

Julia Toivonen

**VERKKOYHTEISÖPALVELUIDEN KÄYTÖN HYÖDYT
JA HAITAT TYÖLLISTYVYYDELLE**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
TIETOJENKÄSITTELYTIETEIDEN LAITOS
2016

TIIVISTELMÄ

Toivonen, Julia

Verkkoyhteisöpalveluiden käytön hyödyt ja haitat työllistyvyydelle

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2016, 31 s.

Tietojärjestelmätiede, kandidaatintutkielma

Ohjaaja: Clements, Kati

Sosiaalisen median käyttö on kasvanut viime vuosina huomattavasti ja verkkoyhteisöpalveluiden käyttö työllistyvyyden edistämisen apuna on kasvussa. Verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä voidaan katsoa olevan sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia yksilön työllistyvyydelle. Sosiaalisella medially on suuri mahdollisuus toimia erityisen tehokkaana osana yksilön työllistyvyyden edistämistä, sillä sosiaalinen media tarjoaa paljon mahdollisuuksia rekrytointiin, omien taitojen esille tuomiseen sekä verkostoitumiseen. Verkkoyhteisöpalveluiden käyttö rekrytoinnissa luo kuitenkin ongelmia yksilön sananvapautteen ja yksityisyyteen liittyen. Verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä voi olla myös sekä hyötyjä että haittoja yksilön työssä pysymiselle ja uralla etenemiselle. Tutkimuksessa keskityttiin käsittelemään keinoja, joilla yksilö voi käyttää verkkoyhteisöpalveluita työllistyvyyttä edistääkseen, sekä käytöstä aiheutuvia hyötyjä ja haittoja. Aihetta tutkittiin aiempiin tutkimuksiin pohjautuvana kirjallisuuskatsauksena.

Asiasanat: verkkoyhteisöpalvelu, sosiaalinen media, työllistyminen, työllistyvyys, työnhaku, sosiaalisen median palvelu

ABSTRACT

Toivonen, Julia

Positive and negative effects of using social networking services for employability

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2016, 31 p.

Information Systems Science, Bachelor's Thesis

Supervisor: Clements, Kati

The number of people using social media has grown rapidly in the last few years and the use of social networking services used to advance one's employability has grown as well. There are both positive and negative effects for one's employability with using social networking services. Since social media offers lots of different possibilities for recruiting, disclosing skills and networking, social media has lots of potential for being used for advancing one's employability. However, using social networking services faces problems with individual's freedom of speech and privacy. Using social networking services can be both beneficial and harmful for keeping a job and proceeding with one's career. This thesis was focused on handling the ways in which one can use social networking services and the positive and negative effects that occur. The thesis was done as a literature review that is based on existing literature.

Keywords: social networking service, social media, employment, employability, job seeking, social media service

KUVIOT

KUVIO 1 Sosiaalisen median hunajakennomalli	10
KUVIO 2 Työllistyvyyden käsitteenmäärittely	13

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Verkkoyhteisöpalveluiden käytön vaikutukset työllistyvyydelle sosiaalisen median hunajakennomallin mukaan esitettynä.....	24
---	----

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIOT

TAULUKOT

1	JOHDANTO	6
2	SOSIAALINEN MEDIA JA VERKKOYHTEISÖPALVELUT	8
2.1	Sosiaalinen media käsitteenä	8
2.2	Sosiaalisen median teorioita	9
2.3	Verkkoyhteisöpalvelu käsitteenä	11
2.4	Verkkoyhteisöpalveluiden esittelyä	11
3	TYÖLLISTYVYYS	13
3.1	Työllistyvyys käsitteenä	13
3.2	Työllistyvyys ilmiönä	14
4	VERKKOYHTEISÖPALVELUIDEN KÄYTÖN VAIKUTUKSET TYÖLLISTYVYYDELLE	16
4.1	Keinot	16
4.2	Hyödyt	18
4.3	Haitat	21
4.4	Tulostaulukointi	24
5	YHTEENVETO	25
	LÄHTEET	28

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median suosio on kasvanut nopeasti viimeisten vuosien aikana. Tyypillisesti sosiaalisessa mediassa viestitään yhdeltä-yhdelle tai yhdeltä-monelle käyttäjälle. Sosiaalinen media voidaan nähdä joukkona Internet-sovelluksia, joiden ideologinen ja tekninen perusta on Web 2.0:ssa ja jotka mahdollistavat loppukäyttäjien tuottaman sisällön luomisen ja välittämisen (Kaplan & Haenlein, 2010). Erilaisten verkkoyhteisöpalveluiden käyttö on yleistynyt huomattavasti ja sosiaalinen media on nivoutunut tiukasti moniin ihmisten arkipäiväisiin tilanteisiin.

Työllistyvyydellä käsitetään yhdistelmää yksilön kykyjä, taitoja ja tietoja, joiden avulla hän löytää töitä, pysyy töissä ja etenee työurallaan (Tuominen, 2013). Nykypäivänä työuria on aikaisempaa vaikeampaa ennakoita, sillä niistä on tullut pirstaleisempia ja monimuotoisempia. Sekä vapaaehtoiset että pakolliset siirtymät työtehtävistä, organisaatioista tai ammateista toiseen muokkaavat työelämää ja työuria yhä enemmän. Nykypäivänä sosiaalinen media tarjoaa paljon mahdollisuuksia rekrytointiin, omien taitojen esille tuomiseen sekä verkostoitumiseen (Metsälä, 2013). Muutos rekrytointi- ja työnhakukentällä on tapahtumassa hitaasti pienten muutosten kautta, kun yhä useampi työnantaja ja työnhakija on alkanut ymmärtää sosiaalisen median palveluiden tarjoamia mahdollisuuksia (Wahl, 2013). Työnhaku, joka aiemmin sijoittui työnhakutoimistoihin, on siirtynyt Internet-pohjaiseksi ja työnhaku-sivustojen käytön rinnalle on noussut myös verkkoyhteisöpalveluiden käyttö niin työnhaussa kuin työllistymisessä yleisestikin. Verkkoyhteisöpalveluiden käyttö työllistyvyyden apuna on kasvussa, sillä sosiaalinen media mahdollistaa tiedon nopean jakamisen ja laajan levittämisen. Verkkoyhteisöpalveluiden kasvavan käytön vaikutusten työllistyvyyteen katsotaan olevan sekä positiivisia että negatiivisia.

Verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä työnhaussa tunnetaan useita hyötyjä ja niitä on tutkittu jonkin verran. Verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä voidaan kuitenkin olettaa olevan myös haittoja yksilön työllistyvyydelle, joiden tutkiminen on toistaiseksi jäänyt vähälle. Tutkielman tarkoituksena on käsitellä sekä verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä työllistyvyydelle aiheutuvia hyötyjä että haittoja. Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana on siis verkkoyhteisöpalveluiden käytön vaikutukset työllistyvyydelle. Tutkimusongelman perusteella on muodos-

tettu seuraava tutkimuskysymys: "Mitä hyötyjä ja haittoja verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä on työllistyvyyteen?". Tutkimus on keskeinen yksilöiden kannalta, sillä aihetta tarkastellaan työntekijän kannalta jättäen pois työnantajan näkökulman. Työntekijät voivat hyödyntää tutkielman tuloksia esimerkiksi suunnitellessaan työnhakustrategiaansa, jossa hyödyntävät sosiaalisen median palveluita tai tehdessään urasuunnitelmaa. Vaikka tutkielman tulokset ovat olennaisempia yksilöille, voivat myös yritykset hyödyntää tutkielman tuloksia esimerkiksi rekrytointinsa markkinoinnin suunnittelussa.

Tutkimus on toteutettu aiempiin tutkimuksiin pohjautuvana kirjallisuuskatsauksena. Kirjallisuuskatsauksen tarkoituksena on tarkastella kriittisesti ja tulkita mahdollisimman laajasti kaikkea tutkimuskysymykseen, tutkimuksen aiheeseen tai tutkittavissa olevaan ilmiöön liittyvää tietoa (Kitchenham, 2004). Tutkimusaineisto koostuu pääasiassa tutkimusartikkeleista sekä muusta aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta. Aiheeseen liittyvää lähdekirjallisuutta on etsitty Suomen arkistojen, kirjastojen ja museoiden teoksia kokoavilta sivustoilta, kuten Finna palvelukokonaisuudesta sekä maailmanlaajuisilta tieteellisten julkaisujen hakukoneilta, kuten Google Scholarista, Scopuksesta ja ScienceDirectistä. Lähdekirjallisuutta on etsitty sekä suomen- että englanninkielisillä hakusanoilla, kuten työllistyvyys (engl. employability), työllistyminen (engl. employment), työnhaku (engl. job seeking), työura (engl. career), sosiaalinen media (engl. social media), verkkoyhteisöpalvelu (engl. social networking service), sosiaalisen median palvelu (engl. social media service) sekä verkottuminen (engl. networking).

2 SOSIAALINEN MEDIA JA VERKKOYHTEISÖPALVELUT

Tässä luvussa käsitellään sosiaalista mediaa ja verkkoyhteisöpalveluita. Ensimmäisessä alaluvussa määritellään sosiaalinen media käsitteenä ja toisessa alaluvussa esitellään sosiaalisten verkostojen teoria sekä sosiaalisen median hunajakennomalli. Kolmannessa alaluvussa määritellään verkkoyhteisöpalvelu käsitteenä ja tarkastellaan lähemmin LinkedIn-, Facebook- sekä Twitter-verkkoyhteisöpalveluita.

2.1 Sosiaalinen media käsitteenä

Sosiaalinen media on käsitteenä monisyinen ja kompleksinen, eikä sen sisällöstä vallitse täyttä yksimielisyyttä. Sosiaalista mediaa käsiteltiin itsenäisenä käsitteenä kunnolla vasta Web 2.0 -retoriikan yhteydessä vuonna 2005 (Lietsala & Sirkkunen, 2008). Sosiaalisella medialla voidaan viitata teknologiaan, viestinnän tapaan tai toimintakulttuuriin. Joskus sosiaalisen median käsitettä käytetään, vaikka asialla ei olisi analyttisesti tarkastellen juuri mitään tekemistä ilmiön kanssa. Sosiaalisen median käsitteelle on kuitenkin usein ominaista, että käsitteen määrittelyn sijaan käsite muodostetaan kertomalla, mistä se koostuu. Jussi-Pekka Erkkola (2008) on tutkinut sosiaalisen median käsitettä ja päätenyt seuraavanlaiseen määritelmään.

”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.” (Erkkola, 2008, 83).

Sosiaalinen media voidaan nähdä myös joukkona Internet-sovelluksia, joiden ideologinen ja tekninen perusta on Web 2.0:ssa ja jotka mahdollistavat loppu-

käyttäjien tuottaman sisällön luomisen ja välittämisen (Kaplan & Haenlein, 2010). Sosiaaliselle medialle on tyypillistä yhdeltä-yhdelle tai yhdeltä-monelle käyttäjälle viestintä. Tässä tutkimuksessa sosiaalisen median käsitettä käytetään sateenvarjoterminä, jonka alle voidaan laittaa useita erilaisia määritelmiä, jotka liittyvät Internetin sisältöihin ja niiden kanssa tekemisissä oleviin henkilöihin.

2.2 Sosiaalisen median teorioita

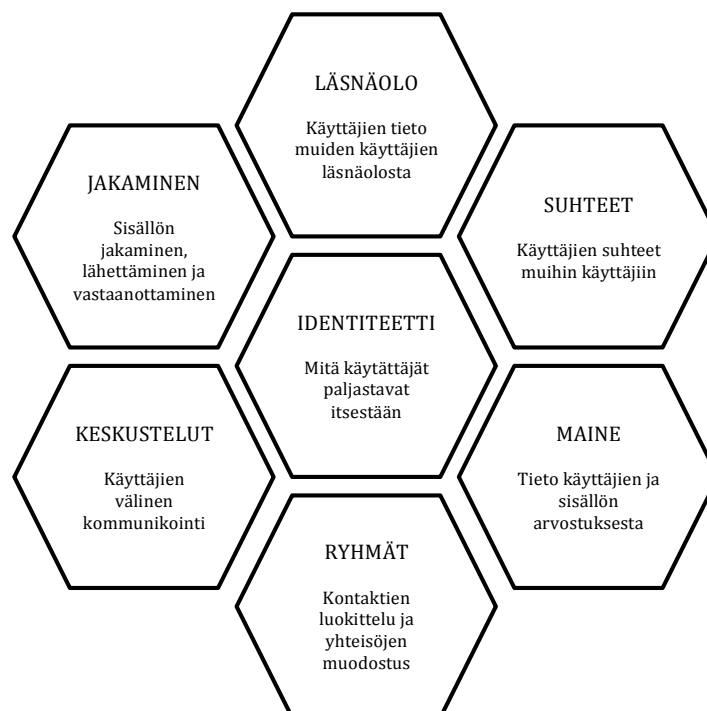
Internetin tutkimus on 1980-luvun lopulta lähtien keskittynyt pääosin verkko- ja virtuaaliyhteisöjen ja yhteisöllisyyden teemoihin teknologisten ja taloudellisten tutkimuslähtökohtien lisäksi. Yhteisö sekä identiteetti ovat olleet tutkimusten keskeisimpiä käsitteitä, jotka ovat hahmottaneet Internetin käyttöä ja käyttäjiä. (Erkkola, 2008.) Sosiaalista mediaa voidaan tutkia monesta eri näkökulmasta ja ilmiön tutkimisen myötä sen ympärille on rakennettu useita teemoja ja malleja. Sosiaalisen median ja työllistyvyyden suhdetta käsiteltäessä näistä keskeisimpiä ovat sosiaalisten verkostojen teoria sekä sosiaalisen median hunajakennomalli. Sosiaalisten verkostojen teoria on keskeinen, sillä verkostoitumisella on todettu olevan vaikutuksia yksilön urakehitykseen ja työllistymiseen (ks. Wolff & Moser, 2009; Forret & Dougherty 2004; Langford, 2000). Sosiaalisen median hunajakennomalli esitellään, sillä se tarjoaa mahdollisuuden tarkastella verkko-yhteisöpalveluiden käyttöä seitsemästä eri ulottuvuudesta, joiden kaikkien tarkastelu on tärkeää palveluiden käyttöä ja työllistyvyyttä tutkiessa.

Sosiaalisten verkostojen teorian (engl. social network theory) avulla tutkitaan, miten ihmiset, organisaatiot tai ryhmät vuorovaikuttavat toistensa kanssa verkostojensa sisällä. Teoriassa kuvataan sosiaalisia suhteita solmujen ja siteiden (engl. nodes & ties) avulla. Solmut ovat yksittäisiä toimijoita verkostojen sisällä ja siteet ovat toimijoiden välisiä suhteita. Yksittäisten toimijoiden välillä voi olla useita erilaisia siteitä. Yksinkertaistetussa muodossa sosiaalista verkostoa voidaan kuvata karttana kaikista tarkastelun kannalta olennaisista siteistä, joiden toimijoita tarkastellaan. Sosiaalisten verkostojen teoria eroaa perinteisistä sosiologisista tutkimuksista, joissa oletetaan yksittäisten toimijoiden attribuuttien olevan tarkastelun keskiössä siteiden sijaan. Tämä teoria on osoittautunut hyödylliseksi monia käytännön ilmiöitä selitettäessä, kuten miten toisilleen tuntemattomat yksilöt linkittyvät toisiinsa sekä miten verkkoyhteisöpalveluiden sisältö leviää verkossa. (Krause, Croft & James, 2007.)

Sosiaalisen median hunajakennomallissa (ks. kuvio 1) kuvataan seitsemän eri teemaa, jotka käsittelevät sosiaalisen median ilmiöitä tai ominaisuuksia. Teemoja ovat identiteetti, ryhmät, suhteet, maine, keskustelut, jakaminen sekä läsnäolo. Sosiaalisen median hunajakennomallia voidaan käyttää metodologisesti rakentamalla vahvoja ja ennen näkemättömiä yhdistelmiä teoreettisista lähestymistavoista, joilla tutkitaan sosiaalisen median alustoja, käyttäjien sitouttamista, sisällön jakamista sekä yhteisöllisiä tarpeita. Teemat mahdollistavat asioiden tarkemman tarkastelun tietystä sosiaalisen median käytön näkökulmasta. (Kietzmann, Silvestre, McCarthy & Pitt, 2012.) Teemat eivät ole toisiaan

poissulkevia, eivätkä kaikki ole aina läsnä eri sosiaalisia medioita tarkastellessa (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011).

Identiteetti-teema kuvaa, kuinka kattavasti käyttäjät päättävät paljastaa identiteettiään sosiaalisessa mediassa tai vaihtoehtoisesti kuinka kattavasti sosiaalisen median palvelut antavat tai pakottavat käyttäjän kertomaan identiteetistään (Kietzmann, Silvestre, McCarthy & Pitt, 2012). Identiteettiin voivat liittyä läheisesti nimen, iän, sukupuolen, ammatin sekä sijainnin lisäksi myös subjektiivisemmat tiedot, jotka kertovat käyttäjästä tämän tiedostetuina tai tiedostamattomina itsensä esittämisen keinoin (Kaplan & Haenlein, 2010). Ryhmät-teema kuvaa, kuinka kattavasti käyttäjät voivat muodostaa ja liittyä yhteisöihin ja alayhteisöihin, jotka ovat joko kaikille avoimia, suljettuja tai salaisia. Tämä teema kuvaa myös kuinka kattavasti käyttäjät voivat kontrolloida jäsenyyttään tai jopa ryhmässä moderoida sosiaalisen median käyttäjistä tai ryhmistä aiheutuva vaikutusta. Suhteet-teema kuvaa puolestaan, kuinka kattavasti käyttäjät keskustelevat, jakavat sisältöä tai vain listaavat toisensa ystäviksi tai seuraajiksi heidän välilleen muodostetun suhteen kautta. Maine-teema kuvaa kuinka kattavasti käyttäjät tuntevat toisten käyttäjien ja palvelun sisällön sosiaalisen aseman. Keskustelut-teema kuvaa, kuinka kattavasti käyttäjät kommunikoivat toistensa kanssa sosiaalisessa mediassa. Monet sosiaalisen median ympäristöt on tarkoitukseltaan luotu juuri lisäämään keskusteluita, joissa käyttäjät tulevat tapaamaan toisiaan, etsimään töitä, löytämään elämäkumppania tai pysymään ajan tasalla uusista trendeistä ja ideoista. (Kietzmann, ym., 2012.) Jakaminen-teema kuvaa kuinka kattavasti käyttäjät vaihtavat, jakavat ja vastaanottavat sisältöä (Ozanne & Ballantine, 2010). Läsnäolo-teema kuvaa kuinka kattavasti käyttäjät tietävät ovatko toiset käyttäjät saavutettavissa palvelun kautta tiettyyn aikaan. Läsnäoloon liittyy tietäminen siitä, missä toiset käyttäjät ovat joko virtuaalisessa tai oikeassa maailmassa, tai esimerkiksi ovatko he palvelussa käytettävissä, kiireisiä tai tauolla. (Kietzmann, ym., 2012.)



KUVIO 1 Sosiaalisen median hunajakennomalli (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre 2011. 243)

Osa verkkoyhteisöpalveluista keskittyy enemmän käyttäjän identiteettiin ja osa taas esimerkiksi jakamiseen tai muihin esiteltyihin teemoihin. Mitkään tämän päivän suosituimmista verkkoyhteisöpalveluista eivät kuitenkaan keskity pelkästään yhteen teemaan, vaan ne ovat asettaneet tasapainon useiden eri teemojen välille. (Kietzmann, ym., 2012.) Smithin (2007) mukaan suosituilla verkkoyhteisöpalveluilla on tapana keskittyä kolmesta neljään eri teemaan.

2.3 Verkkoyhteisöpalvelu käsitteenä

Boydin ja Ellisonin (2007) mukaan verkkoyhteisöpalvelu-termillä tarkoitetaan verkkosivustoa, jossa käyttäjät luovat julkisia tai puolijulkisia profiileita, joissa he kokoavat listan muista käyttäjistä joiden kanssa haluavat olla yhteydessä, ja tarkastelevat sekä käyvät läpi yhteyksiensä profiileita sekä heidän yhteyksiään. Sanastokeskus TSK on määritellyt verkkoyhteisöpalveluiden olevan ”palveluita, jotka tarjoavat mahdollisuuden ihmisten välisten suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen tietoverkon kautta” (Sanastokeskus TSK, 2010). Boydin ja Ellisonin (2007) mukaan verkkoyhteisöpalveluiden käsitteen piiriin kuuluvat selkeiden yhteisöpalveluiden, kuten Facebookin ja LinkedInin lisäksi myös kuvien ja videoiden jakamiseen erikoistuneet sivustot, kuten Flickr ja Youtube. Jotkin sosiaalisen median teorioista ja viitekehyksistä ovat kuitenkin ristiriidassa Boydin ja Ellisonin (2007) määrittelyn kanssa, sillä muun muassa Lietsala ja Sirkkunen (2008) ovat jakaneet sosiaalisen median kategorioihin, joissa esimerkiksi sisällön jakaminen on erotettu omaksi kategoriakseen. Tässä tutkielmassa verkkoyhteisöpalvelut käsitetään Boydin ja Ellisonin (2007) määrittelyn mukaan.

Sivustojen luonteet ja niiden käyttöön yhdistetyt termit vaihtelevat eri verkkoyhteisöpalveluissa, mutta useimmille verkkoyhteisöpalveluille ominaista on, että ne mahdollistavat yksilöiden sosiaalisten verkostojen tuomisen näkyviksi. Verkkoyhteisöpalvelut eroavat toisistaan sen mukaan, miten paljon niiden käyttöön sisältyy uuden informaation jakamista, kommunikointivälineiden käyttöä sekä tekstien, videoiden ja kuvien jakamista.

2.4 Verkkoyhteisöpalveluiden esittelyä

Sosiaalisen median käytön kasvun myötä myös verkkoyhteisöpalveluiden suosio on kasvanut huomasti 2000-luvulla. Tässä tutkimuksessa esitellään lyhyesti Suomessa suuren suosion saavuttaneet verkkoyhteisöpalvelut LinkedIn, Facebook sekä Twitter.

LinkedIn, joka perustettiin vuonna 2003, on maailman laajin verkkoyhteisöpalvelu, jossa verkostoidutaan ammatillisesti. Sillä on yli 400 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää yli 200 maassa ympäri maailmaa (LinkedIn, 2016). LinkedInissä rekisteröityneet käyttäjät voivat rakentaa ammattimaista identiteettiään verkkoon ja pitää yhteyttä kollegoiden ja luokatovereiden kanssa. Käyttäjät

voivat edistää työuraansa löytämällä palvelusta uusia uramahdollisuuksia tutustumalla työelämän uusimpiin uutisiin, inspiroitumalla ja saamalla näkemystä eri aloihin. LinkedInin perimmäinen tarkoitus on tarjota työelämässä toimiville ihmisille alusta, jossa ammatilliset suhteet ja kytkökset saa tehtyä näkyväksi. Käyttäjät voivat linkittää profiilejaan yhteen tuntemiensa henkilöiden kanssa ja näin ollen myös tarkastella muiden yhteyksiensä verkostoja. Käyttäjien motiivi LinkedInin käytön taustalla on selkeästi työllistyvyyteen liittyvää (Benson, Morgan & Filippaios, 2014).

Facebook luotiin vuonna 2004 ja se on tällä hetkellä maailman suosituin verkkoyhteisöpalvelu. Palvelu on saavuttanut laajan suosion ja sillä oli vuoden 2015 lopussa yli 1.04 biljoonaa päivittäin aktiivista käyttäjää (Facebook, 2016). Facebook mahdollistaa käyttäjien itsensä esittämisen profiilin muodossa sekä ystävien lisäämisen, jotka voivat kommentoida toistensa sivuja sekä kirjoituksia ja katsella toistensa profiileja. Käyttäjien profiileista on mahdollista selvittää harrastuksia, kiinnostuksen kohteita, musiikkimakua sekä erilaisia henkilötietoja kuten asuinpaikka ja parisuhdestatus. Facebookin käyttäjät voivat myös liittyä erilaisiin ryhmiin kiinnostustensa kohteiden perusteella ja luoda, jakaa sekä osallistua tapahtumiin. (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007.) Facebook verkkoyhteisöpalvelua on tutkittu laajalti eri aloittain, sillä se tarjoaa runsaasti dataa ja tutkimusaiheita tutkijoille, jotka ovat kiinnostuneet sosiaalisten suhteiden käyttömahdollisuuksista (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Käyttäjien motiivi Facebookin käytön taustalla on ensisijaisesti yhteydenpito ystäviin, eikä niinkään työllistyvyyden parantaminen (Benson, Morgan & Filippaios, 2014).

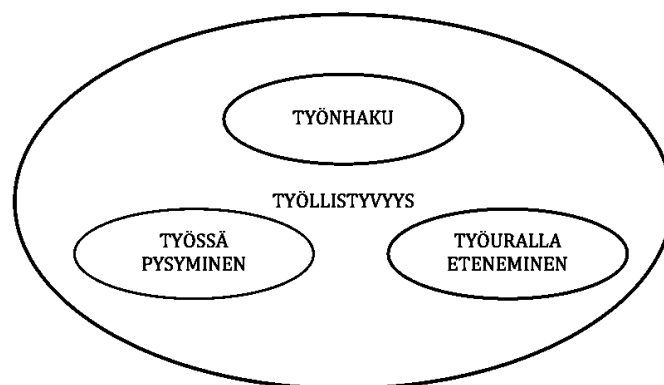
Twitter on mikroblogipalvelu, joka luotiin vuonna 2006. Palvelulla oli vuoden 2015 lopussa yli 320 miljoonaa kuukausittaista aktiivikäyttäjää (Twitter, 2016). Twitteriin rekisteröityneet käyttäjät pystyvät lähettämään sekä lukemaan omiaan sekä toisten käyttäjien tekstipohjaisia kirjoituksia eli twiittejä. Twiitit voivat sisältää korkeintaan 140 merkkiä ja verkkoyhteisöpalvelu onkin kuuluisa juuri tästä ominaisuudesta. Palvelussa on myös mahdollista twiitata kuvia, videoita sekä linkkejä eteenpäin. Kun viesti on lähetetty eteenpäin muiden käyttäjien luettavaksi, muut käyttäjät voivat lähettää sitä jälleen eteenpäin omien verkostojensa luettavaksi, mikä mahdollistaa tiedon nopean ja laajan levityksen käyttäjältä toiselle. Yhden twiitin on tutkittu tavoittavan keskiarvoltaan noin 1000 käyttäjää riippumatta siitä, kuinka paljon alkuperäisellä twiittaajalla on rekisteröityneitä seuraajia (Kwak, Lee, Park & Moon, 2010). Helpon ja nopean tiedon levittämisen vuoksi Twitter on tunnettu uutisten laajasta levittämisestä. Zhao ja Rosson (2009) tutkivat käyttäjien motiivia Twitterin käytön taustalla. Heidän tutkimuksensa mukaan usein toistuvat, pienet päivitykset yksilön elämästä mahdollistavat käyttäjien pysyvän ajan tasalla yhteyksiensä asioista. Koska twiitit kertovat usein juuri tietyllä hetkellä tapahtuvista asioista, koettiin niiden sisältö arvokkaammaksi kuin muiden vastaavien sosiaalisten medioiden sisältö, joka saattaa julkaistaessa olla jo vanhaa. (Zhao & Rosson, 2009.)

3 TYÖLLISTYVYYS

Tässä luvussa käsitellään työllistyvyyttä. Työllistyvyyden käsitteenmäärittelyssä erotellaan työllistyvyyden, työllistymisen sekä työllisyyden käsitteet. Käsitteenmäärittelyn jälkeen siirrytään tarkastelemaan työllistyvyyttä ilmiönä valtakunnallisen työllistyvyyden, työurien murroksen ja työnhaun kokemien muutosten kautta.

3.1 Työllistyvyys käsitteenä

Työllistyvyys (ks. kuvio 2) on moniulotteinen käsite, jolla käsitetään yhdistelmää yksilön kykyjä, taitoja ja tietoja, joiden avulla hän löytää töitä, pysyy töissä ja etenee työurallaan. Työllistyvyyden käsitteen voidaan näin ollen katsoa koostuvan työnhausta ja työllistymisestä, työssä pysymisestä sekä työuralla etenemisestä. (Tuominen, 2013.)



KUVIO 2 Työllistyvyyden käsitteen määrittely

Työllistyminen on aikaan sidottu hetkellinen tapahtuma, jossa työnhakija saavuttaa työnhaun tavoitteensa saamalla työpaikan (Tuominen, 2013). Työssä pysymisellä puolestaan käsitetään työelämässä pysymään pyrkivän henkilön työuran jatkumista eläkkeelle siirtymiseen saakka. Työuralla etenemisen käsite tarkoittaa yksilön omien tavoitteiden saavuttamista työurallaan. Yksilön henkilökohtaisesti asettamia tavoitteita voivat olla esimerkiksi työpaikalla yleneminen tai tiettyihin työtehtäviin pääsy. Työllisyyden käsitettä puolestaan käytetään kuvaamaan kaikkia palkansaajia ja itsenäisiä yrittäjiä, jotka toimivat jollain järjestelmän tuotantorajojen sisään kuuluvalla tuotantotoimialalla (Tilastokeskus, 2016). Työllistyvyyteen vaikuttavat yksilön henkilökohtaiset ominaisuudet sekä itsensä ja ominaisuuksiensa esille tuominen työmarkkinoilla, sosiaalinen konteksti, ympäristö sekä yhteiskunnallinen taloudellinen tilanne (Cedefop, 2008). Työllistyvyydestä on mahdollista erottaa yksilötason tarkastelun lisäksi esimerkiksi myös sosioekonomisia tai organisatorisia tasoja (Tuominen, 2013). Tässä tutkimuksessa tarkastellaan työllistyvyyttä yksilötason näkökulmasta.

3.2 Työllistyvyys ilmiönä

Suomessa 1990-luvun lama muutti perinteisen siirtymän koulutuksesta työelämään, jossa aiemmin toimittiin kunnes lopulta tuli aika siirtyä eläkkeelle. Laman myötä työpaikkoja katosi niin yksityiseltä kuin julkiseltakin sektorilta ja valtakunnallinen työttömyys nousi huomattavasti. Prosentteina ilmaistuna valtakunnallinen työttömyys nousi vuodesta 1990 vuoteen 1993 kolmesta prosentista noin 17 prosenttiin. (Tuominen, 2013.) Työttömyyden kasvaessa koulutusten kestot ovat pidentyneet, sillä työvoiman kysynnässä on arvioitu tarvittavan yhä korkeammin koulutettuja (Pyöriä, 2006). 2000-luvulla Suomi kansainvälistyi taloudellisesti ja kulttuurillisesti, ja vuosikymmentä leimasi talouden nousukausi, joka päättyi vuoden 2008 finanssikriisiin. Vuonna 2014 työllisyys heikkeni hieman ja työttömyys lisääntyi. Samalla naisten ja miesten työllisyysasteet lähenivät toisiaan. Prosentteina ilmaistuna vuonna 2014 valtakunnallinen työttömyysaste oli 8,7 prosenttia ja työllistyvyysaste 68,3 prosenttia. (Tilastokeskus, 2014.)

Työurat ovat tällä hetkellä murroksessa ja niiden rakenne on muuttumassa radikaalisti. Työuria on nykyään aikaisempaa hankalampi ennakoita, sillä niistä on tullut pirstaleisempia sekä monimuotoisempia. Toimeentulon hankkiminen useista eri lähteistä palkkatyötä sekä yrittäjyyttä yhdistellen on yksi tulevaisuuden työurien mahdollinen malli. Osa-aikaisten työsuhteiden sekä työvoiman vuokrauksen myötä tällaisten urien onkin arveltu olevan yleistymässä. Sekä vapaaehtoiset että pakolliset siirtymät työtehtävistä, organisaatioista tai ammateista toiseen muokkaavat työelämää ja työuria yhä enemmän ja taloudellinen epävarmuus lisää epäjatkuvuutta työurilla. Toisaalta Suomen väestörakenteen suuri muutos ikääntyvien sukupolvien myötä tuo mukanaan myös rekrytointitarpeita ja jopa työvoimapulaa. Osaavan työvoiman saaminen on tietyillä aloilla haasteellista. Työuran epävarmuuden, muutosten sekä katkosten myötä yksilön paineet oman työuransa hallinnasta ovat kasvaneet. (Koi-

vunen, Lämsä & Heikkinen, 2012.) Vastuu uranhallinnasta on siten siirtynyt entistä enemmän organisaatioilta yksilöille itselleen (Hind, 2005). Muutoksessa olevien urien myötä ymmärrys urasiirtymistä on tärkeää yksilön ohella myös organisaatioille, jotka tavoittelevat parempaa henkilöstöjohtamista ja haluavat pitää kiinni asiantuntijoistaan. Yksilöiden urasiirtymistä aiheutuu henkilökohtaisia ja taloudellisia kustannuksia sekä organisaatioille, työntekijöille että heidän perheilleen. (Koivunen, Lämsä & Heikkinen, 2012.)

Työurien pirstaloituessa on tärkeää tutkia työntekijöiden työllistyvyystaitoja siirryttäessä työpaikasta toiseen. Puhakka (2011) on tutkinut valtakunnallisen aineiston avulla korkeakoulutettujen työllistyvyyttä Suomessa ja kaksi kolmesta tutkimukseen osallistuneista oli viiden ensimmäisen työuravuotensa aikana työskennellyt vähintään kahdella eri työnantajalla. Joka kolmas vastaajista koki myös, että oman työtehtävän luonne muuttui näiden ensimmäisten viiden vuoden aikana. Työtehtävien vaihdot uran alkupuolella osoittavat Puhakan mukaan, että valmistuneilla on riittävästi työllistyvyystaitoja siirtyä työpaikasta ja -tehtävästä toiseen. (Puhakka, 2011.)

Nykypäivänä sosiaalinen media tarjoaa paljon mahdollisuuksia rekrytointiin, omien taitojen esille tuomiseen sekä verkostoitumiseen (Metsälä, 2013). Muutos rekrytointi- ja työnhakukentällä tapahtuu hitaasti pienten muutosten kautta, kun yhä useampi työnantaja ja työnhakija on alkanut ymmärtää sosiaalisen median palveluiden tarjoamia mahdollisuuksia (Wahl, 2013). Lähes puolet suomalaisyrityksistä käyttää nykypäivänä sosiaalista mediaa sekä työnantajamielikuvan rakentamisessa että rekrytoinnin tukena (Kaitale, 2013). Työntekijöiden rekrytointiprosessit vaihtelevat kuitenkin vielä huomattavasti eri työnantajilla. Koska kilpailu työpaikoista on kovaa ja samaan työpaikkaan saattaa olla useita satoja hakijoita, on muista hakijoista erottautuminen erityisen tärkeää. Rekrytointi voi perustua rationaaliseen arviointiin, jossa selvitetään hakijan kykyjä ja ominaisuuksia. Rationaalisella arvioinnilla rekrytoidessaan yritykset lähtevät liikkeelle siitä, että työnhakijan koulutus toimii signaalina hakijan oleteutuista kyvyistä ja taidoista (Spence, 1973). On kuitenkin olemassa myös muita rekrytointiin vaikuttavia tekijöitä rationaalisen lähestymistavan lisäksi ja varmistaakseen kyvykkäimpien työntekijöiden valinnan, joutuvat rekrytoijat etsimään hakijoista erottelevia tekijöitä myös muista kuin koulutusqualifikaatioista. Yhtäläisen koulutustason omaavien työnhakijoiden välillä keinoja erottautua ovat kirjallisuuden mukaan vapaaehtoistyön, verkostoitumisen sekä harrastusten ohella myös työnhakuprosessiin ja siihen liittyviin asiakirjoihin panostaminen. (Tuominen, 2013.)

4 VERKKOYHTEISÖPALVELUIDEN KÄYTÖN VAIKUTUKSET TYÖLLISTYVYYDELLE

Verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä voidaan katsoa olevan sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia yksilön työllistyvyyteen. Tässä luvussa keskitytään yksilön verkkoyhteisöpalveluiden käytön keinoihin, sekä niiden luomiin vaikutuksiin työllistyvyydelle. Palveluiden käytön keinojen esittelyssä painotetaan erityisesti jo tutkimuksessa esiteltyjen verkkoyhteisöpalveluiden (ks. luku 2.4) työllistyvyyteen liittyviä keinoja. Keinojen tarkastelun jälkeen siirrytään tarkastelemaan käytön vaikutuksia yksilön työllistyvyyteen hyödyiksi ja haitoiksi eroteltuna ja ne esitetään sosiaalisen median hunajakennomallin mukaisesti jaoteltuna. Lopuksi tutkielman tulokset esitellään tulostaulukointina.

4.1 Keinot

Sosiaalisessa mediassa luodaan ja jaetaan vapaaehtoisesti sisältöä kuten kuvia, videoita, tekstiä, musiikkia ja kirjoituksia erilaisten alustojen kautta. Ihmiset joko kehittävät sisällön jo olemassa olevasta sisällöstä, luovat sisällön kokonaan itse tai tuovat sen muualta. Luotu ja jaettu sisältö voi profiilin julkisuudesta riippuen olla joko näkyvissä vain valituille henkilöille tai kaikille palvelun käyttäjille.

Verkkoyhteisöpalveluissa oleva sisällön määrä on valtaisa. Jotta sisältö pystytään kohdentamaan juuri siitä kiinnostuneille käyttäjille, luovat käyttäjät henkilökohtaisia profiileja palveluun. Profiileihin täytettyjen tietojen perusteella käyttäjälle näytettävää sisältöä kohdennetaan (Lietsala & Sirkkunen, 2008). Itsensä esittämistä sosiaalisessa mediassa profiilien keinoin on tutkittu laajalti. Verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjillä on suurempi mahdollisuus kontrolloida itsensä esittämistä ja heistä muille käyttäjille ilmenevää kuvaa kuin kasvokkain kommunikoimalla. (El Ouiridi, Segers, El Ouiridi & Pais, 2015; Madden & Smith, 2010).

Työnantajien ja työnhakijoiden profiilien lisäksi verkkoyhteisöpalveluissa saattaa olla erillisiä alustoja tai ryhmiä, joiden käytön on suunnattu vaikuttavan

yksilön työllistyvyyteen. Esimerkiksi Facebook on luonut Social Jobs-sovelluksen, jonka tarkoituksena on helpottaa Yhdysvaltojen työttömyyttä sosiaalisen median hyödyntämisen keinoin. Palvelu on kuitenkin rajoittunut tällä hetkellä vain Yhdysvaltalaisiin Facebookin käyttäjiin. Sekä Facebookissa että LinkedInissä on myös suoraan työllistyvyyden edistämiseen liittyviä ryhmiä, joihin käyttäjät voivat liittyä keskustellakseen työllistyvyyteen liittyvistä asioista.

Verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjät voivat luoda erilaista sisältöä palveluihin niiden luonteesta riippuen. LinkedIn profiiliin käyttäjät voivat listata työkokemustaan ja muita työllistymiselle tärkeitä tietoja, kuten koulutuksen kautta hankittuja tietoja, muita taitoja sekä suoritettuja sertifikaatteja. Profiiliin on myös mahdollista lisätä työhakemus sekä ansioluettelo. Profiilin lisäksi käyttäjät voivat luoda sisältöä palveluun kirjoittamalla päivityksiä, lisäämällä kuvia sekä julkaisemalla erilaisia kirjoituksia kuvineen ja videoineen. Facebookissa sisältöä luodaan oman profiilin tietojen täyttämisen lisäksi statuspäivityksillä, kuvilla, tapahtumilla, ryhmillä sekä kiinnostuksen kohteiden sivuilla. Vaikka Facebookissa omaan profiiliin täytettävät tiedot koskevat pääpainotteisesti yksilön elämää yleisesti, eivätkä keskity työllistymiseen liittyviin seikkoihin, on käyttäjän kuitenkin mahdollista täyttää profiilinsa etusivulle myös työllistymiseen liittyviä tietoja. Käyttäjä voi laittaa muille käyttäjille näkyväksi nykyisen työpaikkansa, asemansa yrityksessä sekä kuvauksen työtehtävistään ja työllistymisajanjakson. Mikäli käyttäjä on työtön, on hänen mahdollista päivittää tietoihinsa ”työtön työnhakija” ja kertoa ammattiosaamisestaan tarkemmin. Käyttäjä voi myös halutessaan lisätä kuvien ja videoiden lisäämisen keinoin itsensä ammatillisen videoesittelyn sekä esimerkiksi työhakemuksen, ansioluettelon sekä suorittamiaan sertifikaatteja. Tämä on kuitenkin harvinaista. Twitterissä sisältöä luodaan lyhyiden twiittien avulla, joten esimerkiksi omasta työnhausta tiedottaminen on helppoa. Twitter profiiliin ei kuitenkaan voi liittää tiedostoja, kuten työhakemuksia tai ansioluetteloita.

Sisällön luomisen lisäksi kaikille verkkoyhteisöpalveluille yhteistä on muiden käyttäjien luomaan sisältöön tutustuminen ja sen eteenpäin jakaminen. Sekä LinkedInissä, Facebookissa että Twitterissä useilla yrityksillä on omat profiilinsa, joissa ne jakavat suoraan omaan yritykseen sekä yleisesti yrityksen alaan liittyviä tietoja. Käyttäjien on mahdollista tutustua tähän sisältöön sekä halutessaan jakaa sitä eteenpäin omille palveluun muodostamilleen verkostoille.

Käyttäjät verkottuvat verkkoyhteisöpalveluissa joko yhteen linkittyvän sisällön perusteella, varsinaisten näkyviksi tehtyjen oikeiden tai valheellisesti lisättyjen yhteyksien kautta tai verkkoyhteisöpalvelussa suorittamiensa toimien perusteella. Yleisesti sosiaalisen median sivustoilla sosiaalisia verkostoja tuodaan näkyviksi erilaisten sivustojen, verkostojen tai ryhmien avulla tai lisäämällä yhteyksiä muille näkyviksi pyytämällä heidät kavereiksi tai seuraajiksi. Käyttäjien varsinaiset sosiaaliset verkostot saattavat olla samoja tai poiketa suurestikin verkossa esittämistään verkostoista. (Lietsala & Sirkkunen, 2008.) Sekä Facebookissa, LinkedInissä että Twitterissä, verkostoiduttuaan toiseen palvelun käyttäjään on käyttäjien mahdollista lähettää toisilleen myös henkilökohtaisia viestejä.

4.2 Hyödyt

Verkkoyhteisöpalveluiden käytön aiheuttamien vaikutusten voidaan katsoa olevan työllistyvyydelle positiivisia, jos ne johtavat esimerkiksi työnpaikan saamiseen, töissä pysymiseen tai työuralla etenemiseen. Koska kolmasosa työntekijöistä seuraa avoimia työpaikkoja uusien uramahdollisuuksien toivossa, vaikka ei aktiivisesti etsikään työpaikkaa (Joos, 2008), on verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä hyötyjä myös niille työntekijöille, jotka eivät aktiivisesti työpaikkaa etsisikään. Seuraavaksi hyötyjä tarkastellaan sosiaalisen median hunajakennomallin (ks. luku 2.2) mukaisesti jaoteltuna.

Tarkastellaan hyötyjä ensin läsnäolo-teeman näkökulmasta. Koska useilla yrityksillä on profiilit suosituimmissa verkkoyhteisöpalveluissa, voi työnhakija tutustua työnantajiin niitä läpikäymällä. Työnhakija voi tutustua kokonaan uuteen työnantajaan tai saada työpaikan valintaan vaikuttavaa tietoa jo ennalta tutusta yrityksestä. Vastaavasti myös työnantaja voi tutustua työnhakijoihin verkkoyhteisöpalveluissa heidän käyttäjäprofiileitaan tutkailemalla. (Din, Anuar, Omar, Omar & Dahlan, 2015.) Kelkar ja Kulkarni (2013) tutkivat, miten rekisteröityneet käyttäjät käyttävät Facebookia työnhakuun. Tutkimukseen osallistuneista käyttäjistä 47% seuraa yrityksiä Facebookissa pysyäkseen ajan tasalla uusista rekrytoinneista ja yritysten uusista tuotteista. Tutkimuksen mukaan myös yksityisten käyttäjien kirjoituksista on saatavilla työllistyvyyttä edistävää tietoa. (Kelkar & Kulkarni, 2013.) Jos työnhakijalla on profiili verkkoyhteisöpalvelussa kuten LinkedIn, on työnantajan mahdollista tutustua työntekijään ja hänen työkokemukseensa omatoimisesti ja mahdollisesti koittaa rekrytoida työntekijä headhuntingin keinoin, vaikka työntekijä ei itse aktiivisesti töitä etsisikään.

Myös suhteet-teeman kannalta hyötyjä on useita. Verkkoyhteisöpalveluiden käyttö mahdollistaa suhteiden ylläpidon niin yksilön elämässä tiiviisti, kuin kaukaisestikin mukana olevien kontaktien kanssa. Verkkoyhteisöpalveluiden käyttö tekee erityisesti yksilöiden, joiden kanssa työntekijä ei ole päivittäin reaali maailmassa tekemisissä esimerkiksi maantieteellisen etäisyyden takia, suhteiden ylläpitämisestä helpompaa. Esimerkiksi vanhoihin opiskelutovereihin tai kollegoihin yhteyden ottamisen kynnyks mataloituu, kun käyttäjään on yhdistytty verkkoyhteisöpalveluissa kuten Facebook. (Skeels & Grudin, 2009.) Skeels ja Gurdin tutkivat Facebookin ja LinkedInin käyttöä ja sosiaalisten suhteiden muodostumista ja hyötykäyttöä. Heidän tutkimuksensa mukaan Facebookia käytetään keräämään ammatillista tietoa, ylläpitämään tietoisuutta kollegoista ja vahvistamaan työhön liittyviä suhteita. (Skeels & Grudin, 2009.) Zhaon ja Rosson (2009) Twitterin käyttöä tutkivassa tutkimuksessa selvisi, että verkottuminen Twitterin kautta auttoi käyttäjiä tuntemaan kollegansa paremmin. Tämä johtaa Zhaon ja Rosson (2009) mukaan siihen, että kollegoiden väivännäkö yhdessä työskentelyn eteen kasvaa.

Forret ja Dougherty (2004) tutkivat verkostoitumisen vaikutuksia työurala menestymiseen ja mahdollisia eroavaisuuksia miesten ja naisten verkostoitumisesta aiheutuviissa vaikutuksissa. Tutkimustulosten perusteella voitiin päätellä, että jonkin tyyppisellä verkostoitumisella on vaikutuksia yksilön uralla

menestymiseen. Sukupuoli eroavaisuuksilla todettiin olevan myös vaikutusta siihen, miten verkostoja käytetään hyväksi yksilön uran edistämiseen. (Forret & Dougherty 2004.) Kontaktit voivat edistää yksilön työllistävyyttä esimerkiksi neuvon työhakemuksen tai ansioluettelon paranteluun liittyvissä asioissa verkkoyhteisöpalveluissa. Vaihtoehtoisesti työnhakija voi katsoa myös mallia muilta käyttäjiltä heidän profiileihinsa tallentamistaan työhakemuksista verkkoyhteisöpalveluissa kuten LinkedIn. Burke ja Kraut (2013) ovat tutkineet työttömiksi jääneiden vuorovaikuttamista kontaktiansa kanssa Facebookissa ja vuorovaikuttamisen merkitystä työllistymiseen. Tutkimuksen mukaan yksilön suora vuorovaikutus hänen kontaktiansa kanssa auttoi uuden työpaikan löytymisessä (Burke & Kraut, 2013). Myös Garg ja Telang (2012) tutkivat sosiaalisessa mediassa verkottumisen piirteitä ja niiden vaikutusta työllistymiseen työttömien yksilöiden kohdalla. Tutkimuksen perusteella voitiin päätellä, että verkkovälitteillä vuorovaikutussuhteilla on merkittävä rooli työn etsimisprosessissa. Heikot siteet, eli kontaktit joiden kanssa vuorovaikutus on heikkoa, tarjosivat uutta informaatiota, joka voi olla työn löytymisen kannalta kriittistä. Vahvat siteet, eli kontaktit joiden kanssa vuorovaikutus on vahvaa, puolestaan korreloivat työtarjousten kanssa. (Garg & Telang, 2012.) Safkon (2010) mukaan yhden käyttäjän ammatillisten yhteyksien määrä kasvaa eksponentiaalisesti hänen yhteyksiensä omien verkostojen ja heidän verkostojensa johdosta. Tämä voi johtaa siihen, että aikaisempien suhteiden kautta muodostuu uusia suhteita, joita ei muutoin olisi syntynyt (Boyd & Ellison, 2007).

Sosiaalisten verkostojen teorian (ks. luku 2.2) mukaisesti on muodostettu päätelmä siitä, että jokainen yksilö on verkottunut enintään kuuden henkilön päähän kaikista muista maailman ihmisistä (Karinthy, 1929). Bakhshandeh, Samadi, Azimifar ja Schaeffer (2011) ovat tutkineet, kuinka monen askeleen päässä käyttäjät ovat toisistaan Twitterin kautta muodostettujen sosiaalisten verkostojen kautta. Heidän tutkimuksensa mukaan Twitterin käyttäjät voivat tavoittaa kenet tahansa muun käyttäjän vain 3.43 muun käyttäjän kautta (Bakhshandeh, Samadi, Azimifar & Schaeffer, 2011). Tutkimusten (esim. Garg & Telang, 2012) perusteella voidaankin olettaa, että erityisesti sosiaalisessa mediassa verkottumisella on merkittäviä vaikutuksia yksilön työllistävyyteen.

Maine-teeman kannalta keskeisin hyöty on yksilön maineen parantaminen verkkoyhteisöpalveluista ilmenevän profiilin avulla (Madden & Smith, 2010). Maine-teema liittyy läheisesti identiteetti-teemaan, jonka näkökulmasta hyötyjä tarkastellessa on keskeistä se, että verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjillä on suurempi mahdollisuus kontrolloida itsensä esittämistä ja heistä muille käyttäjille ilmenevää kuvaa, kuin kasvokkain kommunikoimalla. Omaa työntekijäkuvaansa on siis myös mahdollista parannella korostamalla hyviä puoliaan ja esittämällä itsensä positiivisessa valossa verkkoyhteisöpalveluiden profiileissa. (El Ouiridi, Segers, El Ouiridi & Pais, 2015; Madden & Smith, 2010.) Yksilöstä löytyvää tietoa on mahdollista kontrolloida verkkoyhteisöpalveluissa muuttamalla profiilien yksityisyysasetuksia, kustomoimalla muiden käyttäjien joukkoa, jotka saavat tarkastella käyttäjän profiilia sekä poistamalla epäsoveliaan tietoa palveluista. Osa käyttäjistä on tarkkoja tavasta, jolla esittävät itsensä verkkoyhteisöpalveluissa, kun taas osa ei rajoita itsestä löytyvää tietoa mitenkään. Madden ja Smith (2010) ovat tutkineet, kuinka käyttäjät seuraavat sekä omaa että muiden

käyttäjien verkosta ilmentyvää identiteettiä ja mainetta. Itsensä esittämistä verkkoyhteisöpalveluissa voidaan verrata itsensä markkinoimiseen ja erityisesti nuoret aikuiset käyttävät paljon aikaa tietynlaisen omakuvan rakentamiseen verkkoyhteisöpalveluihin (Madden & Smith, 2010). Myös Berger ja Milkman (2012) toteavat oman maineen edistämisen olevan yhtenä syynä sille, että käyttäjät jakavat tietyn tyyppistä sisältöä verkkoyhteisöpalveluissa.

Myös ryhmät-teeman kautta voidaan verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä löytää hyötyjä yksilön työllistyvyydelle. Ryhmiin liittymisen kautta käyttäjä voi tutustua uusiin ihmisiin ja näin ollen uudet kontaktit kasvattavat käyttäjän verkostoa, jonka avulla yksilö voi työllistyä. Käyttäjä voi myös liittyä verkkoyhteisöpalveluissa suoraan työllistyvyyden edistämiseen liittyviin ryhmiin. Sekä LinkedInistä että Facebookista löytyy useiden alojen työntekijöille ja -hakijoille suunnattuja ryhmiä, joissa jaetaan työn tekemiseen tai hakemiseen liittyviä tietoja. Näihin ryhmiin liittymisellä voi olla vaikutuksia yksilön työllistyvyyden edistämiseen (Skeels & Grudin, 2009.)

Keskustelut-teeman kannalta keskeisimpänä hyötynä voidaan pitää sitä, että omien verkostojen, tuntemattomien käyttäjien tai työnantajien kanssa on mahdollista käydä työllistyvyyteen liittyviä keskusteluja, joilla voi olla positiivisia vaikutuksia yksilön työllistyvyyteen (Garg & Telang, 2012).

Hyötyjä on tärkeää tarkastella myös jakamisen-teeman kannalta. Sisällön jakaminen voi myös edistää yksilön työllistyvyyttä, jos joku yksilön kontakteista jakaa esimerkiksi työpaikkailmoituksen verkkoyhteisöpalvelussa (Kaplan & Haenlein, 2010). Myös omaa osaamistaan on mahdollista jakaa esimerkiksi työhakemuksen muodossa, jolloin hakemus saa näkyvyyttä ja saattaa päätyä työllistymisen kannalta juuri oikean henkilön luettavaksi (Kelkar & Kulkarni, 2013). Berger ja Milkman (2012) tutkivat mikä saa Internetissä julkaistun sisällön leviämään. Heidän tutkimuksensa mukaan sisällön jakamisella ja laajalla levittämällä on yhteys yksilön tunteisiin. Iloisia tunteita herättävää sisältöä levitetään enemmän kuin surullista sisältöä. Myös käytännön hyötyä aiheuttavaa, kiinnostavaa ja yllättävää sisältöä jaetaan enemmän. Sen lisäksi, että käyttäjät jakavat sisältöä vain auttaakseen muita verkostojensa jäseniä, toivovat käyttäjät usein myös vastavuoroisuutta. Käyttäjä saattaa siis jakaa toisen käyttäjän ilmoituksia vastapalveluksen toivossa. (Berger & Milkman, 2012.)

Helsingin Sanomat kirjoitti vuoden 2015 lopussa esimerkkitapauksesta, jossa suomalaiskanadalainen työnhakija sai vakituisen työpaikan Suomesta hyödyntämällä verkkoyhteisöpalveluita. Hän verkostoitui LinkedInissä ja Facebookissa, haki töitä mobiilisovellusten sekä muiden rekrytointijärjestelmien kautta ja lopulta työllistyi kontaktien mahdollistaman videohaastattelun perusteella. (Nieminen, 2015.) Vastaavanlaisia tapauksia löytyy maailmalta todella paljon, joten voidaan päätellä, että verkkoyhteisöpalveluiden käytön hyötyjä työllistyvyyden edistämiseksi on alettu hiljalleen tiedostaa.

4.3 Haitat

Verkkoyhteisöpalveluiden käytön aiheuttamien vaikutusten voidaan katsoa olevan työllistyvyydelle negatiivisia, jos ne johtavat esimerkiksi varoituksen saamiseen, työuralla etenemisen estymiseen tai työsuhteen päättymiseen. Vaikka verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä johtuvat irtisanomiset ovat Suomessa harvinaisia, annetaan kirjallisia varoituksia suhteellisen usein. Irtisanominen johtuu kuitenkin harvoin pelkästä sosiaalisessa mediassa toimimisesta ja sen taustalla on usein muitakin tekijöitä. Myös haittoja tarkastellaan seuraavaksi sosiaalisen median hunajakennomallin (ks. luku 2.2) mukaisesti jaoteltuna.

Läsnäolo-teeman kannalta haittoja käsitellessä on keskeistä, että useimmiten varoitusten ja irtisanomisten taustalla on palveluihin rekisteröitymisen tai vääränlaisen sisällön luomisen sijasta verkkoyhteisöpalveluiden käyttö työajalla (Skeels & Grudin, 2009). Mikäli työnantaja irtisanoo työntekijän sosiaalisen median työajalla käyttämisen syistä, voi se vedota työtehtävien laiminlyöntiin. Työnantajan on myös mahdollista kieltää kokonaan tai rajoittaa sosiaalisen median käyttöä työpaikalla (Kaplan & Haenlein, 2010). Sosiaalisen median käytön ohjeistus vaihtelee työnantajien täyskielloista vertaisvalvontaan. Skeelsin ja Grudinin (2009) verkkoyhteisöpalveluiden käyttöä työajalla käsittelevässä tutkimuksessa haastatteleminen johtajien mielestä verkkoyhteisöpalveluiden käytön työajalla pitäisi olla vastoin yhtiön käytäntöjä, sillä niiden käyttö on ”tehokkuuden tappamista”.

Myös suhteet-teeman näkökulmasta aihetta tarkastellessa löytyy haittoja. Kollegoiden tai esimiesten kanssa verkkoyhteisöpalveluissa verkottuminen voi Skeelsin ja Grudinin mukaan (2009) aiheuttaa myös jännitteitä hierarkkisesta asemasta johtuen. Myöskään Kelkarin ja Kulkarnin (2013) Facebookin kautta työnhakua tarkastelevan tutkimuksen mukaan suurin osa käyttäjistä ei kokenut miellyttäväksi ammatillisten tuttavuuksien lisäämistä Facebook kavereiksi, sillä he eivät halunneet työ-verkostojensa tietävän liikaa heidän yksityiselämästään. Gargin ja Telangin (2012) mukaan liian suuri määrä kontakteja voi vaikuttaa jopa heikentävästi yksilön kykyyn etsiä töitä tehokkaasti. Myös Kang ja Lerman (2013) ovat todenneet, että vaikka verkoston kokoa kasvattaa, ei verkostossa olevan tiedon määrä kasva kuitenkaan loputtomiin. Yksilö ei myöskään pysty vastaanottamaan rajattomasti tietoa, joten sosiaalinen verkosto ei automaattisesti paranna yksilön tiedonsaantia kuin tiettyyn rajaan saakka. (Kang & Lerman, 2013.)

Haittoja on tärkeää tarkastella myös maine- ja identiteetti-teemojen kautta. Mikäli työntekijän käyttäjäprofiiliin listaamat tiedot eivät ole ajan tasalla tai muuten todenmukaisia, voivat ne antaa työntekijästä vääränlaisen kuvan hänen profiiliin tarkasteleville henkilöille. Työntekijä on voinut myös listata profiiliinsa tietoja, jotka vaikuttavat työnantajan työllistyvyyteen liittyvään päätöksentekoon negatiivisesti. Koska käyttäjien ystävien on mahdollista lisätä käyttäjän profiiliin tekstejä tai kuvia hänestä, voi yksilön olla myös vaikea hallinnoida mitä sisältöä hänen profiilissaan näkyy. (Kelkar & Kulkarni, 2013; Skeels & Grudin, 2009) Käyttäjä voi saada huonon maineen verkkoyhteisöpalveluiden kautta (Madden & Smith, 2010). Työllistyvyyteen ja yksityiselämään liittyvät

käyttäjäprofiilit tai niiden sisältämät tiedot voivat myös mennä keskenään sekaisin verkkoyhteisöpalveluissa. Tämä johtaa ongelmaan yksilön yksityisyyden rajan hämärtymisestä ja siitä, kuinka paljon ja mitä tietoja työnantaja saa työntekijästään tietää. (Brown & Vaughn, 2011; Dutta, 2010; Skeels & Grudin, 2009; Zhao & Rosson, 2009.) Skeelsin ja Grudinin (2009) tutkimuksen mukaan verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjät toivoisivat pystyvänsä erottamaan työverkostonsa vapaa-ajan-verkostoistaan. Koska statuspäivityksien lukijoita ei pysty ennalta määrittelemään, jätetään usein tiettyjä sisältöjä kokonaan jakamatta. Työhön ja yksityiselämään liittyvien profiilien sekoittuessa on myös mahdollista, että yksilöt alkavat kantamaan töitä kotiin verkkoyhteisöpalveluiden kautta. (Skeels & Grudin, 2009.)

Suoraan verkkoyhteisöpalveluiden ryhmiin kuulumisen työllistyvyydelle aiheuttamiin haittoihin liittyviä tutkimustuloksia ei löytynyt. Koska ryhmissä toimimiseen liittyy läheisesti ryhmissä keskustelu, voidaan keskusteluteeman kannalta selvitettyjen haittojen uskoa pätevän osittain myös ryhmät-teemaan.

Keskusteluteeman kannalta keskeisimpänä haittana on se, että työntekijä saattaa esittää verkkoyhteisöpalveluissa kärkkäitä mielipiteitä tai käydä sopimattomia keskusteluja. Drouin, O'Connor, Schmidt & Miller (2015) tutkivat laillisia näkökulmia ja nuorten aikuisten mielipiteitä sosiaalisen median käytöstä palkkaamis- ja irtisanomispäätöksiin vaikuttavina seikkoina. Tutkimukseen osallistuneista 6% oli menettänyt tai pelännyt menettävänsä työnsä sosiaaliseen mediaan jakamiensa kirjoitusten takia, mutta jopa 25% tunsu yksilön, joka oli joko menettänyt tai pelännyt menettävänsä työpaikkansa sosiaaliseen mediaan jakamiensa kirjoitusten takia. (Drouin, O'Connor, Schmidt & Miller, 2015.) Tässä törmätään kuitenkin yksilön sananvapauden ongelmaan. Työntekijää voidaan katsoa sitovan lojaalivelvoite myös työntekijän vapaa-aikana, jolloin työntekijän tulee olla lojaali työnantajaansa kohtaan ja työnantajan tulee voida luottaa työntekijään. Vaikka yksilöllä onkin siis oikeus henkilökohtaisiin mielipiteisiin, voi niiden esittäminen olla ongelmallista, jos ne vahingoittavat työnantajaa tai työyhteisöä. Yksilön sananvapaudesta on säädetty Suomen perustuslaissa. Perustuslain (731/1999) 12 §:n pääsäännön mukaan yksilön sananvapauteen liittyy "oikeus ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennakolta estämättä" (Suomen perustuslaki, 731/1999, 12 §). Lain soveltaminen työntekijöihin ja heidän Internetissä esittämiin mielipiteisiinsä ja keskusteluihin on osoittautunut ajoittain hankalaksi ja onkin pohdittu, tarvitaanko uusia lakeja ohjaamaan työntekijän käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa.

Haittoja on tärkeää käsitellä myös jakamisen-teeman näkökulmasta. Gargin ja Telangin (2012) sosiaalisen median verkottumista käsittelevässä tutkimuksesta selvisi, että liian suuri määrä kontakteja voi myös vaikuttaa heikentävästi yksilön kykyyn etsiä töitä tehokkaasti. Käyttäjät saattaa jättää jakamatta verkkoyhteisöpalveluissa tiedon siitä, että on jäänyt työttömäksi, koska ei halua jakaa sitä kaikkien verkostojensa kanssa. Suuret verkostot saattavat siis johtaa siihen, ettei käyttäjä uskalla jakaa sisältöä verkkoyhteisöpalveluissa pelätessään jakavan jotain verkostoilleen sopimatonta. (Garg & Telang, 2012.)

Dinin ym. mukaan työtä voi olla vaikea saada myös tulevaisuudessa aiemman sosiaalisessa mediassa käyttäytymisen vuoksi (Din, Anuar, Omar,

Omar & Dahlan, 2015). Työnantaja voi siis jättää työnhakijan rekrytoimatta vastaavan aiemman käytöksen takia, vaikka työnhakija ei vielä olisikaan toiminut sosiaalisessa mediassa epäsovivasti hakemaansa työpaikkaa kohtaan. Verkko-yhteisöpalveluista rekrytoinnin avuksi hankittuun tietoon liittyy läheisesti ongelma työntekijöiden yksityisyydestä, sillä tiedon ajantasaisuudesta, luotettavuudesta, virheettömyydestä sekä henkilön tunnistamisesta ei saada täyttä varmuutta. Yksityisyyden suojaa työelämässä koskevan lain (759/2004, työelämän tietosuojalaki) 4 §:n pääsäännön mukaan työnantajan tai tämän edustajan tulee kerätä työntekijöiden tai työnhakijoiden henkilötiedot ensisijaisesti työntekijältä tai -hakijalta itseltään. Mikäli työnantaja kerää henkilötietoja muualta kuin suoraan työntekijältä, on häneltä hankittava suostumus tietojen keräämiseen. Tämänlainen tietojen kerääminen koskee myös tietoverkoista eli esimerkiksi Internetistä kerättyä tietoa. Jos työntekijä ei anna suostumustaan tietojen keräämiseen tai suostumusta on asian laatu huomioon ottaen mahdotonta pyytää, on työnantajalla oikeus hankkia tietoja ilman suostumusta kahdella edellytyksellä. Tietoja voi hankkia vain silloin, kun ne ovat lain 3 §:n tarpeellisuusvaatimuksen mukaisesti välittömästi tarpeellisia työsuhteen kannalta. Tietojen hankintaan on lisäksi oltava selvä peruste, joka liittyy työntekijän luotettavuuden selvittämiseen. Luotettavuuden selvittämiseen ilman työntekijän suostumusta on kuitenkin tiukat kriteerit, joita tavanomainen työ ei täytä. (Työelämän tietosuojalaki, 759/2004, 3 § & 4 §.)

Yle uutisoi vuoden 2015 lopulla työnhakijoiden googlettamisesta, kertoen tietosuojavaltuutetun, Elinkeinoelämän keskusliiton sekä Suomen ammattiliittojen keskusjärjestön mielipiteet asiaan. Tietosuojavaltuutettu ei suosittele työnhakijan googlettamista, sillä yksityisyyden suojasta työelämässä kertovan lain pääsääntö on tietosuojavaltuutetun mukaan selkeä. Työnmarkkinaosapuolet ovat sopineet keskenään, että tiedot on ensisijaisesti hankittava työnhakijalta itseltään, joten tätä käytäntöä tulisi tietosuojavaltuutetun mukaan noudattaa. Suomen elinkeinoelämän keskusliitossa EK:ssa katsotaan kuitenkin, että työnantaja saa googlettaa työnhakijan. EK:n kanta on, ettei työelämän tietosuojalakiä rikota googlettamalla niin kauan, kuin työnantaja ei talleta keräämiään tietoja henkilötietorekisteriin. Suomen ammattiliittojen keskusjärjestö SAK kokee työnhakijan googlettamisen arvetuttavana. SAK:sta arvioidaan, että työnhakijoiden googlettaminen on Suomessa yleistä. Varsinaista tilastotietoa asiasta ei kuitenkaan ole saatavilla. (Haapanen, 2015.) Yhdysvaltalaisista rekrytoijista ja henkilöstöammattilaisista 75% kertoi käyttävänsä Internetistä löytyvää tietoa hyväkseen rekrytoidessaan (Dutta, 2010).

Verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä aiheutuvat haitat ovat alkaneet myös tulla hiljalleen esiin, kun tapauksien määrä on lisääntynyt ja aiheesta on alettu uutisoida. Esimerkiksi Yle kirjoitti syksyllä 2009 tapauksesta, jossa Palvelualojen ammattiliitto PAM selvitti tapausta, jossa työnantajaansa Facebookissa haukkunut sai potkut (Mansikka, 2009).

4.4 Tulostaulukointi

TAULUKKO 1 Verkkoyhteisöpalveluiden käytön vaikutukset työllistyvyydelle sosiaalisen median hunajakennomallin mukaisesti esitettynä

	Hyödyt	Haitat
Läsnäolo	Työnhakijaan tutustuminen (Din, Anuar, Omar, Omar & Dahlan, 2015) tai työnantajaan tutustuminen (Din, Anuar, Omar, Omar & Dahlan, 2015).	Verkkoyhteisöpalveluiden käyttö työaikana (Skeels & Grudin, 2009).
Suhteet	Suhteiden ylläpitäminen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Kontaktien kautta työllistyminen (Burke & Kraut, 2013). Verkostoitumisesta johtuva uralla eteneminen (Zhao & Rosson, 2009; Forret & Dougherty 2004).	Kollegoiden tai esimiesten kanssa verkottumisen aiheuttamat jännitteet hierarkkisesta asemasta johtuen (Skeels & Grudin, 2009). Liian suuri määrä kontakteja, joka vaikuttaa heikentävästi yksilön kykyyn etsiä töitä tehokkaasti (Garg & Telang, 2012).
Maine	Maineen parantaminen verkkoyhteisöpalvelusta ilmenevän profiilin avulla (Madden & Smith, 2010).	Huonon maineen saaminen verkkoyhteisöpalveluiden kautta (Madden & Smith, 2010).
Identiteetti	Oman työntekijäkuvansa parantelu ja positiivisessa valossa esittäminen (El Ouiridi, Segers, El Ouiridi & Pais, 2015).	Työntekijän käyttäjäprofiiliin listatut tiedot eivät ole ajan tasalla tai todenmukaisia ja antavat työntekijästä vääränlaisen kuvan (Kelkar & Kulkarni, 2013; Skeels & Grudin, 2009). Työllistymiseen ja yksityiselämään liittyvien profiilien sekoittuminen ja sitä kautta työntekijän yksityisyyden rajan hämärtyminen (Brown & Vaughn, 2011; Zhao & Rosson, 2009; Skeels & Grudin, 2009) ja töiden kotiin kantaminen (Skeels & Grudin, 2009).
Ryhmät	Työllistyvyyttä edistäviin ryhmiin kuulumisen (Skeels & Grudin, 2009).	(Jatkotutkimuksia kaivataan)
Keskustelut	Työhön liittyvien keskustelujen käyminen omien verkostojen, tuntemattomien käyttäjien tai työnantajien kanssa (Garg & Telang, 2012).	Kärkkäiden mielipiteiden ja sopimattomien keskustelujen käyminen (Drouin, O'Connor, Schmidt & Miller, 2015).
Jakaminen	Verkoston jakaman työpaikkailmoituksen näkeminen (Kaplan & Haenlein, 2010). Oman työhakemuksen tai ansioluettelon jakaminen ja leviäminen (Kelkar & Kulkarni, 2013).	Käyttäjä ei uskalla jakaa sisältöjä pelätessään jakavan jotain sopimatonta (Garg & Telang, 2012; Skeels & Grudin, 2009).

5 YHTEENVETO

Sosiaalisen median käytön merkitys on kasvanut ihmisen arjessa ja nykyään se yhdistää entistä saumattomammin myös yksilöiden julkisen ja yksityisen elämän (Brown & Vaughn, 2011). Sosiaalisen median verkkoyhteisöpalveluiden käyttö on laajentunut koskemaan myös työelämää ja yksilöt voivat mahdollisesti hyötyä palveluiden käytöstä myös ammatillisesta näkökulmasta. Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää verkkoyhteisöpalveluiden käytön työllistyvyydelle aiheuttamia hyötyjä ja haittoja. Aihetta tutkittiin aiempiin tutkimuksiin pohjautuvana kirjallisuuskatsauksena.

Luvussa yksi käsiteltiin sosiaalisen median ja verkkoyhteisöpalvelun käsitteitä, tarkasteltiin muutamaa sosiaalisen median teoriaa ja mallia sekä verkkoyhteisöpalveluita. Sosiaalinen media on käsitteenä monisyinen ja kompleksinen, eikä sen sisällöstä vallitse täyttä yksimielisyyttä. Sosiaalisen median ja työllistyvyyden suhdetta käsiteltäessä sosiaalisen median teorioista ja malleista keskeisimpiä ovat sosiaalisten verkostojen teoria sekä sosiaalisen median huna-jakennomalli. Verkkoyhteisöpalvelu-termillä tarkoitetaan verkkosivustoa, jossa käyttäjät luovat julkisia tai puolijulkisia profiileita, joissa he kokoavat listan muista käyttäjistä joiden kanssa haluavat olla yhteydessä ja tarkastelevat sekä käyvät läpi yhteyksiensä profiileita sekä heidän yhteyksiään (Boyd & Ellison, 2007).

Luvussa kaksi käsiteltiin työllistyvyyden käsitettä ja työllistyvyyttä ilmiönä. Työllistyvyys on moniulotteinen käsite, jolla käsitetään yhdistelmää yksilön kykyjä, taitoja ja tietoja, joiden avulla hän löytää töitä, pysyy töissä ja etenee työurallaan. Työurat ovat murroksessa ja niiden rakenne on muuttumassa radikaalisti. Sosiaalisella medially on suuri mahdollisuus toimia tulevaisuudessa erityisen tehokkaana osana rekrytointiprosessia, sillä sosiaalinen media tarjoaa paljon mahdollisuuksia rekrytointiin, omien taitojen esille tuomiseen sekä verkostoitumiseen. Sosiaalisen median käyttäjistä suuri osa on nuorehkoja aikuisia, mikä on myös useiden eri rekrytoijien kannalta optimaalinen ikäryhmä uusien työntekijöiden etsimiseen. Eri verkkoyhteisöpalveluiden asema rekrytoijien ja työnhakijoiden välisenä kanavana on vahvistumassa (Kelkar & Kulkarni, 2013). Verkkoyhteisöpalveluiden ammatillinen käyttö on kasvanut huomattavasti viime vuosina (Skeels & Grudin, 2009).

Luku kolme alkoi verkkoyhteisöpalveluiden käytön keinojen sekä niiden käytöstä työllistyvyydelle aiheutuvien hyötyjen tarkastelulla. Verkkoyhteisöpalveluiden käytöllä voidaan katsoa olevan useita hyötyjä yksilön työllistymiselle. Näitä hyötyjä ovat työnhakijaan tai työnantajaan tutustuminen (Din, Anuar, Omar, Omar & Dahlan, 2015), suhteiden ylläpitäminen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007), kontaktien kautta työllistyminen (Burke & Kraut, 2013) sekä verkostoitumisesta johtuva uralla eteneminen (Forret & Dougherty 2004). Hyötyjä ovat myös maineen parantaminen (Madden & Smith, 2010), oman työntekijäkuvansa parantelu ja positiivisessa valossa esittäminen (El Ouiridi, Segers, El Ouiridi & Pais, 2015), työllistyvyyttä edistäviin ryhmiin kuuluminen (Skeels & Grudin, 2009) sekä työhön liittyvien keskustelujen käyminen (Garg & Telang, 2012). Verkoston jakaman työpaikkailmoituksen näkeminen (Kaplan & Haenlein, 2010) sekä oman työhakemuksen tai ansioluettelon jakaminen ja leviäminen (Kelkar & Kulkarni, 2013) ovat myös käytöstä aiheutuvia hyötyjä. Ensisijaisen paljon hyötyjä seuraa suoraan työllistymisen edistämiseen luotujen verkkoyhteisöpalveluiden, kuten LikedInin, käytöstä.

Luvussa kolme käsiteltiin myös verkkoyhteisöpalveluiden käytöstä työllistyvyydelle aiheutuvia haittoja. Näitä haittoja ovat verkkoyhteisöpalveluiden käyttö työaikana (Skeels & Grudin, 2009), kollegoiden tai esimiesten kanssa verkottumisen aiheuttamat jännitteet (Skeels & Grudin, 2009) sekä liian suuri määrä kontakteja (Garg & Telang, 2012). Haittoja aiheutuu myös mikäli työntekijän käyttäjäprofiiliin listatut tiedot eivät ole ajan tasalla tai todenmukaisia (Skeels & Grudin, 2009) sekä työllistymiseen ja yksityiselämään liittyvien profiilien sekoittuminen ja sitä kautta työntekijän yksityisyyden rajan hämärtyminen (Brown & Vaughn, 2011; Skeels & Grudin, 2009) ja töiden kotiin kantaminen (Skeels & Grudin, 2009). Haittoja voivat aiheuttaa myös kärkkäiden mielipiteiden esittäminen ja sopimattomien keskustelujen käyminen (Drouin, O'Connor, Schmidt & Miller, 2015) sekä se, että käyttäjä ei uskalla jakaa haluamiaan sisältöjä verkkoyhteisöpalveluissa (Skeels & Grudin, 2009). Erityisesti verkkoyhteisöpalveluiden, jotka linkittyvät tiiviisti yksilön yksityiselämään eivätkä ole tarkoitettu nimenomaan työllistyvyyden edistämiseen, käyttö voi aiheuttaa haittoja yksilön työllistyvyydelle. Verkkoyhteisöpalveluiden kautta työntekijästä tietojen kerääminen aiheuttaa kuitenkin ongelmia yksilön sananvapauden ja yksityisyyden suhteen. On tiedostettava myös, että vaikka työnhakijasta verkkoyhteisöpalveluiden kautta kerätyt tiedot eivät saisi virallisesti palkkauspäätökseen vaikuttaa, näin kuitenkin tapahtuu. Luvun kolme lopussa esiteltiin tulostaulukko (ks. taulukko 1), jossa verkkoyhteisöpalveluiden käytön hyödyt ja haitat työllistyvyydelle oli jaoteltu sosiaalisen median hunajakennomallin mukaisesti.

Tutkimuksessa onnistuttiin vastaamaan tutkimuskysymykseen verkkoyhteisöpalveluiden käytön aiheuttamista hyödyistä ja haitoista työllistyvyydelle. Tutkimustulokset esiteltiin tulostaulukkona (ks. taulukko 1). Aiheesta löytyi riittävästi tutkimustietoa ja tutkielma antaa aiheesta yleiskuvan sekä auttaa hahmottamaan verkkoyhteisöpalveluiden käytön vaikutuksia työllistyvyydelle. Koska verkkoyhteisöpalveluiden käytön vaikutuksia työllistyvyydelle ei ole tutkittu vielä laajasti, kaippaa aihe kuitenkin vielä lisätutkimuksia tulevaisuudessa. Koska tämän tutkimuksen hyötyjen ja haittojen tarkastelu jäi tutkimuk-

sen lyhyiden vuoksi pintapuoliseksi, voisi aiheesta tehdä vielä kattavamman ja syvällisemmän tutkimuksen. Yksi jatkotutkimusaihe voisi erityisesti olla vielä tarkempi haittojen tutkiminen, sillä niiden tutkiminen on toistaiseksi ollut vielä pintapuolista. Koska sosiaalisen hunajakennomallin mukaisesti hyötyjä ja haittoja tutkittaessa ryhmät-teemaan ei löytynyt haittoja, olisi se myös yksi mahdollinen jatkotutkimusaihe. Olisi kiinnostavaa tutkia myös, onko käyttäjien demografisilla ominaisuuksilla vaikutusta siihen, miten verkkoyhteisöpalveluita käytetään työllistyvyyden edistämiseksi. Verkkoyhteisöpalveluiden käytön rekrytoinnissa aiheuttamia haittoja olisi myös kiinnostavaa tutkia, sillä työnantajan näkökulmasta tällä hetkellä tehdyt tutkimukset keskittyvät lähinnä niiden käytöstä aiheutuviin hyötyihin.

LÄHTEET

- Bakhshandeh, R., Samadi, M., Azimifar, Z. & Schaeffer, J. (2011). Degrees of separation in social networks. Fourth Annual Symposium on Combinatorial Search.
- Benson, V., Morgan, S. & Filippaios, F. (2014). Social career management: Social media and employability skills gap. *Computers in Human Behavior*, 30, 519-525.
- Berger, J. & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 221, 223.
- Brown, V. R. & Vaughn, E. D. (2011). The writing on the (facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. *Journal of Business and Psychology*, 26(2), 219-225.
- Burke, M. & Kraut, R. (2013). Using facebook after losing a job: Differential benefits of strong and weak ties. *Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, (1419-1430). ACM.
- Cedefop. (2008). Terminology of European education and training policy. Haettu 4.4.2016 osoitteesta http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/4064_en.pdf
- Din, S. Z. M., Anuar, R. H. M., Omar, N., Omar, H. & Dahlan, J. M. (2015). Discovering the use of online recruitment via social media of student internship. *Procedia Economics and Finance*, 31, 856-860.
- Drouin, M., O'Connor, K. W., Schmidt, G. B. & Miller, D. A. (2015). Facebook fired: Legal perspectives and young adults' opinions on the use of social media in hiring and firing decisions. *Computers in Human Behavior*, 46, 123-128.
- Dutta, S. (2010). What's your personal social media strategy. *Harvard Business Review*, 88(11), 127-130.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends": social capital and college students use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1144.
- El Ouiridi, M., Segers, J., El Ouiridi, A. & Pais, I. (2015). Predictors of job seekers' self-disclosure on social media. *Computers in Human Behavior*, 53, 1-12.
- Erkkola, J., P. (2008). Sosiaalisen median käsitteestä. *Taideteollinen korkeakoulu. Lopputyö*. 20, 83. Haettu 1.4.2016 osoitteesta <https://www.taik.fi/optika/index.php?clear=yes&type=1>
- Facebook. (2016). Facebook Newsroom. Statistics. Haettu 1.4.2016 osoitteesta <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- Forret, M. L. & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: Differences for men and women? *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 419-437.

- Garg, R. & Telang, R. (2012). Role of online social networks in job search by unemployed individuals. Thirty Third International Conference on Information Systems, 1-15, Orlando, USA.
- Haapanen, L. (2015). Kerro, kerro Google, ken on hakijoista sopivin – Kannattaako työnhakija googlata? Haettu 26.4.2016 osoitteesta http://yle.fi/uutiset/kerro_kerro_google_ken_on_hakijoista_sopivin__kannattaako_tyonhakija_googlata/8163793
- Hind, P. (2005). Making room for career change. *Career Development International*, 10(4), 268.
- Joos, J. G. (2008). Social media: New frontiers in hiring and recruiting. *Employment Relations Today*, 35(1), 51-59.
- Kaitale, S. (2013) Sosiaalinen media yrityksissä – resurssisyöppö ilmiö vai menestymisen avain. Rekrytointi murroksessa - Töitä Facebookista, verkostoja Twitteristä. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. 23. Haettu 1.4.2016 osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54223/2013_D1.pdf?sequence=2
- Kang, J. & Lerman, K. (2013). Structural and cognitive bottlenecks to information access in social networks. *Proceedings of the 24th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, (s. 51-59), Paris, France.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karinthy, F. (1929). Chain-Links. Translated from Hungarian and annotated by Adam Makkai and Enikő Jankó.
- Kelkar, A. & Kulkarni, S. (2013). Value of facebook for job search: Languishing present to a lucrative future. *Information Society*, 2013 International Conference, (222-226). IEEE.
- Kietzmann, J. H., Silvestre, B. S., McCarthy, I. P. & Pitt, L. F. (2012). Unpacking the social media phenomenon: Towards a research agenda. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 109-119.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 243.
- Kitchenham, B. (2004). Procedures for performing systematic reviews. Keele, UK, Keele University, 33(2004), 1-26.
- Koivunen, M., Lämsä, A. & Heikkinen, S. (2012). Ura siirtymät muuttuvassa työelämässä: Analyysi urasiirtymän käsitteestä. 6-7. Haettu 1.4.2016 osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/39926/978-95139-4663-0.pdf?sequence=1>
- Krause, J., Croft, D. P. & James, R. (2007). Social network theory in the behavioural sciences: potential applications. *Behavioral Ecology and Sociobiology* 62(1), 15-27.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H. & Moon, S. (2010). What is twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*. 600. ACM.

- Langford, P. H. (2000). Importance of relationship management for the career success of Australian managers. *Australian Journal of Psychology*, 52(3), 163-168.
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Hypermedia Laboratory Net Series 17. First edition. Tampere Suomen yliopistopaino Oy. 17, 20. Haettu 7.4.2016 osoitteesta <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf?sequence=1>
firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2138/1945
- LinkedIn. (2016). What is LinkedIn? Haettu 1.4.2016 osoitteesta https://www.linkedin.com/static?key=what_is_linkedin&trk=hb_wha
- Madden, M. K. & Smith, A. W. (2010). Reputation management and social media: How people monitor their identity and search for others online Pew Internet & American Life Project.
- Mansikka, H. (2009). Työnantajaa Facebookissa haukkunut sai potkut. Yle. Haettu 11.4.2016 osoitteesta http://yle.fi/uutiset/tyonantajaa_facebookissa_haukkunut_sai_potkut/5907002
- Metsälä, M. (2013) Sosiaalinen media auttaa erottumaan hakijamassasta. Rekrytointi murroksessa – Töitä Facebookista, verkostoja Twitteristä. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. 15. Haettu 1.4.2016 osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54223/2013_D1.pdf?sequence=2
- Nieminen, A. (2015). Viisi trendiä muuttaa työnhaun – Vivi Brookella on kokemusta niistä kaikista. Helsingin Sanomat. Haettu 11.4.2014 osoitteesta <http://www.hs.fi/ura/a1446092070558>
- Ozanne, L. K. & Ballantine, P. W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? an examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
- Puhakka, A. (2011): Maistereiden työssään tarvitsemia taitoja kartoittamassa. Teoksessa Puhakka, Antero & Tuominen, Visa (toim.) (2011) *Kunhan kuluu viisi vuotta – ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneiden työurat*. Suomen akateemiset rekrytointipalvelut, Aarresaari-verkosto. Juvenes-Print, Tampereen yliopistopaino, 61–86.
- Pyöriä Pasi (2006): *Tietotyö Suomessa – teoreettisia ja empiirisiä huomiota*. Työpoliittinen aikakauskirja, Vol. 49 (3), 23–33.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Sanastokeskus TSK. (2010). Sosiaalisen median sanasto. Haettu 4.4.2016 osoitteesta http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto
- Skeels, M. M. & Grudin, J. (2009). When social networks cross boundaries: A case study of workplace use of facebook and linkedin. *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work*, (95-104). ACM.
- Smith, G. (2007). Social software building blocks. Haettu 11.4.2016 osoitteesta <http://nform.com/ideas/social-software-building-blocks/>

- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Suomen perustuslaki, (1999). Sananvapaus ja julkisuus. Haettu 8.4.2016 osoitteesta <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>
- Tilastokeskus. (2014). Työvoimatutkimus. Työllisyys ja työttömyys 2014. Haettu 1.4.2016 osoitteesta http://tilastokeskus.fi/til/tyti/2014/13/tyti_2014_13_2015-04-28_fi.pdf
- Tuominen, V. (2013). Maistereiden työllistyvyys. Väitöskirja, Itä-Suomen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Tampere Suomen yliopistopaino Oy. 22-23, 25. Haettu 7.4.2016 osoitteesta http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-1118-6/urn_isbn_978-952-61-1118-6.pdf
- Työelämän tietosuojalaki. (2004). 759/2004, 4 §. Helsinki. Haettu 10.4.2016 osoitteesta <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2004/20040759>
- Twitter. (2016). Twitterin käyttö. Yritystietoja. Haettu 1.4.2016 osoitteesta <https://about.twitter.com/fi/company>
- Wahl, A. C. (2013). Vallankumousta odotellessa – some-rekrytoinnin ja työnhaun kehittyminen Suomessa. Julkaisussa rekrytointi murroksessa – Töitä Facebookista, verkostoja Twitteristä. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. 9. Haettu 1.4.2016 osoitteesta http://samk.pikakirjakauppa.fi/images/kurkkaa/8A/9789516330986/2013_D_1_jobijobi_matalar.pdf
- Wolff, H. & Moser, K. (2009). Effects of networking on career success: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 196.
- Zhao, D. & Rosson, M. B. (2009). How and why people twitter: The role that micro-blogging plays in informal communication at work. *Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work*, (243-252). ACM.