

Kunta-alan tutkijoiden läsnäolo sosiaalisessa mediassa

Sisällys

1. Tutkimuksen esittely.....	2
2. Tutkimukseen vastanneet	3
3. Somen nykyinen käyttö	4
4. Miten tutkijat käyttävät somea työtehtävissään.....	8
5. Sosiaalisen median tulevaisuus tutkijoiden työvälineenä	10
6. Kysely kuntien päättäjille sosiaalisen median käytöstä.....	14

1. Tutkimuksen esittely

Syksyllä 2013 Kunnallisalan kehittämissäätiö teki kyselyn kuntien päättäjille sosiaalisen median käytöstä (tuloksia sivulla 14).

Syksyllä 2014 teimme kyselyn 360:lle kunta-alan tutkijalle sosiaalisen median käytöstä nyt ja tulevaisuudessa. Tutkijoiden joukossa oli mm. säätiön apurahatutkijat, jo väitelleet apurahatutkijat ja tieteellisen neuvottelukunnan nykyiset ja entiset jäsenet. Kyselyyn vastattiin nimettömästi, mutta vastaajat kertoivat itsestään joitakin taustatekijöitä. Kyselyyn vastasi 120 henkilöä (33 %).

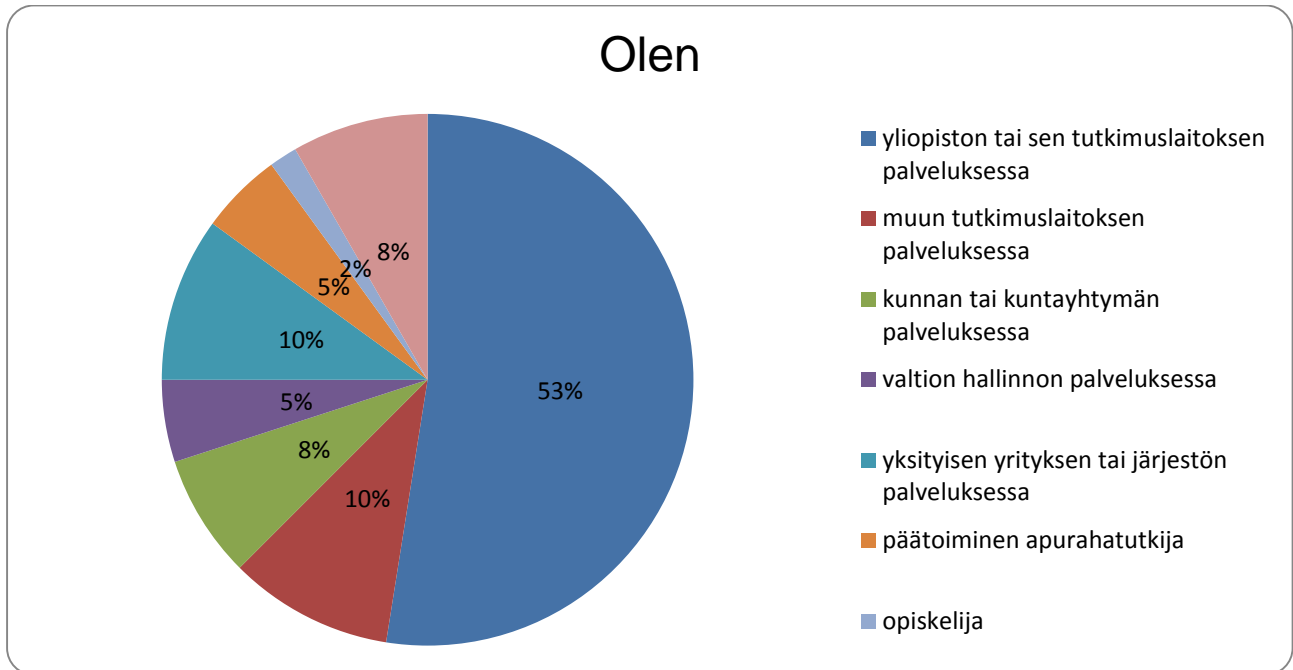
Tutkijoilta kysyttiin sosiaalisen median käyttöä yksityishenkilöinä ja työtehtävien hoitamisessa. Kysyimme mm. eniten käytettyjä sosiaalisen median sovelluksia ja sosiaaliseen mediaan käytettyä aikaa/päivä.

Vastaajat kertoivat myös visioistaan sosiaalisesta mediasta.

Tässä kyselyssä sosiaalisella medially (some) tarkoitetaan verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja tiedon vastaanottajana olon lisäksi.

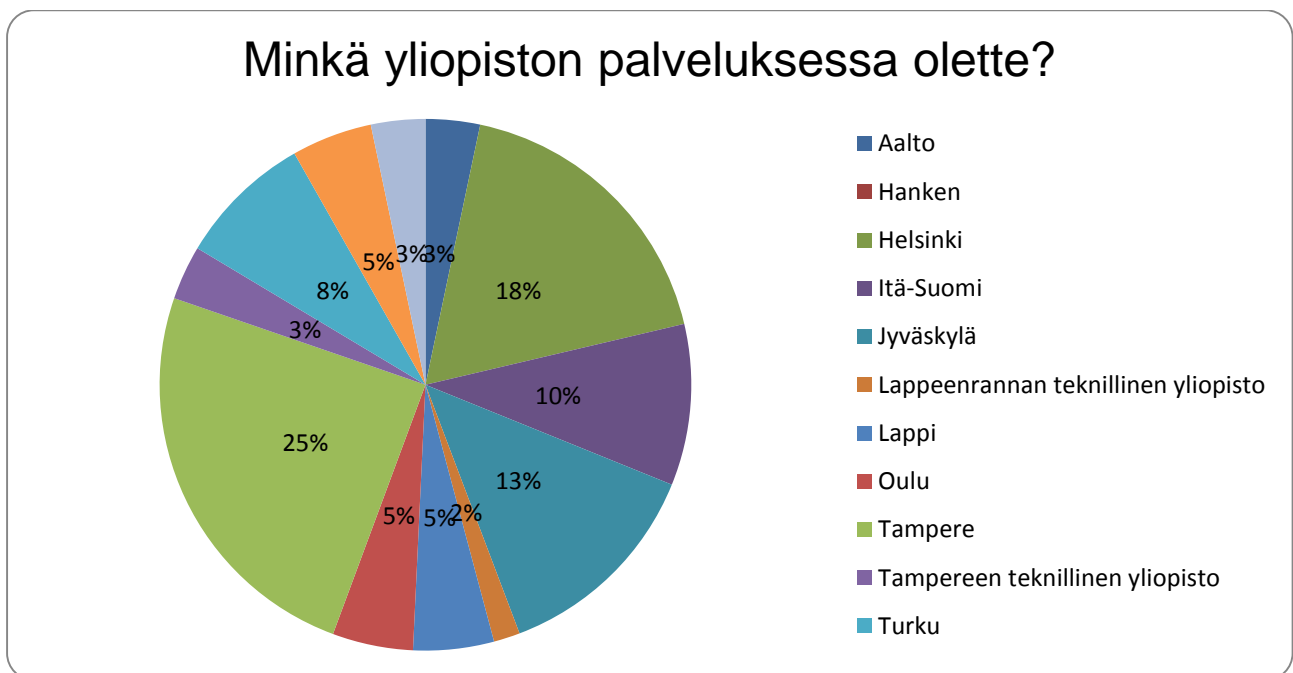
2. Tutkimukseen vastanneet

Tutkimukseen vastanneista yli puolet (63 %) ovat yliopiston tai sen tutkimuslaitoksen palveluksessa (Kuvio 1).



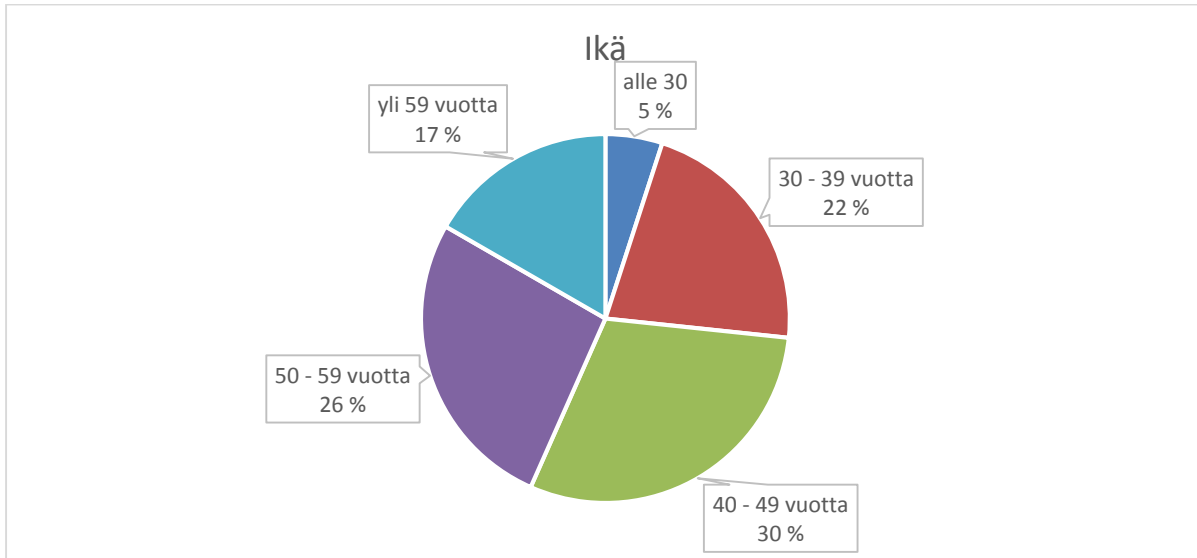
Kuvio 1. Vastaaajien työpaikka

Ne vastaajat (53 %), jotka ovat töissä yliopistolla tai sen tutkimuslaitoksen palveluksessa määrittivät tarkemmin, minkä yliopiston palveluksessa he ovat (kuvio 2).



Kuvio 2. Vastaaajien työpaikka yliopistolla tai sen tutkimuslaitoksessa

lältään vastaajista suurin osa on yli 40-vuotiaita (73 %).(Kuvio 3)



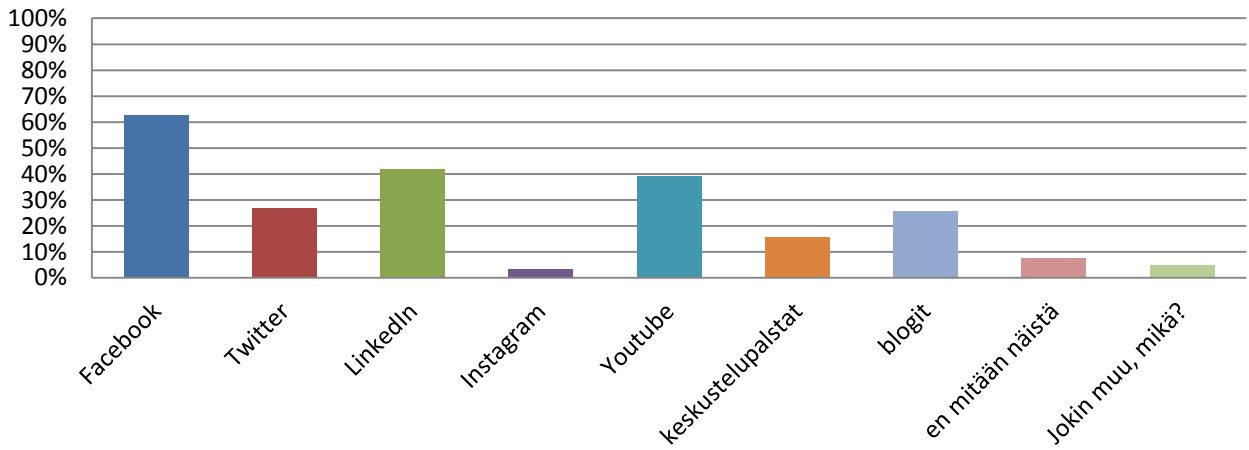
Kuvio 3: Vastaajien ikä

3. Somen nykyinen käyttö

Vastaajia pyydettiin määrittelemään kolme eniten **yksityishenkilönä** käyttämäänsä sosiaalisen median sovellusta (kuvio 4). Suosituin sosiaalisen median sovellus on Facebook (62,5 %). Seuraavaksi eniten käyttäjiä on LinkedInillä (41,7 %) ja Youtubella (39,2 %). Noin neljännes vastaajista käyttää aktiivisesti myös twitteriä ja blogeja.

Vastaajista 7,5 % kertoi, ettei käytä mitään näistä sovelluksista.

Mitä sosiaalisen median sovelluksia käytätte yksityishenkilönä? Valitse kolme eniten käyttämäsi.

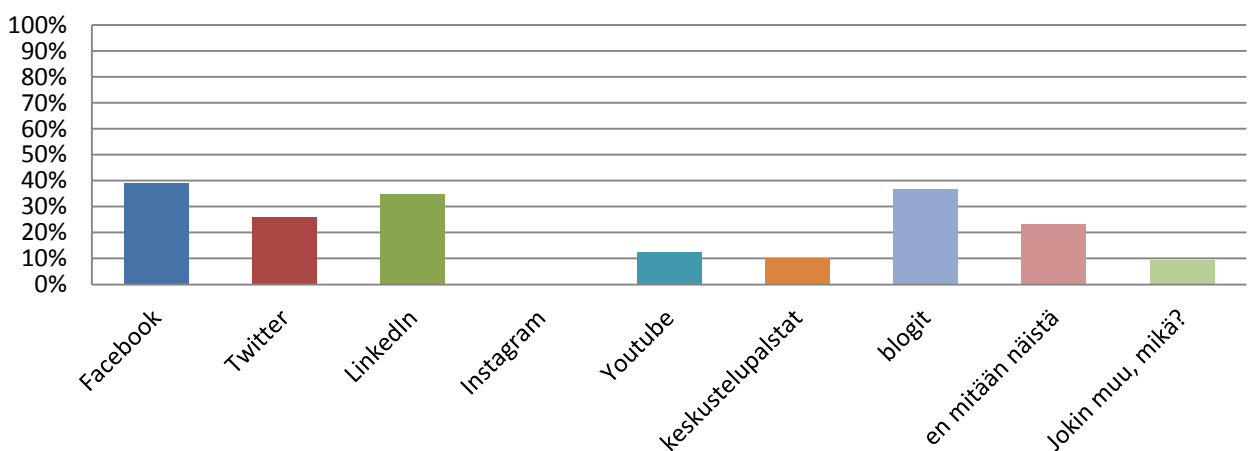


Kuvio 4 Sosiaalisen median sovellusten käyttö yksityishenkilönä

Vastaajia pyydettiin nimeämään kolme **työtehtävissä** eniten käyttämäänsä sosiaalisen median sovellusta (Kuvio 5). Suosituin sovellus myös työtehtävien hoitamiseen on Facebook (39,2 %). Toiseksi suosituimmaksi kiilasi blogit (36,7 %) ja kolmanneksi suosituin on LinkedIn (35,0 %).

Sosiaalista mediaa ei vielä hyödynnetä **työtehtävissä** vielä paljoa, sillä vastaajista 1/4 –osa ilmoitti, ettei käytä mitään sosiaalisen median sovelluksia työtehtävissään.

Mitä sosiaalisen median sovelluksia käytätte työtehtävissänne? Valitse kolme eniten käyttämäsi.



Kuvio 5 Sosiaalisen median sovellusten käyttö työtehtävissä

Kun vastaajilta kysyttiin, kuinka monta tuntia sosiaalista mediaa he käyttävät päivittäin **yksityishenkilönä** lähes 4/5 vastaajasta ilmoittaa käyttävänsä sosiaalista mediaa alle tunnin päivässä (kuvio 6).

1 – 2 tuntia päivässä sosiaalista mediaa käyttää 18 % vastaajista ja vain 4 % käyttää sosiaalista mediaa 2 – 3 tuntia. Yksi vastaaja ilmoittaa käyttävänsä sosiaalista mediaa yli 3 tuntia päivässä.

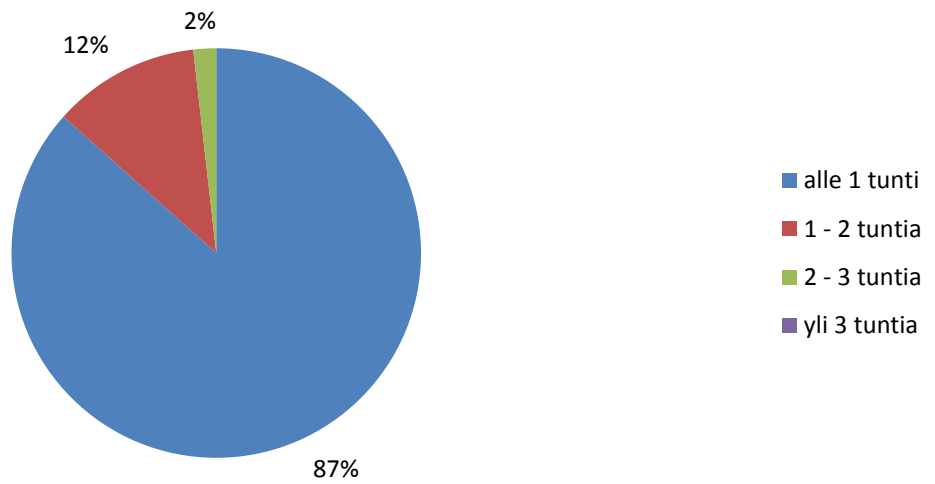


Kuvio 6 Sosiaalisen median käyttö tunneissa per päivä yksityishenkilönä

Työtehtävien hoitamiseen vastaajat käyttävät hyvin vähän sosiaalisista mediaa, sillä 87 % vastaajista ilmoittaa käyttävänsä alle tunnin sosiaalista mediaa **työtehtävien** hoitamiseen (kuvio7).

Kukaan ei ilmoittanut käyttävänsä yli kolmea tuntia ja vain kaksi vastaajaa ilmoitti käyttävänsä 2 – 3 tuntia sosiaalista mediaa päivässä työtehtäviensä hoitamiseen.

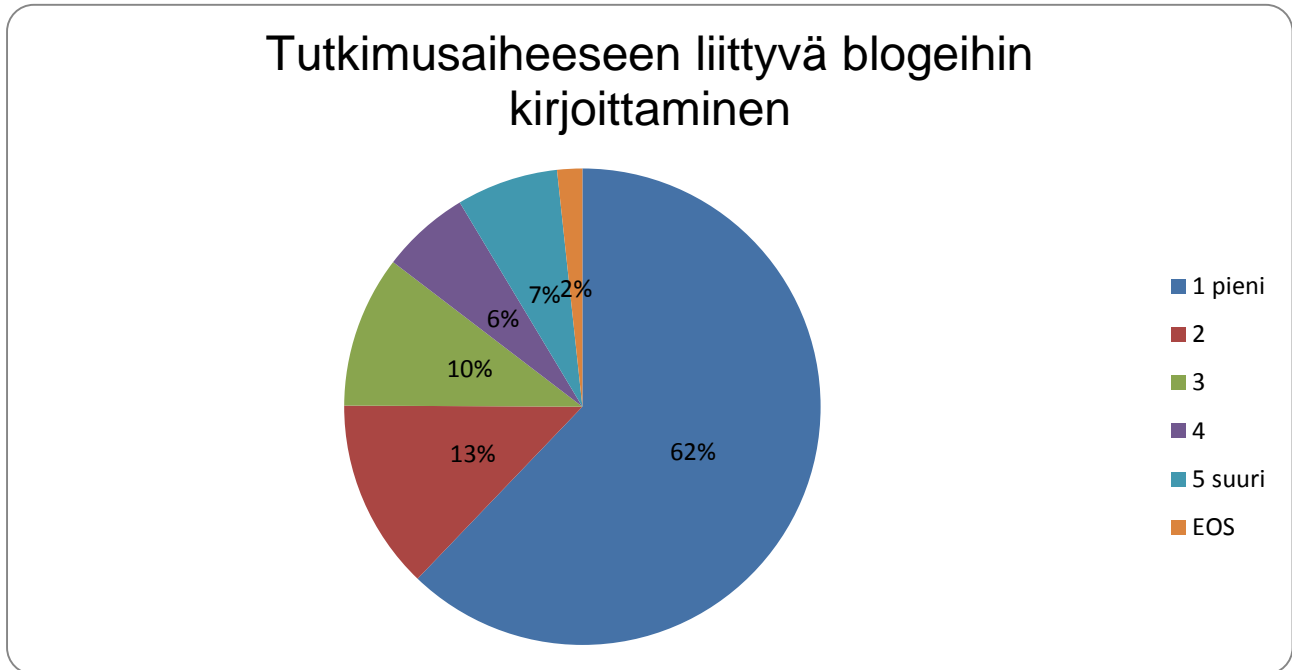
Montako tuntia päivässä käytät sosiaalista mediaa työtehtävissänne keskimäärin



Kuvio 7 Sosiaalisen median käyttö tunneissa per päivä työtehtävien hoitamiseen

4. Miten tutkijat käyttävät somea työtehtävissään

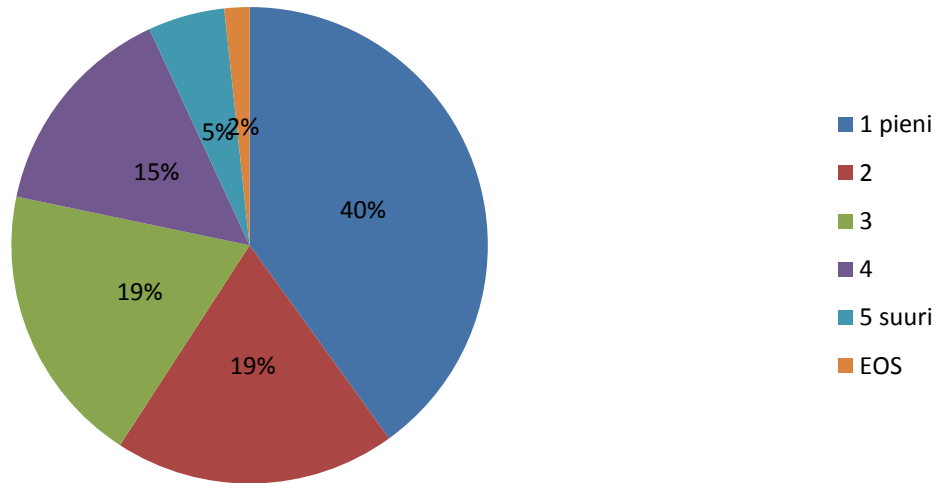
Vastaajilta kysyttiin heidän nykyistä sosiaalisen median käyttöä **työtehtävissä** neljällä eri kysymyksellä, joita vastaajien piti arvioida asteikolla 1 – 5, jossa 1 tarkoittaa, että vastaajan panos on pieni ja 5 = vastaajan panos on suuri (kuviot 8 – 11).



Kuvio 8 Tutkimusaiheeseen liittyvä blogeihin kirjoittaminen

Sosiaalinen media ei ainakaan vielä ole tutkijoiden välinen yhteydenpitokanava, sillä yli puolet pitää panostaan muiden tutkijoiden kanssa keskusteluun sosiaalisessa mediassa pienenä tai kohtalaisen pienenä (kuvio 9). Toisaalta 20 % pitää omaa panostaan suurena tai kohtalaisen suurena.

Yhteyden pitäminen ja keskustelu muiden tutkijoiden kanssa sosiaalisessa mediassa

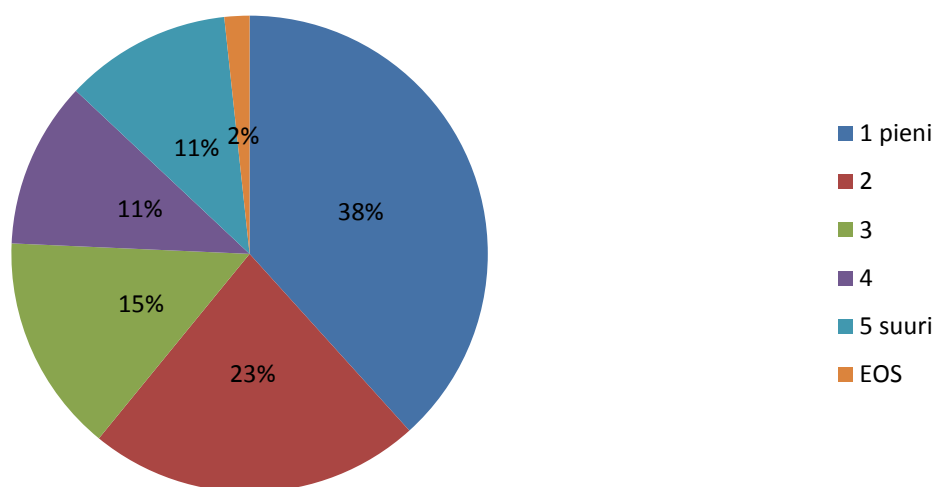


Kuvio 9 Yhteyden pitäminen ja keskustelu muiden tutkijoiden kanssa sosiaalisessa mediassa

Myös omien julkaisujen jakaminen on heikohkoa, sillä 61 % vastaajista pitää omaa panostaan omien julkaisujensa jakamiseen sosiaalisessa mediassa pienenä tai kohtalaisen pienenä (kuvio 10).

Toisaalta viidennes vastaajista pitää panostaan omien julkaisujensa jakamiseen suurena tai kohtalaisen suurena.

Omien julkaisujen jakaminen sosiaalisessa mediassa



Kuvio 10 Omien julkaisujen jakaminen sosiaalisessa mediassa

Muiden julkaisuja jaetaan vielä vähemmän, sillä 64 % vastaajista sanoi panoksensa muiden tekstien ja julkaisujen jakamiseen sosiaalisessa mediassa olevan pieni tai kohtalaisen pieni (kuvio 11). Vain 2 % vastaajista arvioi oman panoksensa suureksi.



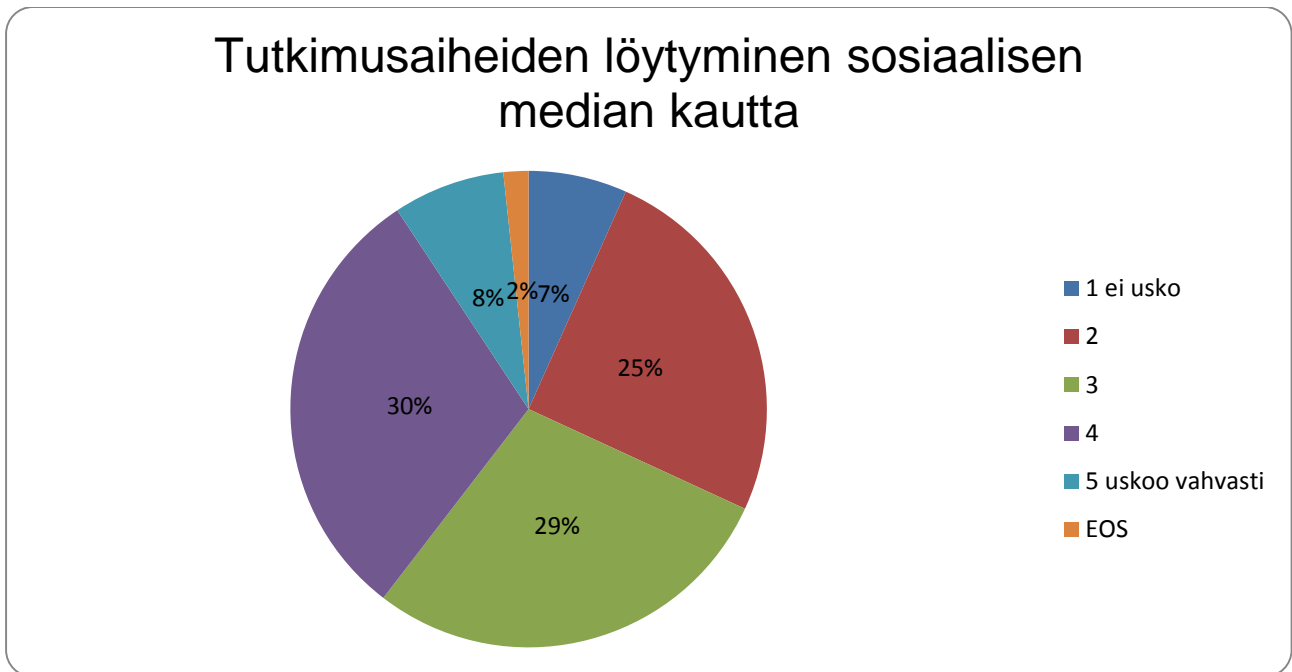
Kuvio 11 Muiden tutkijoiden tekstien ja julkaisujen jakaminen sosiaalisessa mediassa

5. Sosiaalisen median tulevaisuus tutkijoiden työvälineenä

Vastaajilta selvitettiin, mihin sosiaalisen median uusiin toimintamuotoihin tutkimustoiminnassa he uskovat. Vastausasteikko oli 1 – 5, jossa 5 = uskon vahvasti ja 1 = en usko ollenkaan (kuviot 12 – 16).

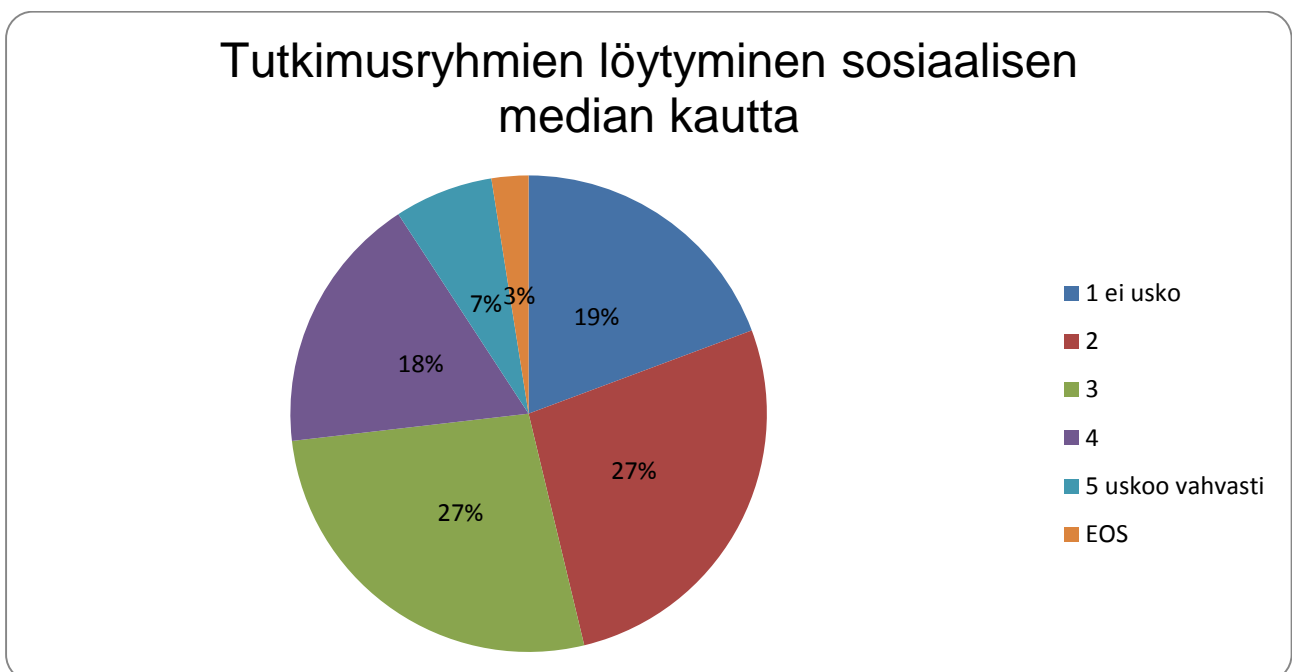
Vastaajien mielipiteet sosiaalisen median hyödyntämisestä ja sosiaalisen median käytön lisääntymisestä tulevaisuudessa jakaantuvat vahvasti.

38 % vastaajista uskoo siihen, että tulevaisuudessa tutkimusaiheita voi löytyä sosiaalisen median kautta. 32 % vastaajista ei kuitenkaan usko siihen (kuvio 12).



Kuvio 12 Tutkimusaiheiden löytyminen sosiaalisesta mediasta

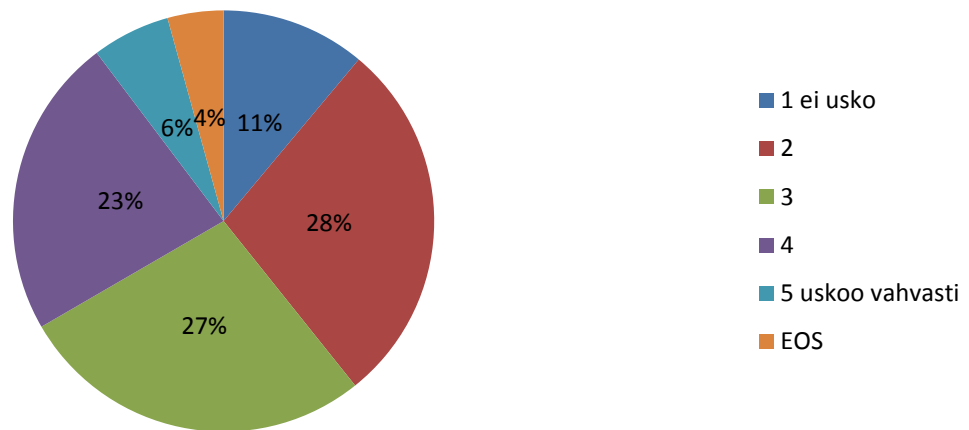
Vastaajien uskomukset tutkimusryhmien löytymiseen sosiaalisen median kautta jakaantuvat myös kahtia (kuvio 13). 46 % vastaajista ei usko, että tutkimusryhmiä löytyy tulevaisuudessa sosiaalisesta mediasta, mutta neljännes vastaajista (25 %) uskoo siihen.



Kuvio 13 Tutkimusryhmien löytymisen sosiaalisen median kautta

Vastaajien näkemykset tutkimusyhteistyöstä esimerkiksi kuntien ja järjestöjen kautta sosiaalisen median avulla jakaantuvat (kuvio 14). 39 % vastaajista ei usko sosiaalisen median avulla tapahtuvaan tutkimusyhteistyöhön kun taas 29 % vastaajista uskoo siihen.

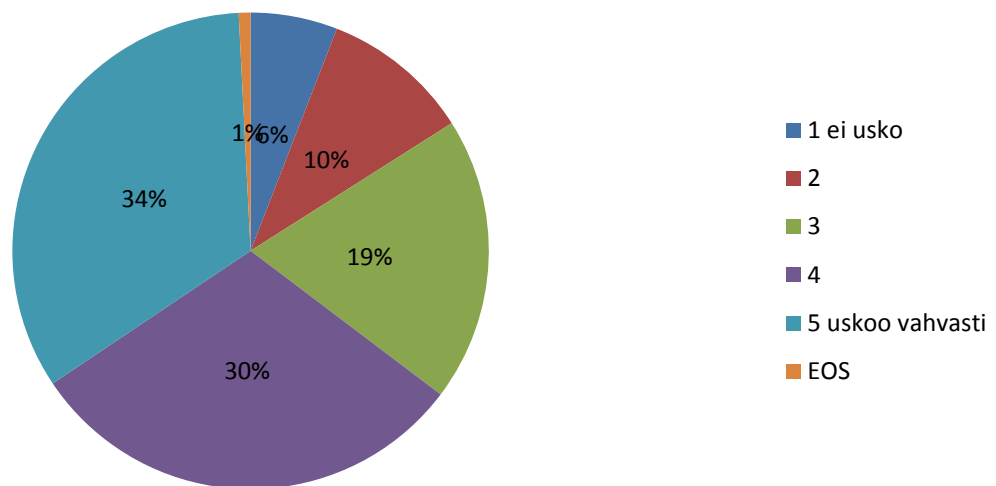
Tutkijoiden tutkimusyhteistyö muiden tahojen, esimerkiksi kuntien ja järjestöjen, kanssa sosiaalisen median kautta



Kuvio 14 Tutkimusyhteistyö muiden tahojen kanssa sosiaalisen median kautta

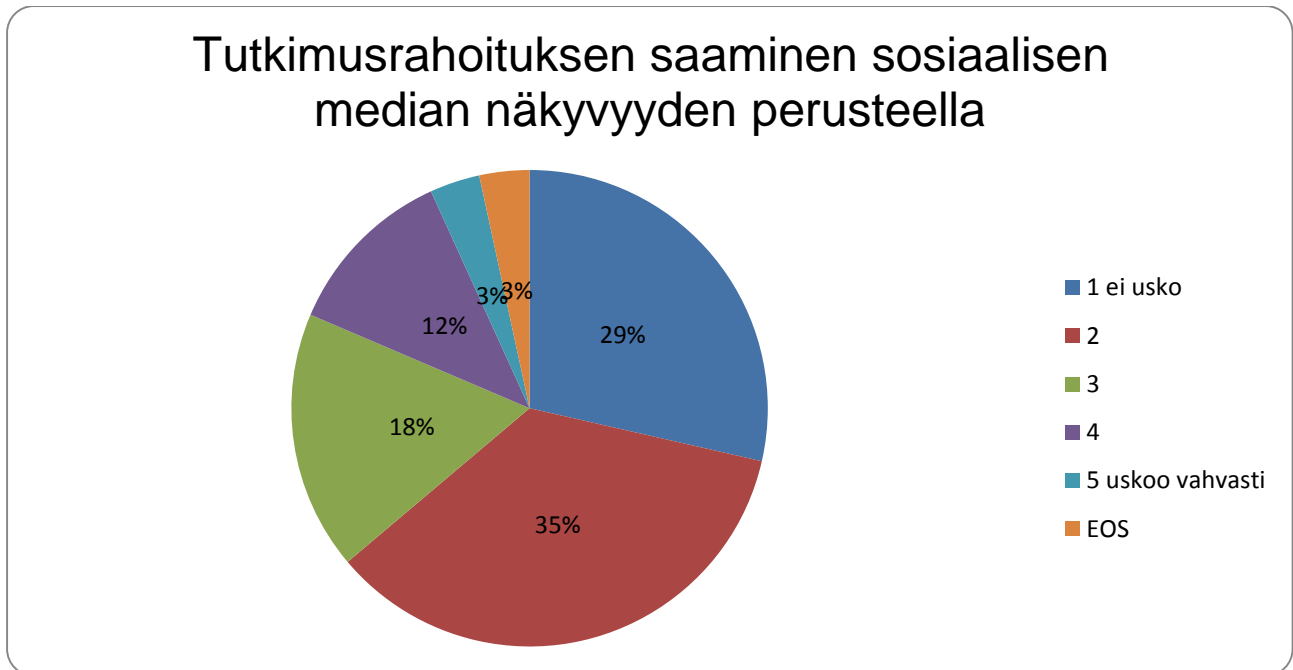
Selkeästi yli puolet vastaajista (64 %) uskoo siihen, että tulevaisuudessa sosiaalisen median kautta oman tutkimustyön tunnetuksi tekeminen on tärkeää. Vain 6 % vastaajista ei usko tähän ollenkaan.

Oman tutkimustyön tunnetuksi tekeminen sosiaalisen median kautta



Kuvio 15 Oman tutkimustyön tunnetuksi tekeminen sosiaalisen median kautta

Selkeästi yli puolet vastaajista (64 %) ei usko siihen, että tulevaisuudessa tutkimusrahoitusta jaettaisiin sosiaalisen median näkyvyyden perusteella. Vain 15 % vastaajista uskoo tähän.



Kuvio 16 Tutkimusrahoituksen saaminen sosiaalisen median näkyvyyden perusteella

Tutkijoilta pyydettiin pohtimaan, mitä muita uusia sosiaalisen median toimintamuotoja he näkevät tutkimustoiminnan tulevaisuudessa.

- Kansainvälisyys ja tutkijayhteistyö
- Eri tutkimuslaojen "törmäyttäminen", ideoiden löytäminen, "virtuaaliset" tutkimusryhmät, oman pohdinnan tuki yhteisössä
- Tutkimukseen osallistuminen, kansalaisvaikuttaminen tutkimukseen sosiaalisen median kautta
- Tutkimustuloksista viestiminen ja vinkkaaminen
- verkosto- ja tekstitutkimukselle massiivisesti dataa
- Virtuaaliset yhteisjulkaisut ja -projekti, opetusteknologioiden hyödyntäminen (yliopisto 2.0), kriittinen keskustelu ja tutkimustulosten arviointi sosiaalisessa mediassa
- Verkostoituminen kansallisesti ja kansainvälisesti
- Palautteen saaminen kollegoilta ja kansalaisilta
- Tutkimusdatan kerääminen (muuten tuotettu aineisto datana tai erityiset pyynnöt tuottaa tutkimusdataa aiheeseen liittyville ryhmille tai verkostoille esim. Facebookissa)
- Tutkimuksen tekeminen somen kautta, esim kyselyn markkinointi (tätä toki tapahtuu jo)
- tutkimuksen ja käytännön yhteistyö voi tiivistyä, kun keskusteluun on yhä monipuolisemmin helppoja mahdollisuuksia
- Keskustelu tehdyistä tutkimuksesta, tutkimustiedon luonteesta
- Esim. Rekrytointi tutkimukseen
- Joukkoistaminen (eli pienen osatehtävän jakaminen suurelle joukolle alan harrastajia)
- Ehkäpä "virallinen" julkaisu-toiminta sellaisenaan siirtyy tulevaisuudessa jossain määrin sosiaaliseen mediaan ja vapaammille foorumeille, joissa ei nykyisiä aikatauluihin ym. julkaisuun liittyviä rajoituksia juurikaan ole. Olen myös vakuuttunut siitä, että tutkimusaiheeni nykyiset, viralliset julkaisufoorumit eivät tavoita kuin vain todella kapean lukijakunnan.

- Aineiston hankinnan mahdollistaminen, viestin levittäminen tutkimukseen osallistuvaksi tavoiteltaville
- Kaikki hankkeeni ovat salaisina ryhminä febussa.

6. Kysely kuntien päättäjille sosiaalisen median käytöstä

Kunnallisalan kehittämissäätiö kysyi vuonna 2014 kunnanvaltuutetuilta heidän sosiaalisen median käyttöä yksityishenkilöinä ja valtuutetun/ kunnanjohtajan tehtävän hoitamisessa.

Yhtäläisyyksiä kuntatutkijoiden vastauksiin löytyi siinä, että suosituin sosiaalisen median sovellus yksityishenkilönä on Facebook ja myös Youtuben suosio on yhtä vahvaa molemmissa.

Valtuutetun/ kunnanjohtajan tehtäviin ei ainakaan vuonna 2013 käytetty juuri sosiaalista mediaa, sillä 49,3 % vastaajista ei käytä mitään sosiaalisen median sovellusta. Suosituin sovellus työtehtävien hoitoon oli Facebook (38,2 %).

