S. 2008. Intranet editors as corporate gatekeepers and agenda setters. *Corporate Communications: An International Journal* 13 (1), 95–111.
- Levy, M. 2007. Web 2.0 implications on knowledge management. *Journal of Knowledge Management* 13 (1), 120–134.

- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social media: Introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampereen yliopisto. Hypermedia Laboratory Net Series 17.
- Lillqvist, E. & Louhiala-Salminen, L. 2014. Facing Facebook: Impression management strategies in company–consumer interactions. *Journal of Business and Technical Communication* 28, 3–30.
- Lüders, M. 2013. Networking and notworking in social intranets: User archetypes and participatory divides. *First Monday* 18 (8–5). Saatavana: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/4693/3734> [Viitattu 13.1.2014].
- Martini, A., Corso, M. & Pellegrini, L. 2009. An empirical roadmap for intranet evolution. *International Journal of Information Management* 29, 295–308.
- McAfee, A. 2006. Enterprise 2.0: the dawn of emergent collaboration. *MIT Sloan Management Review* 47 (3), 21–29.
- Nielsen, J. 2006. Participation inequality: Encouraging more users to contribute. Saatavana: <http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/> [Viitattu 2.4.2014].
- O'Reilly, T. 2005. What is Web 2.0 – design patterns and business models for the next generation of software. Saatavana: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [Viitattu 13.1.2014].
- Palacios-Marques, D., Saldaña, A.Z. & Vila, J.E. 2013. What are the relationships among Web 2.0, market orientation and innovativeness? *Kybernetes* 42 (5), 754–765.
- Panahi, S. Watson, J. & Partridge, H. 2013. Towards tacit knowledge sharing over social web tools. *Journal of Knowledge Management* 17 (3), 379–397.
- Paroutis, S. & Al Saleh, A. 2009. Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies. *Journal of Knowledge Management* 13 (4), 52–63.
- Pyöriä, P. 2006. Tietoyhteiskunta, tietotyö ja asiantuntijuus. Teoksessa J. Parviainen (toim.). *Kollektiivinen asiantuntijuus*. Tampereen yliopistopaino, 55–81.
- Razmerita, L., Kirchner, K. & Sudzina, F. 2009. Personal knowledge management. The role of Web 2.0 tools for managing knowledge at individual and organisational levels. *Online Information Review* 33 (6), 1021–1039.
- Saldanha, T. & Kirshnam, M.S. 2012. Organizational adoption of Web 2.0 technologies: an empirical analysis. *Journal of Organizational Computing & Electronic Commerce* 22 (4), 301–333.
- Schneckenberg, D. 2009. Web 2.0 and the empowerment of the knowledge worker. *Journal of knowledge management* 13 (6), 509–520.

- Sinickas, A.D. 2005. The role of intranets and other e-channels in employee communication preferences. *Journal of Website Promotion* 1 (1), 31–51.
- Sivunen, A. 2007. Vuorovaikutus, viestintäteknologia ja identifioituminen hajautetuissa tiimeissä. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä Studies in Humanities* 79.
- Skeels, M.M. & Grudin, J. 2009. When social networks cross boundaries: A Case study of workplace use of Facebook and LinkedIn. Paper presented at GROUP'09, May 10–13, Sanibel Island.
- Sproull, L. & Kiesler, S. 1991. *Connections: new ways of working in the networked organization*. Cambridge: MIT.
- Stephens, K.K. 2007. The successive use of information and communication technologies at work. *Communication Theory* 17, 486–507.
- Säntti, R. & Säntti, P. 2011. Organisaation ja sosiaalisen median ajattelutapa. Tiedosta, määrittele ja hyödynnä. Teoksessa T. Aaltonen-Ogbeide, P. Saastamoinen, H. Raunio & T. Vartiainen. (toim.) *Silmät auki sosiaaliseen mediaan*. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2011, 14–44.
- Treem, J.W. & Leonardi, P.M. 2012. Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. Teoksessa C. T. Salmon (toim.) *Communication Yearbook* 36. New York: Routledge, 143–189.
- Trkman, M. & Trkman, P. 2009. A wiki as intranet: a critical analysis using the Delone and McLean model. *Online Information Review* 33 (6), 1087–1102.
- Tynjälä, P. 2003. Ammatillinen asiantuntijuus ja sen kehittäminen tietoyhteiskunnassa. Teoksessa J. Kirjonen (toim.) *Tietotyö ja ammattitaito*. 2. täydennetty painos. Jyväskylän yliopiston Koulutuksen tutkimuslaitoksen julkaisuja, 85–108.
- Vaast, E. & Kaganer, E. 2013. Social media affordances and governance in the workplace: An examination of organizational policies. *Journal of Computer-Mediated Communication* 19, 78–101.
- Vuori, V. 2011. Social media changing the competitive intelligence process: Elicitation of employees' competitive knowledge. Tampereen teknillisen yliopiston julkaisuja 1001.
- Vuori, M. 2012. Exploring uses of social media in a global corporation. *Journal of Systems and Information Technology* 14 (2), 155–170.
- Wagner, W.P., Chung, Q.B. & Baratz, T. 2002. Implementing corporate intranets: Lessons learned from two high-tech firms. *Industrial Management & Data Systems* 102 (3), 140–145.

LIITTEET

Liite 1: Haastattelupyyntö

HAASTATTELUPYYNTÖ

SOSIAALISEN INTRANETIN KÄYTTÖ

TUTKIMUKSEN TARKOITUS

- Teemme **puheviestinnän pro gradu -tutkimusta** sosiaalisen intranetin käytöstä. Sosiaalinen intranet on suhteellisen uusi organisaatioiden viestintä- ja vuorovaikutusväline. Sen käyttöön ja käyttöönottoon liittyy odotuksia organisaation sisäisen viestinnän ja yhteistyön kehittämiseksi. Aiheesta on kuitenkin toistaiseksi hyvin vähän tutkimustietoa, eikä vielä käytännössä tiedetä, millainen merkitys sosiaalisella intranetillä on organisaation sisäisen viestinnän näkökulmasta. Tästä syystä on perusteltua tutkia sosiaaliseen intranetiin liittyviä ilmiöitä. Tämän tutkimuksen **tavoitteena** on **ymmärtää sosiaalisen intranetin käyttöä**, käyttöön liittyviä kokemuksia ja sitä, millainen viestintätehtävä sosiaalisella intranetillä on.

KÄYTÄNNÖN TOTEUTUS

- Tutkimus toteutetaan tekemällä henkilökohtaisia haastatteluja. Tutkimuksessa on tarkoitus haastatella kymmentä henkilöä, joista jokaista haastatellaan yhden kerran. Haastattelu kestää noin tunnin.
- Haastattelut toteutetaan **helmikuun 2014 aikana**.
- Koko tutkimus valmistuu kesäkuun 2014 loppuun mennessä.

MITÄ HYÖDYTTÄÄ

- Haastattelu antaa tilaisuuden kertoa omia ajatuksiaan ja kokemuksiaan organisaation sosiaalisesta intranetistä.
- Haastatteluista kertyvä tieto voi osoittautua hyödylliseksi kehitettäessä organisaation sosiaalista intranetiä.

MITÄ EDELLYTTÄÄ

- Haastatteluajan sopimista haastattelijan kanssa ja noin **tunnin mittaiseen henkilökohtaiseen haastatteluun osallistumista**. Haastattelu voidaan toteuttaa haastateltavan työpaikalla.

KENELLE TARKOITETTU

- **Kaikille** organisaation jäsenille, **joilla on pääsy sosiaaliseen intranettiin**. Henkilön ei tarvitse aktiivisesti käyttää sosiaalista intranetiä, mutta hänellä tulee olla mahdollisuus intranettiin kirjautumiseen.

EETTISET PERIAATTEET

- Tutkimuksessa noudatetaan tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistusta.
- Tutkimukseen osallistuvien **henkilöiden henkilöllisyyttä eikä organisaation nimeä paljasteta tutkimuksen teon missään vaiheessa**. Lopulliseen tutkimusraporttiin voi tulla lainauksia henkilöiden sanomisista, mutta lainaukset tehdään anonyymisti ja niitä muokataan tarvittaessa niin, ettei henkilöä ole mahdollista tunnistaa.
- Haastatteluaineisto on ainoastaan tutkijoiden ja tutkimuksen ohjaajan tarkasteltavissa. Aineistoa säilytetään ainoastaan tutkijoiden tietokoneella salasanojen takana niin, ettei ulkopuolisilla ole mahdollisuutta päästä aineistoon käsiksi. Aineistoa voidaan käyttää tätä tutkimusta ja mahdollisesti myöhemmin tehtävää väitöskirjaa varten. Tämän jälkeen aineisto tuhoetaan.
- Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista ja sen voi keskeyttää missä vaiheessa tahansa.

YHTEYSTIEDOT

- Mikäli kiinnostuit tutkimukseen osallistumisesta tai kaipaat lisätietoja, otathan meihin yhteyttä.
- [Haastattelupyynnö sisälsi myös tutkijoiden puhelinnumerot ja sähköpostiosoitteet sekä tutkimuksen ohjaajan sähköpostiosoitteen.]

Liite 2: Teemahaastattelurunko

Taustoittavia kysymyksiä

- Ikä
- Työtehtävä
- Kuinka kauan olet ollut organisaatiossa?
- Oletko [sosiaalisen intranetin nimi] tiimityöskentelyyn liittyvien ominaisuuksien pilotissa mukana?

[Sosiaalisen intranetin nimi] ominaisuudet (/viestintä- & vuorovaikutustehtävä)

- Ketkä sinun mielestäsi [sosiaalista intranetiä] voivat käyttää?
- Millaista sisältöä [sosiaalisessa intranetissä] on?
- Voiko [sosiaalisessa intranetissä] rajata sisältöä muilta käyttäjiltä?
- Millaisia mahdollisuuksia [sosiaalinen intranet] tarjoaa työkavereiden yhteydenpitoon?
 - Millaista vuorovaikutusta [sosiaalisessa intranetissä] on?

Sosiaalisen intranetin käyttö (omassa työssä)

- Millainen merkitys [sosiaalisella intranetillä] on omassa työssäsi?
 - Mihin tarkoitukseen käytät [sosiaalista intranetiä]?
 - Millaisissa tilanteissa käytät [sosiaalista intranetiä]?
 - Milloin valitset [sosiaalisen intranetin] käytön ja milloin jonkin muun viestintätavan (esimerkiksi puhelimen, sähköpostin, pikaviestiminen käytön)?
- Millainen osa työtäsi [sosiaalinen intranet] on?
 - Minkä verran [sosiaalinen intranet] käyttö vaatii aikaa?
- Onko [sosiaalista intranetiä] mielestäsi helppo käyttää? Miksi?
- Millaisia viestintätaitoja [sosiaalisen intranetin] käyttö mielestäsi edellyttää?
- Millaista koulutusta/opastusta [sosiaalisen intranetin] käyttöön mielestäsi tarvitaan vai tarvitaanko sitä?
- Millaista koulutusta/opastusta olet saanut [sosiaalisen intranetin] käyttöön?

Sosiaalisen intranetin käyttöönotto ja käytön kehittyminen

- Millä tavoin [sosiaalisen intranetin] käyttöönotto työpaikallasi mielestäsi sujui?
 - Miten [sosiaalisesta intranetistä] tiedotettiin, kun se oli tulossa/tuli organisaation käyttöön?
 - Millaista sisältöä [sosiaalisessa intranetissä] oli, kun kirjauduit sinne ensimmäistä kertaa?

- Millaista sisältöä ja keskustelua [sosiaalisessa intranetissä] on nyt suhteessa sen alkuvaiheeseen?
 - Onko jokin muuttunut?
- Koetko, että [sosiaalinen intranet] on tuonut jotain uutta organisaatioosi? Mitä?
 - Koetko, että [sosiaalinen intranet] on muuttanut jotenkin tapaasi olla yhteydessä työkavereihisi? Miten, miksi ei?
 - Millaista tiedon jakaminen oli ennen [sosiaalista intranetiä] ja millaista se on nyt?

Sosiaalisen intranetin viestintä- ja vuorovaikutustehtävä

- Miksi [sosiaalinen intranet] on mielestäsi työpaikallasi?
 - Mikä merkitys [sosiaalisella intranetillä] on mielestäsi työpaikallasi?
 - Mikä tarkoitus [sosiaalisen intranetin] vuorovaikutusominaisuuksilla on?
- Onko [sosiaalisessa intranetissä] jotakin, mitä muualta ei saa tai mitä muualla ei ole?
 - Millaista vuorovaikutusta [sosiaalisessa intranetissä] on verrattuna muihin teknologiavälitteisiin viestintävälineisiin tai kasvokkaisviestintään?
 - Onko siellä sellaista tietoa, jota ei muualta saa?
- Miten [sosiaalista intranetiä] mielestäsi pitäisi/voisi kehittää?

Lopuksi

Täydennä tämä lause:

[Sosiaalisen intranetin nimi] on kuin _____

- Osasinko kysyä kaiken oleellisen / haluatko sanoa vielä jotakin?