

Jonna Laine

SOSIAALISEN MEDIAN VERKOSTOT TYÖELÄMÄSSÄ

Yhteys sosiaaliseen pääomaan ja työn imuun

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta
Sosiaalipsykologian Pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2020

TIIVISTELMÄ

Jonna Laine: Sosiaalisen median verkostot työelämässä – yhteys sosiaaliseen pääomaan ja työn imuun
Sosiaalipsykologian Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Yhteiskuntatutkimuksen tutkinto-ohjelma
Marraskuu 2020

Teknologian kehittyminen ja digitalisaatio ovat muokanneet työelämää monin tavoin. Sosiaalisesta mediasta on tullut yksi merkittävä ammatillisen verkostoitumisen väline ja sen vaikutukset näkyvät muun muassa työllistymisessä, kun yhä useampi työllistyy ammatillisissa verkostoissa oleviin piilotyöpaikkoihin. Lisäksi sen on todettu helpottavan vuorovaikutusta ja tutustumista työyhteisön jäseniin. Sosiaalisen median on todettu edistävän yksilöiden sosiaalista pääomaa, koska verkostojen ylläpitäminen ja rakentaminen on helpottunut. Verkossa olevien työyhteisöjen on huomattu vaikuttavan positiivisesti sosiaalista tukeen ja työn imuun.

Tämän Pro gradu -tutkielman tarkoitus on selvittää, miten sosiaalisessa mediassa rakennetaan ammatillisia verkostoja, ja miten ne vaikuttivat yksilön sosiaaliseen pääomaan ja työn imuun. Tutkimus toteutettiin osa Työsuojelurahaston hanketta ”Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työn imu”. Aineisto koostuu vuonna 2018 kerätystä kyselytutkimuksesta sekä fokusryhmähaastatteluilta, jotka kerättiin viidestä erilaisesta organisaatiosta. Tutkielman analyysissä hyödynnettiin kyselytutkimusta taustoittamaan aihetta, jonka jälkeen siirryttiin analysoimaan haastatteluita sisällönanalyysin avulla.

Tutkielman teoreettiset viitekehykset ovat sosiaalinen pääoma sekä vahvat ja heikot siteet. Vahvat ja heikot siteet antavat ihmisille erilaisia resursseja, jotka vaikuttavat sosiaaliseen pääomaan. Lisäksi tässä tutkielmassa tarkastellaan verkostoja ja sosiaalista pääomaa työhyvinvoinnin ja erityisesti työn imun kontekstissa.

Tulosten mukaan sosiaalisessa mediassa ammatillisia verkostoja rakennetaan liittymällä erilaisiin ammatillisiin yhteisöihin sekä toimimalla yhteisön normien mukaisesti. Ammatillisia verkostoja pyritään rakentamaan omien mielenkiinnon kohteiden mukaisesti. Ammatillinen verkostoituminen lisäsi yksilöiden sosiaalista pääomaa lisäämällä muun muassa sosiaalista tukea, informaation kulkua, vastavuoroisuutta sekä luottamusta. Tällä on työn imua edistävä vaikutus.

Avainsanat: Sosiaalinen media, verkostoituminen, sosiaalinen pääoma, heikot ja vahvat siteet, työn imu

Tämän julkaisun alkuperä on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla

Sisällys

1. Johdanto.....	1
2. Sosiaalinen media.....	4
2.1. Sosiaalinen media työelämässä.....	4
2.2. Ammatilliset verkostot.....	6
3. Työhyvinvointi.....	8
3.1. Työn imu.....	9
3.2. Sosiaalinen tuki työn voimavarana.....	12
4. Sosiaalinen pääoma.....	14
4.1. Sosiaalisen pääoman ulottuvuudet.....	16
4.2. Heikot ja vahvat siteet.....	18
4.3. Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja sosiaalinen pääoma.....	20
4.4. Sosiaalinen pääoma työhyvinvoinnin ja työn imun edistäjänä.....	21
5. Tutkimuksen toteuttaminen.....	25
5.1. Tutkimuskysymykset.....	25
5.2. Tutkimusaineisto.....	25
5.3. Tutkimusmenetelmät ja datan keräys.....	26
5.4. Muuttujat.....	28
6. Tulokset.....	30
6.1. Sosiaalisen median alustat ja työn imu.....	30
6.2. Sosiaalisen median verkostot ja sosiaalinen pääoma.....	34
7. Yhteenveto ja pohdinta.....	47
7.1. Sosiaalinen media verkostojen luojana.....	47
7.2. Sosiaalinen pääoma ja työn imu.....	49
7.3. Tutkimuksen arviointi.....	51
7.4. Jatkotutkimuksen mahdollisuudet.....	52
Kirjallisuus.....	54

1. Johdanto

”Tärkeää ei ole se, mitä tietää, vaan se, kenet tuntee” on sanonta, josta aletaan muistuttamaan jo ensimmäisenä opiskeluvuotena yliopistossa. Verkostoitumisen merkitystä työllistymiseen aletaan korostaa jo varhain. Sitran vuoden 2017 Työelämän tutkimuksen mukaan vain joka neljännes työllistyi avoimen haun kautta ja loput muita reittejä pitkin, esimerkiksi verkostoista löytyvien piilotyöpaikkojen avulla. Tutkimukseen kerättiin tiedot viideltä tuhannelta suomalaiselta. Joka kymmenes oli löytänyt töitä sosiaalisen median kautta, ja viisi prosenttia kertoi, että heidät löydettiin johonkin tehtävään sosiaalisen median ansiosta. (Sitra 2017.) Yhä useamman ammatilliset verkostot ovat siis siirtyneet sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisen median käyttö työelämässä on lisääntynyt, kun y-sukupolven nuoret ovat siirtyneet työelämään (Leonardi, Huysman & Steinfield 2013).

Sosiaalisten verkostojen on todettu kasvattavan ihmisen sosiaalista pääomaa, joka tarkoittaa ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta saatavia resursseja. Tällaisia ovat esimerkiksi luottamus ja vastavuoroisuus (Putnam 2000.) Ihmissuhteen laatu määrittelee sen, millaisia resursseja ne tarjoavat (Granovetter 1983). Vuonna 2018 toteutettiin ensimmäinen Suomalainen tutkimus, jossa todettiin verkostojen ja sosiaalisen pääoman edistävän työllistämistä johtaen isompiin ansiotuloihin. Sosiaalisen pääoman tutkijat jakavat ihmissuhteet kahteen luokkaan: läheisiin ihmissuhteisiin, esimerkiksi ystävät ja perhe sekä löyhempiin siteisiin, kuten tuttavat. Nämä ihmissuhteet näyttävät hyödyttävän työuraa eri tavoin, ja työllistymisen kannalta tärkeiksi ovat muodostuneet tuttavat. (Oinas, Ruuskanen, Kankainen, Anttila & Kivitalo 2018.) Tässä tutkimuksessa pyritään selvittämään, miten verkostoidutaan ammatillisesti sosiaalisen median kautta ja miten se vaikuttaa sosiaaliseen pääomaan sekä työn imuun.

Aikaisemman tutkimuksen mukaan sosiaalisen median ammatillinen verkostoituminen on vilkastuttanut työssä tarvittavan tiedon kulkua. Sosiaalisen median välityksellä on mahdollista olla yhteydessä kollegoihin yli toimipaikkarajojen, minkä ansiosta yhä useammalla on laaja pääsy tietoon sekä ihmisiin, joilla tietotaitoa on. Tämä on tehnyt muun muassa avun hakemisesta helpompaa sekä helpottanut työn tekoa. (Leonardi & Mayer 2015, 32.) Informaatio on yksi osa sosiaalista pääomaa, sillä se edistää muun muassa päätöksentekoa (Coleman 1988). Siksi pidän sosiaalisen pääoman tutkimusta tärkeänä sosiaalisen median kontekstissa.

Työelämän yksi keskeisimpiä muutoksia on ollut työn ajasta ja paikasta riippumaton työn tekeminen, jonka teknologian kehitys ja digitalisaatio ovat mahdollistaneet (Työolobarometri ennakkotiedot 2019). Tämä on mahdollistanut oman työajan paremman suunnittelun, jonka on todettu edistävän muun muassa työkykyä (Puttonen, Hasu & Pahkin 2016). Koronapandemian puhjettua keväällä 2020 useat organisaatiot joutuivat siirtymään etätöihin parissa päivissä. Tämä edisti niin kutsuttua digiloikkaa, jossa yhä suurempi osa työstä siirtyy tietokoneella tehtäväksi ja työ ei ole ajasta tai paikasta riippuvaista. Keväällä 2020 EU:n elin- ja työolojen kehittämisvirasto laati kyselyn, jossa kysyttiin etätöihin siirtymisestä pandemian takia. Suomi oli tilaston kärjessä, sillä kyselyyn vastanneista lähes 60% oli siirtynyt etätöihin. (Eurofound 2020, 5.)

Digitalisaation ja teknologian kehityksen myötä sosiaalisesta mediasta on tullut tärkeä verkostoitumisen ja työnteon väline. Sillä on aikaisempien tutkimusten mukaan ollut vaikutusta muun muassa työn imuun (Sharma & Bhatnagar 2016). Työn imulla tarkoitetaan työn tekemisen tilaa, jossa työntekijä kokee korkeaa innokkuutta työn tekemiseen (Bakker, Schaufeli, Leiter & Taris 2008), sekä pitää sitä mielekkäänä (Hakanen 2011, 19). Aikaisemman tutkimuksen mukaan yksi työn imua edistävä tekijä on sosiaalinen tuki, jolla viitataan niin työtovereilta kuin esimieheltä saatuun emotionaaliseen sekä informatiiviseen tukeen (Hakanen, Bakker & Schaufeli 2006). Charoensukmongkolin tutkimuksen mukaan sosiaalinen media on edistänyt tutustumista työtovereihin, mikä puolestaan on helpottanut sosiaalisen tuen antamista (Charoensukmongkol 2014). Sosiaalista tukea voidaan pitää yhtenä vastavuoroisuutta ja luottamusta edistävänä tekijänä (Hakanen 2011, 19). Työhön liittyvän sosiaalisen median kommunikation on havaittu olevan suoraan yhteydessä työn imuun (Oksa, Kaakinen, Savela, Ellonen & Oksanen 2020).

Teen tutkielmani ammatillisesta sosiaalisen median käytöstä, jota tarkastelen verkostoitumisen näkökulmasta. Tutkimus on osa Työsuojelurahaston rahoittamaa ja Tampereen yliopiston Emerging Technologies Labin toteuttamaa hanketta *Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työn imu*. Tämän tutkimuksen aineistona käytetään haastatteluaineistoa sekä yrityskyselyn dataa. Tämän tutkielman tarkoituksena on syventyä tarkemmin sosiaalisen median ammatillisten verkostojen tuomien heikkojen tai vahvojen siteiden vaikutukseen. Tarkastelun kohteina ovat erityisesti verkostojen yhteys yksilöiden sosiaaliseen pääomaan sekä työn imuun. Lisäksi tarkastellaan sitä, miten verkostoitumista sosiaalisessa mediassa harjoitetaan. Tutkielma alkaa ensin sosiaalisen median määrittelystä syventyen lisäksi sen merkitykseen työelämässä ja ammatillisiin

verkostoihin. Kolmannessa luvussa käsitellään työhyvinvoinnin ja työn imun käsitettä siirtyen neljänteen lukuun, joka on sosiaalisesta pääomasta sekä heikoista ja vahvoista siteistä. Tämän jälkeen esitellään tarkemmin käytetty aineisto sekä analyysimenetelmät. Luvuissa 6 ja 7 esitellään tutkimuksen tulokset, joita pohditaan vielä aikaisempaan tutkimukseen heijastaen.

2. Sosiaalinen media

Yksinkertaisin sosiaalisen median määritelmä on se, että se on sosiaalista ja vuorovaikutteista. Määrittelyä kuitenkin hankaloittaa nopea kehitys, sillä erot uuden ja vanhan sosiaalisen median välillä sekä eri palvelutyyppeiden ja ominaisuuksien välillä ovat isoja. (Suominen, Östman & Saarikoski 2013, 13 – 15.) Vielä 2000-luvun alkupuolella sosiaalisen median termi ei ollut ollenkaan vakiintunut. Vuonna 2003 lanseerattiin ensimmäisiä alustoja, kuten Facebook tai MySpace, joihin viitattiin englannin kielen termeillä ”online social networks” (OSN) tai ”social networking sites” (SNS). Termit siis viittasivat vahvasti alustojen sosiaaliseen tarkoitukseen. Vasta noin 2014 sosiaalisen median termi yleistyi, sillä se viittasi muihinkin alustoihin kuin pelkästään verkostoitumiseen tarkoitettuihin alustoihin esimerkiksi blogeihin tai Instagramiin. (McCay-Peet & Quan-Haase 2017.)

Nykyään sosiaaliselle medialle tyypillinen piirre on, että sen käyttäjä on aktiivisempi kuin koskaan aiemmin jakaen sisältöä muiden käyttäjien nähtäville. Lisäksi yhteisöllisyyttä pidetään sille tunnusomaisena, koska se sisältää erilaisia tiloja, jossa käyttäjät voivat olla keskenään vuorovaikutuksessa ja jakaa sisältöjä. Sosiaalisen median alustat on jaettu erilaisiin alustoihin niiden käyttötarkoitusten ja tunnuspiirteiden mukaan jakamis- ja julkaisemispalveluihin (blogit), sosiaalisiin verkostopalveluihin (Facebook, LinkedIn, Twitter), sisällönjakopalveluihin (Youtube), virtuaalimaailmoihin (PokemonGo) tai lisiin (SlideShare, Doodle). (Suominen ym. 2013, 13 – 15.)

2.1. Sosiaalinen media työelämässä

Sosiaalisen median käyttöön ottaminen työelämässä on vaikuttanut työelämän verkostoitumiseen, työyhteisöihin, kommunikaatioon ja informaation kulkuun lisäten työn tuottavuutta (Ali-Hassan, Nevo & Wade 2015). Digitaalisilla alustoilla kommunikaatio ja informaation vaihtuvat tekstin, kuvien, videoiden ja äänen muodossa, mikä on mahdollistanut laajemman yhteistyön organisaation toimijoiden välillä. Työelämässä käytössä ovat niin julkiset alustat, jossa informaatio kulkee laajalle yleisölle sekä yksityiset kahdenkeskeisen viestinnän alustat, kuten yksityisviestit (direct messages) (Sivunen & Laitinen 2020, 61).

Organisaatioissa sosiaalisen median viestintä on jaettu karkeasti kahteen ryhmään: ulkoiseen ja sisäiseen käyttöön. Ulkoisella käytöllä viitataan siihen, kuinka yrityksessä hyödynnetään sosiaalista mediaa ulkoiseen viestintään esimerkiksi Facebookin tai

Twitterin kautta. Ulkoisella viestinnällä organisaatio viestii esimerkiksi asiakkaille sosiaalisen median kautta organisaation virallisella käyttäjätilillä. Sosiaalisen median hyödyntämistä sisäiseen viestintään tarkoitetaan käytännössä viestittelyä työtovereille jollain sosiaalisen median alustalla. Sisäisessä viestinnässä sekä työyhteisön sosiaalisen median käytössä organisaatiot yleensä suosivat alustoja, joilla on monipuolisia toimintamahdollisuuksia kuten blogien ja dokumenttien lukeminen tai tiedostojen sekä viestien jakaminen. (Leonardi ym. 2013.)

Lisäksi voidaan puhua työyhteisön sosiaalisesta mediasta (TSM), jolla viitataan organisaation sisäistä vuorovaikutusta tukeviin teknologian alustoihin, joilla on sosiaalisen median piirteitä (Treem & Leonardi 2013), kuten MS Teams (Mäntymäki & Riemer, 2016). Nuorten työntekijöiden sosiaalisen median käyttöä tarkastelleen hankkeen loppuraportin mukaan sosiaalista mediaa käytettiin sisäisessä ja ulkoisessa aktiivisessa käytössä ensisijaisesti tiedon jakamiseen. Passiivisessa käytössä korostuivat sisällön seuraaminen ja tiedon etsiminen. (Oksanen, Oksa, Kaakinen, Savela, Latikka & Ellonen 2020.)

Sosiaalisen median alustojen avulla eri yksiköissä tai osastoilla olevat yksilöt pystyvät viestimään toisilleen riippumatta ajasta ja paikasta, jolloin työn koordinoiminen on helpompaa (Gibbs, Rozaidi & Eisenberg 2013; Leonardi & Mayer, 2015). Tämän ansiosta oma työ organisaatioissa on muille näkyvämpää, ja tieto voi kulkea paremmin yksiköiden tai osastojen välillä (Leonardi ym. 2013). Informaation kulku onkin yksi merkittävimpiä sosiaalisen median hyötyjä, sillä omaa hallussa olevaa tietoa voi tallentaa sosiaalisen median kanaville muiden löydettäväksi (Ellison, Gibbs & Weber 2015). Viestien ja tietojen tallentaminen sekä jakaminen teknologian avulla auttavat muita organisaatioiden työntekijöitä oppimaan toisten tekemisistä sekä tarkastamaan, miten asiat ovat ennen toteutettu (Leonardi ym. 2013). Tämä ehkäisee niin sanotun hiljaisen tiedon lisääntymistä yrityksissä, sillä tieto ei välttämättä katoa, kun yksilö jättää työpaikan. Lähtemisestä huolimatta yksilön tekemä tieto ja työ jäävät organisaation käytettäväksi. Tiedon välittyminen muille työntekijöille on organisaation toiminnan kannalta tärkeää. (Ren & Argote, 2011.) Lisäksi sosiaalista mediaa pidetään hyvänä paikkana etsiä, kehitellä ja jakaa uusia ideoita, koska se rikkoo tavallisen suunnittelun prosessia (Mäntymäki & Riemer 2016).

Sosiaalisen median käyttö työelämässä mahdollista vanhojen keskustelujen selaamisen, ja viestien paikallistamisen sen lähettäjään (Leonardi ym. 2013), mikä on helpottanut kysymysten esittämistä (Treem & Leonardi 2013). Lisäksi työyhteisön sosiaalisen median käytön on huomattu edistävän informaation saamista työnteon lisäksi työkavereista, mikä auttaa tuomaan esille organisaatiossa vallitsevaa asiantuntijuutta (Ellison ym. 2015). Sosiaalisen median haittapuolena on tiedon säilyminen, joka mahdollistaa sen, että sillä voi olla seurauksia vielä pitkien aikojen päästä (Leonardi ym. 2013). Esimerkiksi sosiaaliseen mediaan kirjoitetut mielipiteet voivat herättää keskustelua vuosien päästä sen alkuperäisestä lähettämisestä (Ren & Argote, 2011).

Organisaatioiden harjoittamassa sosiaalisen median käytössä on Kentin ja Safferin tutkimuksen mukaan useita haasteita. Harvassa organisaatiossa osataan käyttää sosiaalista mediaa niin, että siitä olisi hyötyä koko työyhteisölle. Viestintä on usein lähettäjän ja vastaanottajan välistä eikä yhteistoiminnallista. Lisäksi sosiaalinen media mahdollistaa ikuisen jäljen jättämisen, millä viitataan muun muassa organisaatioon liittyvään negatiiviseen mediahuomioon, joka voi haitata organisaation toimintaa vielä pitkän ajan kuluttua. Tämän lisäksi on huomioitava riskit yksityisyyden heikkenemisestä sekä tiedon tai luovan työn kontrollin puute. (Kent & Saffer 2014.)

2.2. Ammatilliset verkostot

Verkostoilla viitataan ihmisten yhteenliittymiin, joissa kulkeva tieto ja osaaminen mahdollistavat uusien tavoitteiden saavuttamisen yhdessä (Koch & Lockwood 2010, 6). Verkostoja on tarkasteltu yhteiskuntatutkimuksessa jo toisen maailmansodan jälkeen, mutta verkostojen läpimurto tutkimuskohteena tapahtui 1970-luvulla, kun yhteiskuntatieteelliset aineet yliopistoissa moninkertaistuivat, ja tutkimusmenetelmät uudisuivat ja kehittyivät. Tätä nykyä maailma näyttää yhtenäisenä verkostona yhteiskunnallisessa keskustelussa. Sittemmin verkostoja on alettu tutkia useilla eri aloilla, minkä vuoksi verkostot ymmärretään eri aloilla hieman eritavoin. (Eriksson 2015, 5 – 11.) Verkostojen tutkimus on levinnyt myös työelämäntutkimukseen. Työelämän verkostojen on huomattu hyödyttävän työuraa eri tavoin, muun muassa edistämällä työllistymistä (Oinas ym. 2018.)

Sosiaalinen media on määritellyt jo nyt yhden sukupolven sosiaalisia suhteita aina päivittäisestä kommunikaatiosta ja suhteiden rakentamisesta toisten ihmisten vaikuttamiseen (Kent 2015). Se on luonut uusia mahdollisuuksia rakentaa suhteita muihin

ihmisiin ajasta ja paikasta riippumatta myös työpaikoilla. Ammatilliseen verkostoitumiseen kannustava ilmapiiri työpaikalla rikkoo hierarkkisia tai maantieteellisiä rajoja edistäen tiedon kulkua. (Ellison ym. 2015.) Ammatillista verkostoitumista tapahtuu, kun ihmiset seuraavat sosiaalisessa mediassa ihmisiä, joilla on samanlaisia mielenkiinnon kohteita. On huomattu, että jakamalla oman tai organisaation työn jälkeä, löytää helpommin samankaltaisia ihmisiä. Tämän on huomattu edistävän verkostoitumista ja jopa yhteistyön tekemistä organisaatioiden välillä. (Treem & Leonardi 2013.)

Ihmisten identiteetti ja sosiaaliset suhteet ovat enemmän sidoksissa Internetin maailmaan kuin he kuvittelevatkaan. Kent ja Saffer toteuttivat tutkimuksen, jossa tarkasteltiin erityisesti Internetin ja sosiaalisen median nykyisiä trendejä, tulevaisuutta ja heikkoja kohtia. Tutkimukseen osallistuivat eri alojen asiantuntijat, jotka käyttivät työssään teknologiaa sekä sosiaalista mediaa. Yhtenä keskeisimpänä haasteena koettiin se, että ihmiset rakentavat sosiaalisessa mediassa suhteensa tykkäyksien ja samankaltaisuuden perusteella, mikä sulkee ulos kaiken omasta maailmasta erottuvan. (Kent & Saffer 2014.)

Aikaisempien tutkimusten mukaan sosiaalisessa mediassa käyttäytyminen tapahtuu tietyissä kuplissa tai klikeissa. Ne koostuvat ihmisistä, joilla on keskenään samankaltaisia mielenkiinnon kohteita, arvoja ja uskomuksia, mikä rajaa myös heidän saamaansa tietoa. (Bessi, Coletto, Davidescu, Scala, A., Caldarelli, & Quattrociochi, 2015.; Kaakinen ym. 2020.) Ilmiötä kuvailee sana *kaikukoppa*, joka kierrättää samankaltaista tietoa ja mielipiteitä eristäen eriävät mielipiteet, kritiikin ja ideat (Leonardi ym. 2013). Sosiaalisen median verkostoon kuuluvat jäsenet vaikuttavat siihen, minkälaista informaatiota ihminen pitää uskottavana (Keipi, Näsi, Oksanen & Räsänen 2017).

Sosiaalisessa mediassa olevissa työyhteisöissä tapahtuva vuorovaikutus on jaettavissa epäviralliseen sekä työhön liittyvään keskusteluun. On huomattu, että epävirallinen keskustelu sosiaalisessa mediassa edistää verkostoitumista sekä vuorovaikutuksen tapoja työyhteisöissä, kuten tiedon jakamisessa ja yhteistyössä (Mäntymäki & Riemer 2016; Oksa ym. 2020.) Lisäksi sen on huomattu edistävän organisaatioidentifioitumista ja sosiaalisen tuen saantia (Oksa ym. 2020). Epävirallinen keskustelu vaikuttaa myös työyhteisöön tuomalla sen jäseniä tiiviimmin yhteen, kun he tutustuvat toisiinsa paremmin. Erityisesti uusien työntekijöiden on huomattu pääsevän paremmin mukaan työyhteisöön, kun sosiaalisessa mediassa on ollut työyhteisön oma epävirallinen verkosto. (Leidner, Gonzalez & Koch 2018.)

3. Työhyvinvointi

Työn on huomattu vaikuttavan eniten ihmisten psykologiseen hyvinvointiin ja mielenterveyteen, joihin on työelämässä alettu kiinnittämään huomiota vasta viime vuosikymmeninä (Robertson & Cooper 2011, 4). Psykologisella hyvinvoinnilla viitataan yleisesti onnellisuuden tai tyytyväisyyden tasoon elämässä (Ryff 1989), johon työ vaikuttaa (Johnson, Robertson & Cooper 2018, 5). Autonomia, itsensä hyväksyminen, positiiviset ihmissuhteet, merkityksellisyyden kokemus ja henkinen kasvu ovat kaikki psykologisen hyvinvoinnin osa-alueita, joista korkeat pisteet saava ihminen sopeutuu työelämän muutoksiin paremmin sietäen paremmin stressaavia tilanteita (Ryff 2014; Johnson ym. 2018). Työhyvinvointia tarkastellessa on tärkeää huomioida ihmisen koko psykologinen hyvinvointi, sillä myös työajan ulkopuolinen aika vaikuttaa siihen, minkä laatuista työelämä on, ja kuinka ihminen sen kokee (Yadav & Khanna 2014).

Työhyvinvoinnilla voidaan viitata työn positiivisiin vaikutuksiin, kuten työtyytyväisyyteen (esim. Aziri 2011) tai työn imuun (esim. Bakker ym. 2008; Hakanen 2011). Ihmisen psykologisen hyvinvoinnin kannalta on tärkeää tietää, mitä työssä tapahtuu ja miten työ vaikuttaa ihmisen psykologiseen hyvinvointiin. Työssä on paljon tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, miten työ koetaan. Nämä tekijät on eritelty neljään tekijään, joilla on erityinen merkitys psyykkiseen hyvinvointiin. Ne ovat vaatimukset, kontrolli, tuki sekä tarkoituksellisuus/työn merkityksellisyys. Jos nämä piirteet työssä ovat tasapainossa keskenään, ihminen voi hyvin työssään. (Johnson ym. 2011, 81 – 86; Ryff 2014.)

Työhyvinvointi on noussut mielenkiinnon kohteeksi etenkin työn vaatimusten lisääntyessä, sillä sen seurauksena työntekijöiden on havaittu kärsivän etenevissä määrin stressistä, uupumuksesta ja loppuun palamisesta (Kesti 2017). Organisaation kannalta tämä on tärkeää, sillä työhyvinvoinnin taso vaikuttaa merkittävästi henkilöstökustannuksiin. Sillä on myös vaikutusta muun muassa työn laatuun ja tuottavuuteen. Lisäksi organisaation toiminta- ja kilpailukyvyn kannalta on tärkeää, että työkykyistä työvoimaa on saatavilla. (Ahola, Eskelinen, Heikkilä-Tammi, Kuula, Larjovuori & Nuutinen 2018.)

Jari Hakanen on pitkään tutkinut työhyvinvointia ja työn imua. Hän viittaa työhyvinvoinnilla työssä viihtymiseen tai työtyytyväisyyteen sekä työpahoinvoinnilla stressiin ja työuupumukseen (Hakenen 2011, 6). Keskustelu työhyvinvoinnista keskittyi pitkää hedonistiseen näkökulmaan, jonka mukaan pyritään välttämään mielipahaa tai kipua tavoitellen mielihyvää (Hakanen 2011, 6; Ryff 2014). Työhyvinvointia tarkasteltiin

pitkään pelkästään negatiivisten tulosten kautta esimerkiksi työuupumuksen, stressin tai sosiaalisten ongelmien kautta (Sánchez-Moreno, Roldán, Gallardo-Peralta & López de Roda 2014). Työpaikan keskittyessä enemmän mielipahan ehkäisemiseen tai korjaamiseen sivuutetaan kokonaan korkean työhyvinvoinnin tavoittelu, joka johtaisi aloitteellisiin, taitaviin ja hyvinvoiviin työntekijöihin (Hakanen 2011, 6).

Eudaimonisen näkökulman mukaan työhyvinvoinnissa tulisi keskittyä edistämään työelämässä niitä asioita, joissa ihminen pystyy toteuttamaan itseään. Itsensä toteuttaminen ja itselle arvokkaalta tuntuvat työ tuottaisivat parasta hyvinvointia (Hakanen 2011, 13.), mikä edistäisi lisäksi ihmisen kokonaisvaltaista psykologista hyvinvointia (Ryff 2014). Se, että ihminen kokee työnsä mielekkääksi, on työn imun ydin. Työn ei tarvitse olla hauskaa tai kivaa, vaan sopivasti haastavaa, jolloin ihminen pääsee osoittamaan omia vahvuuksiaan, mikä lisää työn merkityksellisyyttä. (Hakanen 2011, 13.) Eudaimonia ei siis suoraan tarkoita onnellisuutta, vaan se viittaa toimintaa ohjaaviin tunteisiin, jotka puskevat ihmistä kohti omaa potentiaaliaan (Ryff 1989). Tämä kiteyttääkin sen, miksi työ on ihmisen psykologiselle hyvinvoinnille tärkeää. Useammalle työ luo tarkoituksen arkielämässä, tarjoaa sosiaalisia suhteita, kehittää sosioekonomista asemaa ja ennen kaikkea yksilön omaa henkistä kasvua. (Hakanen 2011, 13.)

3.1. Työn imu

Työn imu viittaa työn tekemisen tilaan, jossa työntekijä kokee vahvaa identifioitumista työhönsä sekä korkeaa innokkuutta työn tekemiseen (Bakker ym. 2008). Työn imua kuvaillaan positiiviseksi tilaksi, jossa työn tekeminen koetaan mielekkääksi, tyydyttäväksi ja hyvinvointia edistäväksi. Se perustuu vahvasti sisäiseen motivaatioon ja aloitteellisuuteen. Lisäksi sillä on huomattu olevan vaikutusta vähentyneisiin sairauspoissaoloihin ja henkilöstövaihtuvuuteen. (Hakanen & Koivumäki 2014.) Työn imua on tutkittu Utrechtin Work Engagement -mittarilla, jossa työntekijä arvioi itse omaa suhtautumistaan työntekoon (Schaufeli & Bakker 2010).

Työn imu perustuu positiiviseen psykologiaan, joka keskittyy tarkastelemaan mielen hyvinvointia sekä sitä edistäviä ja ylläpitäviä tekijöitä sekä voimavaroja, jotta saataisiin kokonaisvaltaisempi ymmärrys siitä, miten työ ja työn tekeminen todella vaikuttavat ihmiseen (Bakker & Demerouti 2017). Positiivisen psykologian kautta pyritään osoittamaan asioita, jotka ovat toimivia tai vahvoja onnellisuuden ja täyttymyksen tunteen edistämisessä. Lisäksi positiivisuudella uskotaan olevan merkitystä työelämässä

menestymiseen, sillä työelämässä haasteista selviäminen positiivisuuden kautta koetaan johtavan onnistumisen tunteeseen, joka tuottaa ihmisille iloa, ja tekee työstä innostavaa. (Hakanen 2011, 11 – 12.)

Kahnin (1990) mukaan työn imu syntyy ihmisen persoonan ja työroolin vuorovaikutuksessa. Hänen mukaansa ihminen panostaa työhönsä fyysisesti, kognitiivisesti, emotionaalisesti ja henkisesti. Se, miten ihminen käyttäytyy työroolissaan, vaikuttaa työn lopputulokseen. (Kahn 1990.) Hakanen kertoo työn imun olevan heittäytymistä työrooliin, mikä on saavutettavissa, kun työstä välittäminen ja työolot ovat sopusoinnussa keskenään. Kun työympäristö koetaan turvallisena, heittäytyminen on mahdollista. Turvallisuutta luo esimerkiksi selkeä roolijako työpaikalla. Kun työntekijä tietää, mitä häneltä odotetaan ja mitä hänen vastuullaan on, heittäytyminen on mahdollista. (Hakanen 2011, 43 – 44.)

Kahn puhuu energiasta, mikä ilmenee työssä esimerkiksi keskittymisenä tai läsnäolona. Kun ihminen ilmaisee tätä energiaa työssään, syntyy työtä edistävää käyttäytymistä, mikä johtaa positiivisiin lopputuloksiin niin henkilökohtaisesti (henkinen kasvu tai kehitys) kuin organisaation kannalta (työn laatu). Tämä puolestaan johtaa lopulta työn imun syntymiseen. (Kahn 1990.) Rothbard (2001) jatkoi Kahnin inspiroimana työtä ja kehitti työn imusta kaksiulotteisen mallin, joka koostuu tarkkaavaisuudesta ja syventymisestä. Olennaista on se, miten paljon ihminen käyttää aikaa työnsä ajattelemiseen ja kuinka intensiivisesti hän on keskittynyt työhönsä. Kahnin tapaan hänenkin työssään korostetaan roolin merkitystä ja sen vaikutusta työn imuun eikä niinkään itse työtä tai työaktiivisuutta. (Rothbard 2001.)

Työterveyslaitoksen työn imua tutkiviin tutkimuksiin on osallistunut yli 16 000 suomalaista työntekijää tai johtajaa. Aikaisempien tulosten mukaan työn imun kokeminen on mahdollista millä tahansa alalla. Lisäksi tuloksissa on osoitettu, että kaksi kolmesta työntekijästä on kokenut työn imun tunteita eli tarmokkuutta, omistautumista ja uppoutumista vähintään kerran viikossa. Hakasen mukaan voidaan kuitenkin puhua työn imusta eli aidosta työssä kukoistamisesta vasta sitten, kun työn imua koetaan useammin kuin kerran viikossa. (Hakanen 2011, 39.) Kääntöpuolena työhönsä uppoutuneen henkilön on vaikea irtautua työstä. Korkeatasoinen energia ja identifioituminen työhön kuvaa työn imua, kun päinvastainen on työuupumukselle tyypillistä: heikko energiataso sekä huono identifioituminen omaan työhön. (Bakker ym. 2008.)

Työn imua on pidetty tyydytystä tuottavana positiivisena mielentilana, jolla on kolme ulottuvuutta: tarmokkuus, omistautuminen ja uppoutuminen. Tarmokkuus näkyy työssä esimerkiksi korkeana energiana ja tahtona panostaa työhön. (González-Roma, Schaufeli, Bakker & Lloret 2006.) Tarmokkuus ilmenee erityisesti vastoinkäymisiä kohdatessa, kun työntekijä haluaa ponnistella sinnikkäästi niiden läpi (Hakanen 2011, 39). Sen sanotaan lisäävän henkistä resilienssinä työssä eli se suojaa työssä vaikeilta tai ikäviltä asioilta. Omistautunut työntekijä tuntee työssään merkityksellisyyden, ylpeyden ja innostuneisuuden tunteita. (González-Roma ym. 2006.) Aikaisempien tutkimusten mukaan palaute, sosiaalinen tutki ja informaation kulku edistivät työhön omistautuneisuutta (Schaufeli & Bakker 2004; Hakanen ym. 2006). Työhönsä uppoutumisella puolestaan tarkoitetaan työnteon aikaista syvää keskittymisen tilaa, jolloin aika kuluu huomaamatta (González-Roma ym. 2006). Työntekijä on paneutunut työhönsä saaden siitä nautintoa eikä työstä irtautuminen ole helppoa (Hakanen 2011, 39).

Työn imu saatetaan käsittää usein työholismin synonyymina, mutta siitä ei työn imussa ole kyse. Niissä on samoja piirteitä, kuten sitoutuneisuus työhön, tarmokkuus ja onnellisuus työssään. Työn imussa ei kuitenkaan ole kyse addiktiosta työntekoon toisin kuin työholismissa. Pakonomainen tarve tehdä työtä lepäämättä on työholismin keskeisin oire. (Bakker ym. 2008.) Lisäksi työholismille on tyypillistä tehdä töitä määrällisesti paljon, kun työn imussa puolestaan määrä ei välttämättä ole määrällisesti iso. Kyse on enemmän siitä, miten työtä tekee. (Hakanen 2011, 43.) Riippuvaisuus työntekoon vaarantaa työntekijän terveyden, sillä se vaikuttaa niin fyysiseen kuin psyykkiseen hyvinvointiin. Työholismi vahingoittaa muun muassa sosiaalisia suhteita sekä vaarantaa työntekijän terveyden. (Bakker ym. 2008.)

Ihmisen ja työnteon suhdetta on kuvailtu ikään kuin jatkumoksi, jonka positiivisessa päässä on työn imu ja negatiivisessa päässä työuupumus. Kyseinen jatkumo sisältää kolme akselia: uupumus-energia, kyynisyys-osallistuminen sekä tehottomuus-tehokkuus. Työn imun ja työuupumuksen tarkastelu kolmella akselilla mahdollistaa syvemmän ymmärryksen myös muihin työhyvinvointiin liittyviin ilmiöihin, kuten organisaatiositoutumiseen, työtyytyväisyyteen ja työhön sitoutumiseen. (Maslach & Leiter 2008.) Työn imua on siis pidetty vastakohtana työuupumukselle ja sitä on tutkittu verrattain vähän, kun työuupumuksesta on puolestaan julkaistu tuhansia artikkeleita viimeisten kolmen vuosikymmenen aikana. Erikoista työuupumuksen tutkimisen suosiossa on se, että nykyään organisaatiot odottavat työntekijöidensä olevan aloitteellisia, tehokkaita ja itseohjautuvia

sekä ottavan vastuun omasta ammatillisesta kehittämisestä. Tämä puolestaan vaatii korkeaa omistautumista työnteolle ja korkeaa vireystilaa eli työn imua. (Bakker & Demerouti 2017.)

Työhönsä uupunut ihminen on stressaantunut ja kokee työnsä vaativaksi, kun työn imua kokeva ihminen kokee suurta sitoutuneisuutta ja innokkuutta työtään kohden sekä kokee sen haasteena positiivisessa merkityksessä (Bakker ym. 2008). Maslachin ja Leiterin (1997) mukaan työn imulle on tyypillistä energia, osallistuminen ja tehokkuus. Työuupumuksen äärimmäinen tila on burnout, joka kääntää työnimun kolme ominaisuutta päinvastaisiksi. Energia muuttuu uupumukseksi, osallistuminen kyynisyydeksi ja tehokkuus tehottomuudeksi. (Bakker ym. 2008; Maslach & Leiter 1997.)

3.2. Sosiaalinen tuki työn voimavarana

Työssä tai työnteolla on useita eri fyysisiä, sosiaalisia tai organisaatioon liittyviä puolia, jotka vaikuttavat työntekijöiden motivaatioon, oppimiseen ja kehitykseen ollen joko niitä lisääviä tai heikentäviä (Bakker ym. 2008; Bakker & Demerouti 2017). Työn vaatimusvoimavaramalissa tarkastellaan sitä, kuinka yksilöiden voimavarat tukevat työntekijöiden työhyvinvointia heidän kohdatessa vaatimuksia työssään (Schaufeli & Bakker 2004; Ahola ym. 2018). Työn voimavarat edistävät työn tavoitteiden saavuttamista työn fyysisiä, psykologisia, sosiaalisia tai organisaationallisia tekijöitä apuna käyttäen (Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Schaufeli, 2001, 501). Näitä voivat olla esimerkiksi sosiaalinen tuki työkavereilta tai esimieheltä, palaute, itseohjautuvuus tai oppimisen mahdollisuudet. (Bakker ym. 2008). Vaatimuksilla viitataan työtä kuormittaviin tekijöihin, kuten rooliristiriitoihin tai konflikteihin, jotka voivat lopulta muodostua stressitekijöiksi, joista yli pääseminen vaatii kovasti ponnistelua (Bakker & Demerouti 2017).

Työn voimavaroilla on kolme erilaista vaikutusta, joista ensimmäinen on se, että se kompensoi työn vaatimuksia. Toiseksi voimavarat auttavat saavuttamaan työn tavoitteita tehokkaammin, ja kolmanneksi voimavarat edistävät oppimista tai kehitystä. (Bakker ym. 2008.) Työn imua edistäviä työn voimavaroja ovat erityisesti palaute, sosiaalinen tuki, valmentava johtaminen ja sosiaalinen ympäristö (Schaufeli & Bakker 2004; Hakanen ym. 2006). Työn vaatimuksia ja voimavaroja sekä työn imua on syytä tarkkailla myös psykologisten perustarpeiden tasolla, sillä ne monesti ohjaavat ihmisten toimintaa. Lisäksi niillä on todettu olevan yhteys työn voimavarojen ja työn imun yhteyteen. (Van den Broeck, Vansteenkiste, De Witte & Lens 2008.) Ihmisten perustarpeita on kolme, joista

ensimmäinen on autonomia ja toinen on kompetenssi eli esimerkiksi tehokkaasti toiminen (Deci & Ryan 2000). Kolmas perustarve on tarve kuulua joukkoon (em. 2000), mikä ohjaa ihmisen motivaatiota muodostaa ja ylläpitää ihmissuhteita (Baumeister & Leary, 1995).

Työelämässä korostuu tarve sosiaaliseen tuen saantiin. On tutkittu, että niin esimieheltä kuin työtovereilta saatu tuki edistävät työn imua (Hakanen ym. 2006; Peñalver, Salanova, Martíneza and Schaufeli 2019). Muun muassa sosiaalisen median käytön on todettu lisäävän sosiaalisen tuen antamista ja vastaanottamista työelämässä (Charoensukmongkol 2014; Oksa ym. 2020). Virtuaalisissa ammatillisissa yhteisöissä tuen antamisen on koettu olevan luontevaa sekä sitä olevan helpommin saatavilla (Charoensukmongkol 2014). Oksa ja kumppanit tutkivat organisaation sisäisen sosiaalisen median käytön yhteyttä työn imuun niin epävirallisen kuin työhön liittyvän kommunikaation kontekstissa. Erityisesti tutkimuksessa tarkkailtiin organisaatioidentifioitumista ja sosiaalista tukea työn imua edistävinä tekijöinä. Epävirallisen kommunikaation huomattiin edistävän erityisesti organisaatioidentifioitumista sekä sosiaalista tukea, millä oli työn imua edistävä vaikutus. (Oksa ym. 2020.)

Vuonna 2020 päättyneessä hankkeessa *Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työn imu* tutkittiin ammatillista sosiaalisen median käyttöä ja nuorten aikuisten työn imua. Tulosten mukaan sosiaalisen median koettiin edistävän enemmän voimavaroja kuin heikentävän niitä. Sen edistämiä voimavaroja ovat muun muassa suhteiden luominen sekä organisaation kannustus ja tuki. Myös sosiaalisten verkostojen tarjoama informaatio oli merkittävä voimavara. Voimavaroja heikentäviä tekijöitä olivat muun muassa sosiaalinen painostus sosiaalisen median käyttöön sekä epäselvät käyttöohjeet. (Oksanen ym. 2020.) Aineistoista on julkaistu useampi Pro gradu -tutkielma, joista ensimmäinen julkaistiin vuonna 2019, kun Noora Alakangas tutki Y-sukupolven ammatillisen sosiaalisen median käyttötapoja voimavara- ja vaatimustekijöiden kontekstissa. Tulosten mukaan moni koki verkostoitumisen ja yhteistyösuhteiden solmimisen tärkeäksi voimavaraksi (Alakangas 2019). Jie Lin Pro gradu -tutkielmassa havaittiin, että teknostressi eli sosiaalisen median tai teknologian käytön aiheuttama stressi, oli positiivisesti yhteydessä tuottavuuteen. Vaikka tuottavuuden kannalta stressi olikin hyödyllistä, jatkoon kannalta kannattaisi Lin mukaan tarkastella myös muita teknostressin aiheuttamia seurauksia. (Li 2020.) Lisäksi Ella Rintamäen Pro gradu -tutkielmassa havaittiin, että sosiaalisen median käyttö työssä oli yhdessä työn imun kokemuksen kanssa positiivisesti yhteydessä organisaatioidentifioitumiseen (Rintamäki 2020).

4. Sosiaalinen pääoma

2000-luvulla sosiaalisesta pääomasta on tullut yksi keskeisimpiä yhteiskuntatutkimuksen tutkimuskohteista (Ruuskanen 2015, 228). Sosiaalinen pääoma -käsitteen juuret ovat 1800-luvulla, jolloin sillä viitattiin aineellisiin hyödykkeisiin, jotka olivat yhteisön käytettävissä (Woolcock 1998), mikä poikkeaa merkittävästi tämän päivän määritelmästä. 1916 Lyda Hanifan kirjoitti artikkelin *The rural school community center*, jossa sosiaalisella pääomalla tarkoitettiin ensimmäistä kertaa aineetonta resurssia:

Käyttäessäni fraasia ”sosiaalinen pääoma” en viittaa sellaiseen ”pääomaan”, jota yleensä termillä tarkoitetaan paitsi kuvainnollisessa mielessä. En siis viittaa kiinteistöihin tai muuhun henkilökohtaiseen omaisuuteen, vaan (...) hyvään tahtoon, toveruuteen, sympatiaan ja sosiaaliseen kanssakäymiseen yksilöiden ja perheiden välillä... (Hanifan 1916; Koivumäki 2008.)

Yksi tunnetuimpia sosiaalisen pääoman määrittelijöitä on politiikan tutkija Robert Putnam, jonka mukaan sosiaalinen pääoma on yksilöiden välisissä suhteissa piilevää luottamusta ja vastavuoroisuutta. Hän teki aikoinaan tutkimuksen Italian hallituksesta, minkä tuloksena hän erotti viisi sosiaalisen pääoman piirrettä: luottamus, verkostot, vastavuoroisuus, sitoutuneisuus yhteisöön sekä solidaarisuus yhteisön jäsenten kesken. (Putnam 2000, 19.) Kyseiset piirteet ovat osa yksilöä sekä ryhmää, mutta Putnamin mukaan korkea ryhmäidentiteetti, solidaarisuus ja luottamus vaikuttavat merkittävämmiin yksilön terveyteen (Putnam 2000; McKenzie & Harpham 2006, 14).

McKenzie ja Harpham 2006 kuvailevat sosiaalista pääomaa konseptiksi, joka pyrkii selittämään ihmiskunnan ominaisuuksia, joita sosiaalinen ympäristö muovaa tai luo. Näitä ovat esimerkiksi sosiaaliset verkostot tai luottamuksen rakentuminen. Kautta aikojen yksi keskeisimpiä kiistoja sosiaalisen pääoman käsitteen määrittelyssä on ollut se, onko sosiaalinen pääoma yksilön vai ryhmien ominaisuus. (McKenzie & Harpham 2006, 14.) Sosiaalisen pääomalla viitataan nykyään yleensä sosiaalisiin verkostoihin tai yhteyksiin, jotka tuottavat jäsenilleen hyvinvointia (Ruuskanen 2015, 228). Yksilön sosiaalisesta pääomasta puhuttaessa tärkein kysymys on, kenet hän tuntee. Yksi hyvä esimerkki yksilön sosiaalisesta pääomasta on työelämän verkostoituminen (Putnam 2000, 20), sillä se edistää yksilön omien päämäärien saavuttamista (Ruuskanen 2015, 228).

Normit ja luottamus muodostuvat sosiaalisen verkoston sisällä, mikä edistää verkostossa olevien yksilöiden voimavaroja ja kykyä toimia yhdessä (Ruuskanen 2015, 228). Kyseinen

ajattelu on levinnyt myös työelämän ja -hyvinvoinnin tutkimuksen keskuuteen. Sosiaalinen pääoma nähdään yhä yleisemmin voimavarana, joka auttaa pitämään työntekijät haastavissakin olosuhteissa terveinä. (Hakanen, Harju, Seppälä, Laaksonen & Pahkin 2012.) Vaikka verkostoja ja sosiaalista pääomaa pidetään pääosin hyvänä asiana, silläkin on varjopuolensa. Niitä voidaan käyttää myös yhden ryhmän tavoitteiden saavuttamiseen, mikä lopulta syrjii muita. Negatiivisia seurauksia ovat muun muassa etnosentrismi tai korruptio. (Putnam 2000, 22.)

Sosiaalinen pääoma on hyvin monitasoista, minkä takia sitä voi tarkastella eri näkökulmista. Sitä voi muun muassa tarkastella rakenteellisella, suhteellisella tai kognitiivisella tasolla. (Nahapiet & Ghoshal 1998; McKenzie & Harpham 2006, 15.) Rakenteellisesti sitä voi tarkastella laskemalla esimerkiksi eri ryhmien määrää (McKenzie & Harpham 2006, 15) sekä tarkastelemalla verkostojen tiheyttä, rakennetta tai yhteyksiä, jotka vaikuttavat muun muassa tiedon tavoitettavuuteen. Sosiaalista pääomaa on kaikissa ryhmissä aina ompelukerhoista, joukkueisiin ja isompiin institutionaalsiin ryhmiin. (Nahapiet & Ghoshal 1998.)

Kognitiivisella tasolla viitataan ryhmän hallussa oleviin normeihin, luottamukseen tai vastavuoroisuuteen (McKenzie & Harpham 2006, 15). Kognitiivinen ulottuvuus tarkoittaa jaettuja tulkintoja ja merkityksiä (Nahapiet & Ghoshal 1998). Esimerkiksi työpaikalla tiimin jäsenet ovat yhteisymmärryksessä toistensa työtehtävistä ja -rooleista. Suhteellisella ulottuvuudella viitataan suhteisiin, joita ihmiset ovat luoneet kautta historian, esimerkiksi ystävyys. Nämä ihmissuhteet ylläpitävät muun muassa normeja, jotka vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen. (Nahapiet & Ghoshal 1998.) Lisäksi ne luovat sosiaalisia motiiveja, jotka ohjaavat käyttäytymistä, kuten hyväksyntä tai kunnia. Sosiaalista pääomaa voi myös pitää sisäistävänä tai ulkoistavana. Sisäistävää sosiaalista pääomaa on homogeenisessä, vahvojen siteiden ryhmässä, kuten perheessä. Ulkoista sosiaalista pääomaa on puolestaan ryhmien välillä. Ryhmien väliset siteet ovat keskenään heikompia, kun ryhmän sisäiset välit ovat yleensä vahvoja. (Coleman 1988; Putnam 2000.)

Yhteiskunnan kannalta ryhmien väliset siteet ovat merkittävämpiä kuin ryhmien sisäiset, sillä ryhmien väliset suhteet sitovat ihmisiä yhteen ja johtavat yhteiseen hyvään. Viimeinen näkökulma sosiaalisen pääoman tarkkailuun ovat horisontaalinen ja vertikaalinen näkökulma. Horisontaalisessa näkökulmassa tarkastellaan ryhmien välistä pääomaa ikään kuin samalta tasolta. Vertikaalisessa näkökulmassa tarkastellaan sosiaalista pääomaa

hierarkian mukaan. Esimerkiksi hierarkiassa eri tasoilla ryhmillä on erilaisia resursseja vaikuttaa hierarkiassa toisella tasolla olevaan ryhmään. (McKenzie & Harpham 2006, 15.) Työelämän tutkimukseen sosiaalisen pääoman käsite liitettiin, kun teollistuminen ja teknologian kehitys tapahtuivat nopeasti 1900-luvulla. Tällöin havaittiin, että varallisuuden kasvu ei riipu ainoastaan esimerkiksi luonnonvaroista tai rahasta, vaan myös yksilöllisestä ammattitaidosta ja sen paranemisesta. (Koivumäki 2008.) Portes (1998) on tutkinut sosiaalisen pääoman lähteitä, ja hänen näkökulmansa painottuu nimenomaan sosiaaliseen pääomaan yksilöiden resurssina tai rajoitteina. Hänen meta-analyysinsä mukaan sosiaalisen pääoman lähteitä ovat yhteisössä vallitsevat normit, kuten vastavuoroisuuden normi. Yhteisön normit velvoittavat toisiaan tukemaan toisiaan vastavuoroisesti. Sosiaalisen pääoman seuraukset voivat Portesin mukaan olla niin positiivisia kuin negatiivisia, kuten sosiaalinen kontrolli. Muita positiivisia seurauksia ovat muun muassa sosiaalinen tuki ja verkostojen kautta saatavat hyödyt. (Portes 1998.)

4.1. Sosiaalisen pääoman ulottuvuudet

Sosiaalista pääomaa on tutkittu paljon monella eri alalla. Yksi merkittävimmistä tutkijoista on amerikkalainen sosiologi James Coleman, jonka mukaan yksilöiden rationaalisia valintoja sekä normeja ja luottamusta ylläpitävät sosiaalisten suhdeverkostojen rakenteet. (Coleman 1988; Ruuskanen 2015, 233.) Colemanin määritelmän mukaan, sosiaalista pääomaa voidaan pitää niin yksilöiden kuin yhteisöjen resurssina, joka syntyy sosiaalisten suhteiden kautta. Sosiaalinen pääoma mahdollistaa toiminnan kautta saavutuksia, jotka ei ilman sitä olisi mahdollista. Yksilöt pystyvät esimerkiksi hyödyntämään erilaisia kontaktejaan muihin ihmisiin saavuttaakseen päämääriään. Myös organisaatioilla voi olla sosiaalista pääomaa, jota hyödynnetään samalla tavoin kuin yksilöiden. (Coleman 1988.) Hänen ajatuksensa perustuvat rationaalisen valinnan teoriaan, jonka mukaan ihminen optimoi itsellensä resursseja, joiden avulla hän voi lopulta tehdä lopputuloksen kannalta parhaimman mahdollisen päätöksen esimerkiksi hyödyn maksimoimiseksi (ks. Ruuskanen 2001, 16). Sosiaalinen pääoma on Colemanin mukaan tuottavaa toimintaa, jossa kannattaa kiinnittää huomiota seuraksiin. Esimerkiksi organisaatiot pystyvät sosiaalisen pääoman avulla saavuttamaan helpommin asetettuja tavoitteita. (Ruuskanen 2015, 233.)

Coleman on luetellut useita sosiaalisen pääoman ulottuvuuksia, jotka edistävät yksilöiden tai yhteisöjen toimintaa. Yksi merkittävimmistä sosiaalisen pääoman ulottuvuuksista perustuu laajaan informaation kulkuun verkostoissa, mikä auttaa yksilöä tai yhteisöjä

saavuttamaan tavoitteitaan. Mitä enemmän ihmisellä ja yhteisöllä on sosiaalisia kontakteja, sitä laajempi pääsy hänellä on informaatioon, joka toimii toiminnan perustana ja auttaa päätöksenteossa. (Coleman 1988; Ruuskanen 2001, 15 – 18.) Verkostojen tarjoaman informaation takia yksilön ei tarvitse itse käyttää kaikkea aikaa ottaakseen selvää asioista, vaan hän saa tiedon helpommin välikäden kautta (Coleman 1988).

Toinen ulottuvuus liittyy vastavuoroisuuteen, jolla viitataan siihen, että ihmiset asettavat sosiaalisissa suhteissa odotuksia toisiaan kohtaan. Ihmiset luottavat siihen, että muut tekevät asioita toistensa puolesta ja ovat kiitollisuudenvelassa sekä toimivat sen mukaan. (Coleman 1988; Ruuskanen 2001, 15 – 18.) Robert Putnam on liittännyt tähän vielä toisen vastavuoroisuuden tason: yleistynyt vastavuoroisuus, jolla hän tarkoittaa yleisesti minkä tahansa asian tekemistä kiitollisuuden velasta toiselle (Putnam 2000, 21). Coleman kuitenkin huomauttaa, että luottamus vastavuoroisuuden odotuksiin riippuu niin kulttuurista kuin miellelyhtymistä, joka sosiaaliseen suhteeseen kohdistuu (Coleman 1988). Esimerkiksi perheenjäsenen kohdistuu erilaisia odotuksia kuin työtoveriin. Kun sosiaalinen ympäristö pystyy ylläpitämään vastavuoroisuutta, syntyy luottamusta ja tiedonkulkua. (Ruuskanen 2015, 233.) Vastavuoroisuus luo puolestaan veloitteen normin, jolloin yksilön voimavarana on odotus tulevaisuudessa saatavasta palveluksesta (Ruuskanen 2001, 17). Tämä puolestaan helpottaa tehokasta vuorovaikutusta, joka lopulta mahdollistaa ihmisten riittävän tiedonsaannin ja helpottaa rationaalisten päätösten tekemistä (em. 233). Instituutioiden olemassaolo on hyvin paljon riippuvainen vastavuoroisuuden normista. Jos yksi yksilö poikkeaa tästä, se heikentää instituutiossa vallitsevaa luottamusta ja sosiaalista pääomaa. (Coleman 1988.)

Viimeinen ja kolmas Colemanin määrittelemä sosiaalisen pääoman ulottuvuus on normit ja tehokkaat sanktiot. Hänen mukaansa yhteisö, jossa normien mukaan rangaistaan normien poikkeavuudesta vahvistaa yhteisön sisällä olevia siteitä, esimerkiksi perhesiteitä. Rangaistusten rinnalla odotetaan myös palkintoja niille, jotka toimivat normien mukaan. Tällaisia palkintoja voivat olla esimerkiksi sosiaalinen tuki tai kunnia. Yhteisöissä vallitsevat normit kannustavat tietynlaiseen käytökseen sekä kitkevät epätoivottua käytöstä. Tavoitteena on yhteisen hyvän saavuttaminen normien avulla. Huomattava on kuitenkin se, että epätoivotun käytöksen lisäksi normit saattavat kitkeä luovuutta, joka voisikin johtaa yhteiseen hyvään. (Coleman 1988.)

Erilaisten sosiaalisen ulottuvuuksin lisäksi Coleman on pohtinut sitä, mitkä tekijät sosiaalisissa suhteissa edistävät sosiaalisen pääoman syntyä ja ylläpitoa. Jotta normit, esimerkiksi vastavuoroisuus, ja sanktiot toimisivat yhteisöä hyödyttävällä tavalla, tulee verkoston olla tiheä. Käytännössä tämä tarkoittaa verkostoa, jossa ihmiset tuntevat toisensa. Näin ollen jonkun rikkoessa normeja informaatio tapahtuneesta kulkee tiiviissä verkostossa nopeasti ja sanktio tulee voimaan. Normeista poikennut henkilö suljetaan verkoston ulkopuolelle. Tiiviit yhteisöt kannustavat rationaaliseen toimintaan, mikä johtaa haluttuun lopputulokseen. Yhteisössä vallitseva luottamus, vastavuoroisuuden velvollisuus, informaation kulku ja normit ovat sosiaalista pääomaa, josta kaikki yhteisön jäsenet voivat hyötyä. (Coleman 1988.)

4.2. Heikot ja vahvat siteet

Yksi tapa tarkastella sosiaalista pääomaa on huomion kiinnittäminen verkostojen siteisiin ja siihen, mitä resursseja ihmissuhteet tuottavat (Nahapiet & Ghoshal 1998). Putnamin mukaan ihmisillä on verkostoja, joiden sosiaalinen pääomaa vaihtelee, minkä selittää jako inklusiivisiin (*bridging*) tai eksklusiivisiin (*bonding*) siteisiin. Siteillä tarkoitetaan yhteyttä toisiin yksilöihin. (Putnam 2000, 22.) Granovetter (1973) on tehnyt samankaltaisen siteiden jaon jakamalla ne heikkoihin tai vahvoihin käytetyn ajan, emotionaalisen intensiteetin, luottamuksen ja vastavuoroisuuden perusteella. Heikoilla siteillä hän viittaa satunnaisiin tuttaviiin, joista tietää esimerkiksi vain etunimen. Nämä verkostot toimivat siltoina (*bridge*) ihmisiin, jotka ovat erilaisista taustoista. Lisäksi ne toimivat siltoina eri ryhmien välillä. Vahvoilla siteillä tarkoitetaan ihmissuhteita, joiden ylläpitämiseen käytetään enemmän vaivaa ja aikaa, kuten läheiset ystävät ja perheenjäsenet. (Granovetter 1983.)

Granovetterin mukaan modernissa yhteiskunnassa heikot siteet ovat merkittävässä osassa yksilön integroitumisessa yhteiskunnan jäseneksi. Heikkojen siteiden avulla yksilöt muun muassa saavat tärkeää informaatiota uutisista, ilmiöistä ja trendeistä sekä toimivat siltoina erilaisiin ihmisiin. (Granovetter 1983; Putnam 2000, 23.) Vahvat siteet sitovat samankaltaisia ihmisiä yhteen (Granovetter 1988), minkä vuoksi vahvojen siteiden suhteet ovat usein homogeenisiä eli he ovat hyvin samankaltaisia keskenään jakaen samat arvot tai mielenkiinnon kohteet (Kaakinen ym. 2020). Mitä läheisempiä ihmiset ovat keskenään, sitä todennäköisemmin heillä on enemmän yhteisiä tuttuja. (Granovetter 1983.) Vaikka vahvat siteet luovat läheisiä suhteita (*bonding*), ne myös eristävät ryhmän jäsenet muilta arvoilta, ideoilta, ajatuksilta ja tapahtumilta, mikä rajoittaa heidän ajatusmaailmaansa

(Bessi ym. 2015; Kaakinen ym. 2020). Se näkyy myös integroitumisessa työelämään, sillä vahvojen siteiden verkostot eivät kuule yhtä herkästi uusista työmahdollisuuksista kuin heikkojen siteiden verkostosta (Granovetter 1983).

Vaikka informaatiota kulkeekin vähemmän vahvojen siteiden verkostoissa, ne eivät ole pahasta. Läheisemmät välit takaavat sen, että verkoston jäsenet ovat helpommin toistensa tukena ja heillä on enemmän motivaatiota auttaa toisiaan. (Granovetter 1983.) Vahvojen ja heikkojen siteiden hyödyt tai haitat eivät kuitenkaan ole yksiselitteisiä. On tutkittu paljon muun muassa sosioekonomisen aseman vaikutusta verkostoista saatavaan hyötyyn. Peter Blau (1974) on esittänyt yhteiskunnan hierarkiaa pyramidin mukaisella mallilla, jossa heikommassa sosioekonomisessa asemassa olevilla on laajempi vahvojen siteiden verkosto, sillä heikompiosaisia on enemmän kuin varakkaita. (Blau 1974.) Toisaalta ylempään luokkaan kuuluvilla on erityisiä paikkoja, jossa luodaan ja ylläpidetään vahvempia siteitä, kuten yksityisklubit tai yksityiskoulut (Granovetter 1983).

Työttömyyden vaikutusta verkostojen siteisiin on tutkittu, ja erityisen tärkeäksi heikot siteet ovat osoittautuneet työelämässä, sillä ne ovat merkittävät reitti työllistymisessä (Granovetter 1983, 212; Oinas ym. 2018). Työttömänä olleet ovat turvautuneet ensisijaisesti oman verkoston vahvoihin siteisiin, koska he ovat luottaneet nopeasti saatavaan apuun. Työttömänä ollessa paineet oman toimeentulon turvaamisesta kasvavat, jolloin toivotaan nopeaa helpotusta ja ollaan riippuvaisempia muista ihmisistä. Siksi vahvat siteet ovat siinä tilanteessa merkittäviä. Toisaalta työelämässä on Granovetterin tutkimuksen mukaan menestyneet ne, joilla on eniten heikkoja siteitä verkostossaan. Yksi syy siihen on se, että he kuulevat työmahdollisuuksista heidän läheisimmän verkostonsa ulkopuolelta. (Granovetter 1983.)

Työllistymisen lisäksi työpaikan suhteet ovat tärkeitä yksilöille, sillä iso osa arjen kontakteista tulee työpaikan kautta. Työpaikkoja pidetään tärkeinä paikkoina muodostaa sosiaalista pääomaa kasvattaen luottamusta toisiin sekä tehden vastavuoroisia palveluksia toisille. Granovetterin mukaan useimmilla on työpaikalla edes yksi läheisempi ystävä eli vahva side. Työpaikkaa on kuitenkin pidetty vaikeana paikkana muodostaa läheisiä ystävyys-suhteita ja useimmat työpaikan suhteista ovatkin heikon siteen kontakteja. Tämä ei kuitenkaan ole huono asia, sillä työpaikat ovat hyvä paikka luoda siltoja (*bridging*) ihmisiin, jotka ovat muun muassa erilaisista etnisistä, sosioekonomisista tai poliittisista taustoista. (Granovetter 1983.) Toisaalta Putnam huomauttaa, että työntekijöille maksetaan

heidän ajastaan, josta työnantaja hyötyy. Vaikka sosiaalisen pääoman on osoitettu olevan tärkeää työtyytyväisyyden edistäjä, ei työntekijöille suoraan makseta sosiaalisen pääoman rakentamisesta tai edistämisestä. Lisäksi sosiaalista pääoman muodostumista haastavat nykyajan trendit: työurien jakaantuminen useaan eri organisaatioon, osa-aikaiset työntekijät sekä nopea työntekijävaihtuvuus. Näissä työntekijät eivät pääse kunnolla muodostamaan suhteita toisiinsa, jolloin sosiaalista pääomaakaan ei ehdi kunnolla muodostua. (Putnam 2000.)

4.3. Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja sosiaalinen pääoma

Teknologian kehittymisen myötä sosiaalista pääomaa on alettu tutkia teknologian kontekstissa. Puhelimien yleistymisen myötä sosiaaliset suhteet vapautuivat fyysisistä rajoituksista, ja puhelimia onkin kutsuttu ”psykologisiksi naapurustoiksi”. Puhelimien myötä ihmisten sosiaaliset verkostot ovat kasvaneet, kun puhelimen välityksellä käydään keskustelua tiiviimmin omien ystävien lisäksi tuttavien kanssa. Internetin keksimisen myötä sosiaalinen verkostoituminen ja vaikuttaminen siirtyivät enemmässä määrin virtuaaliseen maailmaan. Internet mahdollistaa verkostojen kasvun lisäksi laajan pääsyn informaatioon, millä on sosiaalista pääomaa edistävä vaikutus. Näiden lisäksi virtuaalisesta vuorovaikutuksesta puuttuu sosiaaliset vihjeet, kuten äänenpaino ja eleet, mikä vähentää sosiaalista kontrollia. Tämän vuoksi vuorovaikutus Internetissä on monesti vapaampaa ja vähemmän kontrolloitua tai hierarkkista, jolloin puhe on suorempaa ja tasa-arvoisempaa kuin kasvokkain. (Putnam 2000, 168 – 173.)

Sosiaalisen median kehittymisen myötä sen käyttö on siirtynyt osaksi myös työelämää, minkä on huomattu lisäävän sosiaalista pääomaa. Viestinnästä on tullut organisaatioissa huomattavasti näkyvämpää, jonka ansiosta useampi työntekijä on ajan tasalla tiedosta tai tapahtumista. Leonardi ja kumppanit ovat verranneet sosiaalista mediaa vuotavaan putkeen, jota kautta tieto leviää laajalti verkoston jäseniin hyödyttäen heitä esimerkiksi esittelemällä uusia ihmisiä, joiden puoleen kääntyä. (Leonardi ym. 2013.) Käytännössä tämä tapahtuu alustojen, kuten Facebook tai LinkedIn välityksellä, jossa jaetaan paljon linkkejä ja uutisia, Youtubessa videoiden muodossa tai Instagramissa merkitsemisen (*tagging*) kautta. Näitä alustoja käyttämällä työntekijöiden ammatillinen verkosto kasvaa. Lopulta internetin ja sosiaalisen median ammatillisten verkostojen tarjoama informaatio, tieto, tuki ja muut resurssit kasvattavat yksilön sosiaalista pääomaa ja työsuoritusta. (Adler & Kwon 2002.) Toisaalta sillä on ollut myös haittapuolia. Leonardi ja kumppanit viittaavat

sosiaalisella medially myös kaikukammioon, joka toistaa samankaltaisten, samassa työorganisaatiossa työskentelevien tietoa ja mielipiteitä. Kaikukammio saattaa lopulta olla haitallista, koska se estää ulkopuolelta tulevat erilaiset mielipiteet, kritiikin ja ideat. Tämä saattaa johtaa ryhmäajatteluun, joka rajoittaa työryhmän luovuutta. (Leonardi ym. 2013.)

Ali-Hassanin ja kumppanit tutkivat erilaisia sosiaalisen median käytön kontekstien, esimerkiksi viihdekäytön tai tiedon jakamisen, vaikutusta sosiaaliseen pääomaan ja työsuoritukseen. Heidän mukaansa tärkeää ei ole kysyä, käyttävätkö ihmiset esimerkiksi WhatsAppia tai Facebookia työnteossa, vaan miten he käyttävät. Erityisesti sosiaalisen käytön eli sellaisen, jossa luodaan ja ylläpidetään sosiaalisia suhteita, huomattiin lisäävän sosiaalista pääomaa. Tällöin ihmiset loivat niin heikkoja kuin vahvoja siteitä sosiaalisen median kautta, mikä edisti heidän saamaan sosiaalista tukea sekä tiedon saantia johtaen näin heidän työsuorituksensa paranemiseen. Työsuoritusta mittaavia muuttujia olivat muun muassa kommunikaatio, yhteistyö, ongelmanratkaisu, tiedon jako, luovuus, työtyytyväisyys ja työn imu. (Ali-Hassan ym. 2015.)

Vahvoja ja heikkoja siteitä sekä tiedon kulkua on tutkittu sosiaalisen median kontekstissa. Muun muassa Gabowicz (2012) on tutkinut heikkoja ja vahvoja siteitä Twitterissä sekä tiedon kulkua näiden välillä. Informaatio kulki Twitterissä kolmella eri tyylillä: mainintojen (*mentions*), uudelleen twiittauksen sekä yksityisviestien kautta. Yksityisviestiä käyttivät eniten vahvojen siteiden ryhmät, kun uudelleen twiittausta tapahtui enemmän eri ryhmien välillä. Erityisen tärkeiksi osoittautuivat ne henkilöt, jota kuuluivan useampaan eri ryhmään, sillä he levittivät tietoa kaikista laajimmin toimien siltoina eri ryhmien välillä. (Grabowicz, Ramasco, Moro, Pujol & Eguiluz 2015.)

4.4. Sosiaalinen pääoma työhyvinvoinnin ja työn imun edistäjänä

Sosiaalista pääomaa on tutkittu paljon muun muassa asuinyhteisöissä (Oksanen, Kouvonon, Kivimäki, Pentti, Virtanen, Linna & Vahtera 2008), mutta sitä on tutkittu myös työhyvinvoinnin kontekstissa (Manka 2012). Sosiaalisen pääomaa tarkastelu työkontekstissa on tärkeää, koska ihminen viettää suurimman osan hereillä olemastaan ajastaan töissä, jolloin työpaikasta muodostuu yksilöille yksi keskeisimpiä sosiaalisia ympäristöjä ja paikkoja luoda suhteita toisiin ihmisiin. Siksi työpaikkaa voidaan pitää erinomaisena paikkana tutkia ihmisten välistä vuorovaikutusta ja verkostoja, jotka ovat keskeisiä elementtejä sosiaalisen pääoman tuottamisessa. (Oksanen ym. 2008.) Sosiaalisen

pääoman on jaettavissa esimiehen ja alaisen vertikaaliseen pääoman lisäksi työntekijöiden väliseen horisontaaliseen pääomaan (Manka 2012, 115).

Sosiaalinen pääoma on muun inhimillisen eli aineettoman pääoman, kuten tieto ja taito, kanssa tärkeässä roolissa työkyvyn ja terveyden ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Yleisesti inhimillinen pääoma tukee yksilön kykyä kouluttautua, kehittyä työssä sekä uudistua. Terveys ja inhimillinen pääoma vaikuttavat toinen toisiinsa. Organisaation näkökulmasta inhimilliseen ja täten myös sosiaaliseen pääomaan panostaminen on kannattavaa, sillä inhimillisellä pääomalla on jopa 50-90% vaikutus organisaation tulokseen. Haasteena on kyseisen pääoman tunnistaminen, sillä siihen vaikuttavat niin organisaation prosessit ja kulttuurit kuin yksilön oma osaaminen ja asenteet. (Manka & Manka 2016, 51 – 53.)

Vuonna 2015 Tampereen yliopiston Johtamiskorkeakoulun Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos laati kartoituksen ajankohtaisista työelämän haasteista ja niiden yhteydestä inhimilliseen sekä sosiaaliseen pääomaan. Tehdyn selvityksen mukaan työssä luodaan tärkeä pohja niin yksilön kuin organisaation sosiaaliselle pääomalle. Työelämän verkostot niin työtovereihin kuin esimies-alaisuuteen sitouttavat paremmin työhön ja ehkäisee henkilöstön vaihtuvuutta. Yksilön oma sosiaalinen pääoma ilmenee esimerkiksi tämän saamasta sosiaalisesta tuesta niin työtovereilta kuin esimieheltä. Tämän on todettu tukevan yksilön terveyttä sekä jaksamista erityisesti haastavissa työtilanteissa tai muutoksissa. (Larjovuori, Manka & Nuutinen 2015.) Lisäksi sosiaalisen pääoman on huomattu vähentävän sairauspoissaoloja erityisesti niiden keskuudessa, jotka kokevat työtehtävänsä vaativiksi (Regulies, Hasle, Pejtersen, Aust & Bjorner 2016).

Manka ja Manka (2016) toteavat joustavan johtamisen olevan peruspohja sosiaalisen pääoma tukemiselle työssä. Seuraavalla tasolla on huomion kiinnittäminen hyvien työyhteisötaitojen kehittämiseen, sillä niin vertikaalisella kuin horisontaalisella vuorovaikutuksella on merkitystä yksilön sosiaaliseen pääomaan. Tämä vaikuttaa yksilön kykyyn sopeutua muutoksiin ja uudistuksiin sekä edistää yksilön sitoutumista, innovatiivisuutta sekä merkityksellisyyden kokemusta. (Manka & Manka 2016, 54.) Vuonna 2015 tehdyn selvityksen mukaan työelämän haasteet uhkaavat myös niin työyhteisöjen kuin henkilökohtaista sosiaalista pääomaa, jonka muodostuminen vaatii aikaa. Nopeat uudistukset, vaihtuvuus sekä pirstaleiset työurat heikentävät ja hidastavat sosiaalisen pääoman muodostumista. (Larjovuori ym. 2015.)

Oksanen ja kumppanit tekivät vuonna 2008 tutkimuksen yksilön sosiaalisen pääoman yhteydestä terveyteen valtion työntekijöiden keskuudessa. Tutkimukseen osallistui yhteensä 9524 työntekijää julkiselta puolelta ja aineisto kerättiin vuosina 2000-2004. Osallistujia arvioivat itse omaa sosiaalista pääomaa. Tulosten mukaan heikko koettu sosiaalinen pääoma on riski ihmisen terveydelle. (Oksanen ym. 2008.)

Sosiaalinen pääoma syntyy yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen seurauksena edistäen yhteisön toiminnan luottamusta, vastavuoroisuutta ja verkostoitumista. Sen määrä ja laatu vaikuttavat niin yksilöön kuin yhteisöön, ja voi toimia niin voimavarana kuin kielteisenä asiana, kuten kiusaaminen tai kuppikuntien synty. Voimavarana se edistää muun muassa työyhteisötaitoja ja ryhmän toimivuutta sekä organisaation tuloksellisuutta. Yksilön sosiaalista pääomaa arvioi hän itse, kun työyhteisön arvioi kaikki sen jäsenet. Aikaisemmissa tutkimuksissa sosiaalisesti pääomaksi on yhdistetty muun muassa luottamus, työyhteisötaidot, avoimuus ja palautteen anto, aktiivisuus, erilaisuuden hyväksyminen sekä sosiaalinen tuki. (Manka 2012, 115 – 138.)

Jaakko Koivumäki tutki väitöskirjassaan asiantuntijaorganisaatiossa vallitsevaa luottamuksen ja yhteisöllisyyden merkitystä ja rakentamista. Tutkimusta varten kerättiin survey-aineistoa (N=440) sekä sitä täydentävät teemahaastattelut ja sähköpostipalautteet. Koivumäki toteaa, että luottamuksella ja yhteisöllisyydellä oli useita positiivisia vaikutuksia niin koko organisaatioon kuin yksilöihin. Se muun muassa edisti organisaatiositoutumista eli sitä, miten työntekijä omaksuu työntekijän arvot, kuinka paljon hän on valmis ponnistelemaan organisaation asettamien tavoitteiden eteen ja miten vahvasti hän identifioituu organisaatioon. Sitoutuneempia olivat ne henkilöt, jotka kokivat enemmän luottamusta niin työtovereita kuin esimiestä kohtaan. (Koivumäki 2008.) Ihminen, joka välittää työpaikastaan eikä koe ristiriitoja työolojen ja välittämisen välillä, on sitoutuneempi työhönsä. Tällöin työhönsä sitoutunut ihminen on valmis tekemään parhaansa ja hän kokee työn imua. Lisäksi luottamus luo yksilön ja työpaikan välille tunnesuhteen, joka muun muassa edistää vastavuoroisuutta. Tällöin työntekijä on myös valmis tekemään enemmän työpaikan hyväksi. (Hakanen 2011, 57.)

Sosiaalisella pääomalla on myös stressiä heikentävä vaikutus. Enemmän luottamusta ja yhteisöllisyyttä kokevat työntekijät käyttivät muun muassa sosiaalista tukena keinona stressin hallintaan. (Koivumäki 2008.) Niin tiimin kuin tiimin jäsenten kokema yhteisöllisyys edistävät käsitystä työssä pystyvyyteen sekä työyhteisön sisäistä luottamusta

ja tiedon jakamista. Nämä kaikki edistävät työn imua, ja vahvaa yhteisöllisyyttä kokevissa työyhteisössä jaettu työn imu on mahdollista. (Hakanen 2011, 61.)

5. Tutkimuksen toteuttaminen

5.1. Tutkimuskysymykset

Tässä tutkielmassa tutkimuskysymyksiäni ovat:

- 1. Miten sosiaalista mediaa käytetään ammatilliseen verkostoitumiseen?*
- 2. Voiko ammatillisilla sosiaalisen median verkostoilla olla vaikutusta työn imuun?*
- 3. Kuinka sosiaalisen median ammatilliset verkostot näkyvät yksilön sosiaalisessa pääomassa?*

Tässä tutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median ammatillisten verkostojen yhteyttä yksilöiden sosiaaliseen pääomaan ja työn imuun, erityisesti työhön omistautuneisuuteen. Verkostoilla on osoitettu olevan merkitystä esimerkiksi työnhaussa (Granovetter 1983; Oinas ym 2018). Lisäksi sosiaalisella pääomalla on todettu olevan vaikutusta työn imua edistävä vaikutus (Hakanen 2011; Manka 2012). Tässä luvussa esitellään tutkimuskysymysten lisäksi käytetty aineisto. Analyysimenetelminä käytettiin niin kvantitatiivisia tarkastelua taustoittamaan ilmiötä, jonka jälkeen siirryttiin analyysin tekoon sisällönanalyysia käyttäen.

5.2. Tutkimusaineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu sekä määrällisestä, että laadullisesta aineistosta. Aineisto on kerätty Tampereen yliopiston Emerging Technologies Labiin kuuluvaan hankkeeseen ”Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työnimu”, joka analysoi Y-sukupolven eli 1980-1990-luvulla syntyneiden ammatillisen sosiaalisen median käytön yhteyttä työn imuun. Hankkeen pyrkimyksenä on luoda kokonaiskuva ammatillisen sosiaalisen median käytön ja työn imun yhteydestä sekä tarjota yrityksille tietoa siitä, kuinka sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää työhyvinvoinnissa ja yrityskulttuurin edistämiseksi. Hanketta johtaa sosiaalipsykologian professori Atte Oksanen. (TyöSome 2019.)

Tämän tutkimuksen aineistona käytetään hankkeen keräämiä yrityskyselyitä (N=563) sekä fokusryhmähaastatteluja (N=52). Tutkielmassani tullaan tarkastelemaan ensin kvantitatiivista dataa, minkä jälkeen syvennyttään laadulliseen aineistoon. Kvantitatiivisen aineiston yrityskysely on kerätty marraskuussa 2018 ja se on kerätty viidestä eri organisaatiosta. Kysely koostuu taustatietojen lisäksi useasta eri validoidusta ja muokatusta

mittarista, joista tässä tutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median käyttöä, työn imua (UWES) sekä hieman sivuten työn vaatimuksia ja voimavaroja (COPSOQ II).

Kvalitatiiviseen aineistoon kuului valmiiksi litteroituja fokusryhmähaastatteluja, jotka kerättiin helmi- ja maaliskuun aikana vuonna 2018 samoista viidestä eri alan organisaatioista kuin kyselyt. Fokusryhmähaastattelun tarkoitus on haastatella pienryhmää, jossa vastaajat voivat jakaa ja vertailla kokemuksiaan. Haastattelu on melko joustavaa toteuttaa, sillä esimerkiksi kysymysten järjestys on vapaa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 85). Haastattelijan tärkein tehtävä on luoda keskustelulle mielekäs ilmapiiri ja tavoitteellisesti ohjata keskustelua (Valtonen 2005, 223).

Jokaisesta organisaatiosta haastateltiin kahta eri ryhmää, joihin osallistui kerralla neljästä kuuteen henkilöä. Aineistossa edustetut toimialat ovat kustannusala, telekommunikaatio, henkilöstöpalvelut, finanssiala ja vähittäiskauppa. Yhteensä vastaajia oli 52, joista naisia oli 36 ja miehiä 16. Vastaajat olivat iältään 25-38 vuotiaita. Haastattelut toteutettiin haastateltavien työpaikoilla, mutta vastaajat eivät välttämättä entuudestaan tunteneet toisiaan, ja he olivat eri tasoilta organisaation hierarkiasta. Tutkimuksessa aineistoa lähestytään kvalitatiivisen tutkimuksen kautta käyttäen tutkimusmetodina sisällönanalyysia, sillä se sopii valmiiksi tekstimuodossa olevan aineiston analyysiin (Sarajärvi & Tuomi 2013, 103). Haastateltavista vain muutamalla sosiaalisen median päivittäminen kuului työnkuvaan. Tällöin heillä oli käytössään organisaationsa tilit esimerkiksi Twitterissä, Facebookissa tai LinkedInissä. Työnkuvaan kuului esimerkiksi blogin kirjoittaminen, markkinointi ja tiedon jakaminen sekä rekrytointi. Vaikka heillä oli käytössään organisaation tilit, he käyttivät myös henkilökohtaisia tilejään työasioiden seuraamiseen. Suurimmalla osalla oli käytössään vain omat henkilökohtaiset tilit, joiden kautta he seurasivat ja ottivat kantaa työhön liittyvissä asioissa. Yksilönä ja asiantuntijana olemisen raja oli haastateltaville häilyvä. Tässä tutkielmassa tarkastelen erityisesti asiantuntijana olemista eli myös työntekijöiden henkilökohtaisilta sosiaalisen median tileiltä tehtyä toimintaa.

5.3. Tutkimusmenetelmät ja datan keräys

Tässä tutkielmassa käytetään monimenetelmäisyyttä, jolla yhdistetään kvantitatiivisia eli määrällisiä ja kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä datan keräämisessä ja analyysissa. Kvantitatiivisen osuuden on tarkoitus tarjota taustatietoa tutkittavasta ilmiöstä, johon syvennyttään tarkemmin kvalitatiivisessa analyysissa. Monimenetelmäisyydessä ei ole kyse

pelkästään metodologian yhdistämisestä, vaan tutkimuksen taustoittamisesta: mitä tiedetään, mitä voidaan tietää ja miten tietoon päästään (Mertens & Hesse-Biber 2013). Määrällistä ja laadullista analyysia ja tutkimusta ei tule pitää toisiaan poissulkevinä vastakohtina, vaan ne kannattaisi mieltää toistensa jatkumona. Loppupeleissä molempien menetelmien tarkoitus on pyrkiä loogiseen todisteluun ja objektiivisuuteen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa analysoidaan lukujen välistä systematiikkaa ja tilastollisia yhteyksiä, kun kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa tarkastellaan absoluuttisena kokonaisuutena. (Alasuutari 2011, 31 – 32.) Parhaimmillaan monimenetelmäisyydellä saavutetaan synerginen tutkimus, jossa kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen menetelmien yhdistämisellä saadaan syvempi ymmärrys tutkimuksen kohteena olevasta asiasta (Mertens & Hesse-Biber 2013).

5.3.1. Kvantitatiiviset menetelmät

Kvantitatiivisten eli määrällisten menetelmien tarkoitus on kuvailla ja vertailla tutkimusaineistossa esiintyviä vaihteluita luoden näin helpommin tulkittava ja ymmärrettävä kuva tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä. (Nummenmaa 2009, 17). Aiemmat teoriat toimivat perustana, joita yritetään kvantitatiivisessa tutkimuksessa uudistaa, selittää, purkaa ja rakentaa. Mittareina toimivat useimmiten erilaiset kysely- tai havainnointilomakkeet. Ensisijainen pyrkimys on vastata kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon ja miten usein. (Vilkkä 2007, 13 – 25.)

Tässä tutkimuksessa on ensisijaisesti käytetty aineiston kuvailussa frekvenssejä, joilla kuvataan aineistossa esiintyvien havaintojen lukumääriä (Nummenmaa 2009, 60). Lisäksi käytetään keskiarvoa, jolla saadaan tiivistetty käsitys alkuperäisestä mittaustuloksesta (em. 17). Lisäksi tutkimuskohteena on työn imu, jota on aineistossa mitattu useammalla muuttujalla. Tätä varten tehtiin summamuuttuja, joka tiivistää monta samankaltaista ominaisuutta mittaavaa muuttujaa yhdeksi (em. 167). Jotta analyysissa saadaan kattavasti tietoa tarkastelun kohteena olevien ilmiöiden korrelaatiosta, käytetään vielä ristiintaulukointia sekä riippumattomien otosten T-testiä, jolla pystytään selvittämään, eroavatko kahden ryhmän keskiarvot tilastollisesti merkitsevästi (em. 172). Ristiintaulukoinnilla on mahdollista tarkastella kahta muuttujaa samanaikaisesti, ja siten mahdollisesti löytää selittävä muuttuja, joka vaikuttaa toiseen muuttujaan (Vilkkä 2007, 129).

5.3.2. Sisällönanalyysi

Tässä tutkielmassa kvalitatiivinen analyysi toteutettiin sisällönanalyysia käyttämällä, sillä se sopii valmiiksi tekstimuodossa olevan aineiston analyysiin. Sisällönanalyysi on metodi, jolla analysoidaan dokumentteja systemaattisesti. Tarkoituksena on saada tutkittavasta ilmiöstä tiivis ja yleisessä muodossa oleva kuvaus, joka tuotetaan päättelemällä ja tulkitsemalla aineistoa. (Sarajärvi & Tuomi 2013, 103.) Tutkielmassani käytän teoriaohjaavaa sisällönanalyysia eli aineistosta etsitään analyysiyksiköitä, joita teoria ohjaa. Kuten analyysilähtöisessä sisällönanalyysissa, teoriaohjaavassa sisällönanalyysissa prosessi lähtee liikkeelle aineiston ehdoilla. Olennaista on se, että analyysi ei pohjaudu teoriaan suoraan vaan se toimii analyysin tukena.

Prosessi lähtee pelkistämisestä, jossa aineistosta koodataan tutkimuskysymykselle olennaiset ilmaukset, joita kutsutaan myös analyysiyksiköiksi. Ryhmittelyssä analyysiyksiköt kootaan yhteen samankaltaisuuksien tai eroavaisuuksien mukaan luoden näin alustavia kuvauksia tutkittavasta ilmiöstä. Ryhmittelyssä syntyviä kuvauksia kutsutaan alaluokiksi. Abstrahoinnissa eli käsitteellistämässä alaluokkien avulla muodostetaan teoreettisia käsitteitä, jotka antavat vastauksen tutkimuskysymykseen. Tässä kohtaa mukaan tulee teoria, joka antaa valmiit käsitteet, jotka ovat jo tiedettyä tietoa aiheesta. (Sarajärvi & Tuomi 2018, 109 – 112.) Tässä tutkimuksessa sisällönanalyysilla tarkastellaan yksityiskohtaisemmin ammatillista verkostoitumista sosiaalisessa mediassa, ja sen yhteyttä sosiaaliseen pääomaan ja täten työn imuun.

5.4. Muuttujat

Kvantitatiivisen tutkimusosion muuttujat valittiin teoreettisen pohjan sekä aikaisemman tieteellisen tutkimuksen perusteella niin, että mitattavana olisivat tutkimusasetelman kannalta tärkeimmät teemat. Muuttujiksi valikoituivat sosiaalisen median alustat, työn imu sekä työn vaatimusten ja voimavarojen mittarit.

Sosiaalinen media

Tutkimuksen taustoitukseen käytettiin mittaria, joka tarkasteli sosiaalisen median käyttöä. Mittarin pohjana on käytetty Pew Research Centerin kyselytutkimusta sosiaalisen median käyttötarkoituksista (Olmstead, Lampe & Ellison 2015). Mittarissa tarkasteltiin, kuinka usein sosiaalisen median alustoja käytettiin yleisesti ja kuinka usein niitä käytettiin työtarkoitukseen. Yleisen käytön sosiaalisen median alustoja kartoitettiin yhteensä 15,

esimerkiksi Instagram, Snapchat tai YouTube. Työtarkoitukseen käytettävistä alustoista käytön määrää kysyttiin yhteensä 21:stä alustasta, kuten MS Teams, LinkedIn tai Twitter. Osa sosiaalisen median alustoista löytyi molemmista kysymysvaihtoehdoista. Vastausvaihtoehdot molemmissa olivat 0-4, joista 0 = en käytä ja 4 = useita kertoja päivässä. Tässä tutkielmassa tarkastellaan niin vapaa-ajan kuin työajan sosiaalisen median käyttöä, koska ammatillinen verkostoituminen ei rajoitu vain toiseen.

Lisäksi tutkimuksessa tarkasteltiin kysymystä: *Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalista mediaa työssäsi?* Vastausvaihtoehtoja annettiin yhteensä 10, joista tässä tutkielmassa keskityttiin kahteen muuttajaan: *ammatilliseen verkostoitumiseen* sekä *yhteydenpitäminen työyhteisöön*. Näiden lisäksi kysyttiin: *Kuulutko johonkin ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa?* Vastausvaihtoehtoina olivat kyllä tai ei. Niille, jotka vastasivat ”kyllä”, kysyttiin lisäkysymyksenä ”*mihin tarkoitukseen käytät yhteisöä?*”. Tässä tutkielmassa tarkastellaan muuttujaa ”*verkostoituminen ja yhteenkuuluvuus muiden ammattilaisten kanssa*”.

Työn imu sekä työn vaatimukset ja voimavarat

Työn imun mittarina TSR:n tutkimuksessa oli ”Utrecht work engagement scale” (UWES). Mittarin ovat kehittäneet Wilmar Schaufeli ja Arnold Bakker, jotka operationalisoivat sen mittaamaan työn imua 17:llä väittämällä (Schaufeli & Bakker 2004), joka on sittemmin lyhennetty myös yhdeksän väittämän versioksi (Hakanen 2009, 10). Tässä tutkielmassa tarkasteltiin työn imun alaskaalaa eli työhön omistautuneisuutta: ”*olen innostunut työstäni*”, ”*työni inspiroi minua*” ja ”*olen ylpeä työstäni*”. Vastausvaihtoehtoja ovat välillä 0-6: *en koskaan, muutaman kerran vuodessa, kerran kuussa, muutaman kerran kuussa, kerran viikossa, muutaman kerran viikossa ja päivittäin*. Työhönsä omistautunut henkilö pitää työtään inspiroivana. Korkeat pisteet saava henkilö kokee työnsä merkityksellisenä, inspiroivana sekä haastavana ja tuntee suurta innostuneisuuttaan työtä kohtaan. Matalat pisteet saanut henkilö tuntee päinvastoin eikä koe samaistuvansa työhönsä. (em. 2009, 10.)

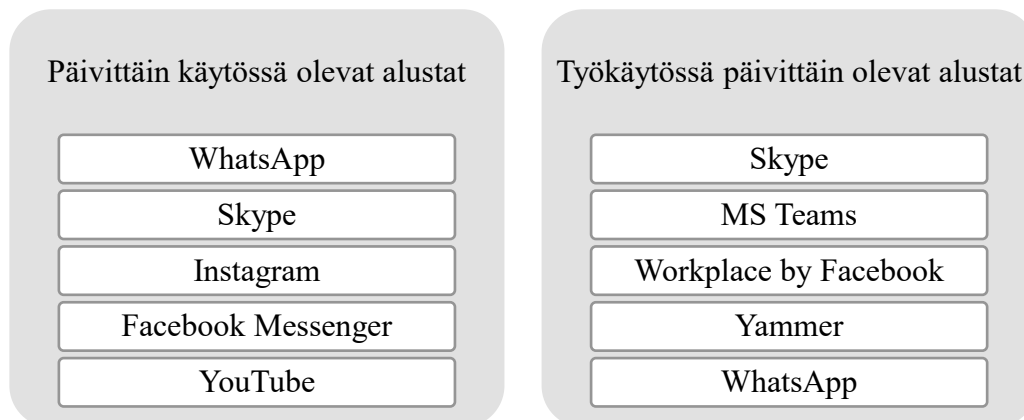
Työn imun mittarin lisäksi tutkielmaan valikoitui yksi muuttuja työn vaatimusten voimavarojen mittarista (Copenhagen Psychosocial Questionnaire COPSOQ II). Kysymys oli ”*kuinka usein saat apua ja tukea kollegoiltasi*” ja vastausvaihtoehdot olivat 1-6: *Ei koske minua, en koskaan/tuskin koskaan, harvoin, joskus, usein ja aina*.

6. Tulokset

Tässä luvussa käsitellään tuloksia, joihin päädyttiin kvantitatiivisen käsittelyn ja sisällönanalyysin perusteella. Ensin esitellään vastauksia ensimmäiseen ja toiseen tutkimuskysymykseen, jota varten kvalitatiivista aineistoa analysoitiin frekvenssien avulla. Toisena esitellään sisällönanalyysin tuloksia, joilla vastataan kolmanteen tutkimuskysymykseen sosiaalisen median verkostojen yhteydestä yksilön sosiaalisen pääomaan.

6.1. Sosiaalisen median alustat ja työn imu

Pyrkimyksenä on vastata ensimmäiseen tutkimuskysymykseen siitä, miten sosiaalisen median alustoja käytetään ammatilliseen verkostoitumiseen sekä selvittää, voiko se vaikuttaa työn imuun kvantitatiivisen taustoittamisen avulla. Ensin tarkasteltiin, mitä sosiaalisen median alustoja käytetään vähintään päivittäin epävirallisessa käytössä ja mitä työntekoon.



Kuvio 1

Kyselyssä kysyttiin, kuinka usein käytät tiettyjä sosiaalisen median alustoja yleisesti ja kuinka usein työtarkoituksessa. Vastausvaihtoehdot olivat 0-4, mutta analyysia varten vastausvaihtoehdot selkeytettiin 0-3, joista 0=en käytä ja 3=käytän päivittäin. Vastaajia oli 536. Ensimmäisessä kuviossa esitellään viisi päivittäin eniten käytettyä alustaa epävirallisessa käytössä sekä työtarkoitukseen. Taulukon kärjessä ovat eniten käytetyt alustat. Suosituimmat sosiaalisen median alustat epävirallisessa päivittäisessä käytössä olivat WhatsApp, Skype, Instagram, Facebook Messenger sekä YouTube. Työnteossa päivittäin oli useimmiten käytössä Skype, MS Teams, Workplace by Facebook, Yammer ja WhatsApp. Suosituin alusta oli Skype, jota käytti päivittäin 563:sta vastaajasta 360

henkilöä eli 63,9%. Toiseksi suosituin alusta oli MS Teams, jota käytti päivittäin 223 eli 39,6% vastaajista.

Seuraavassa vaiheessa tarkasteltiin frekvenssien avulla, kuinka moni vastanneista käytti sosiaalista mediaa ammatilliseen verkostoitumiseen ja yhteydenpitoon työtovereihin. Lisäksi frekvenssejä tarkasteltiin siitä näkökulmasta, kuinka moni vastanneista kuului johonkin ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Tähän ”kyllä” vastanneilta kysyttiin vielä, onko ammatillisen yhteisön tarkoitus verkostoituminen ja ammatillinen yhteenkuuluvuus.

Taulukko 1

		N	%
Käytän sosiaalista mediaa ammatilliseen verkostoitumiseen	Kyllä	291	51,7
	Ei	272	48,3
	Yhteensä	563	100
Käytän sosiaalista mediaa työssä yhteydenpitoon työtovereihin	Kyllä	390	69,3
	Ei	173	30,7
	Yhteensä	563	100
Kuulun johonkin ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa	Kyllä	294	52,2
	Ei	269	47,8
	Yhteensä	563	100
Ammatillisen yhteisön tarkoitus minulle verkostoitumiseen ja yhteenkuuluvuus muiden ammattilaisten kanssa	Kyllä	215	73,1
	Ei	79	26,9
	Yhteensä	294	100

Analyysissä otettiin huomioon ne, jotka olivat täyttäneet kyselylomakkeen loppuun asti eli 563 ihmistä. Heistä hieman yli puolet eli 51,8% kertoivat käyttävänsä sosiaalista mediaa ammatilliseen verkostoitumiseen. Yhteydenpitoon työtovereiden kanssa sosiaalista mediaa käytti enemmistö eli 69,3% vastaajista. 52,2% vastaajista kertoo kuuluvansa johonkin

ammattilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Ammatilliseen yhteisöön kuuluville puolestaan 73,1% yhteisön tarkoitus oli verkostoituminen ja yhteenkuuluvuus kollegoihin. Eli niistä 294:stä ihmisestä, jotka kertoivat kuuluvansa ammatilliseen yhteisöön, 215 kuului ammatilliseen yhteisöön verkostoitumisen ja yhteenkuuluvuuden takia.

Taulukko 2

Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa pitääksesi yhteyttä työkavereihisi tai työyhteisösi muissa kuin työhön liittyvissä asioissa?

	N	%
Päivittäin tai useita kertoja päivässä	137	19,5
Viikoittain	238	34
Harvemmin kuin viikoittain	215	30,7
En käytä	111	15,8
Yhteensä	701	100

Vastaajista 30,7% prosenttia kertoi pitävänsä harvemmin kuin viikoittain yhteyttä työyhteisöön tai -kavereihin sosiaalisen median välityksellä. Kuitenkin 19,5% kertoo pitävänsä yhteyttä päivittäin tai useita kertoja päivässä ja suurin osa eli 34% viikoittain.

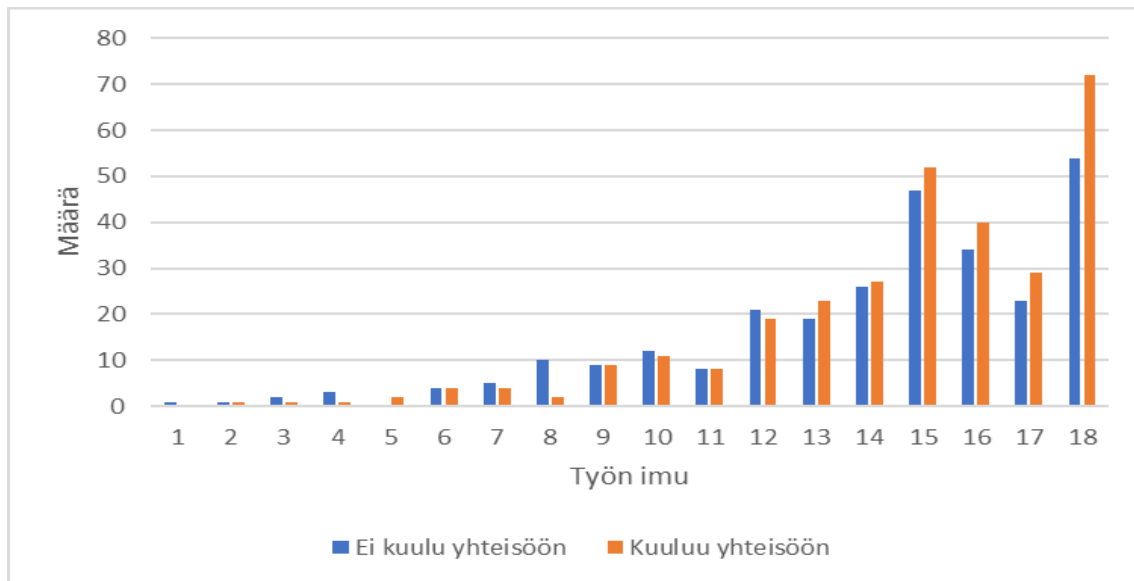
Taulukko 3

Kuinka usein saat apua ja tukea kollegoiltasi?

	N	%
Aina	190	33,7
Usein	263	46,7
Joskus	96	17,1
Harvoin	7	1,2
En koskaan/tuskin koskaan	4	0,7
Ei koske minua	3	0,5
N	563	100

Vastaajista valtaosa koki saavansa tukea esimieheltään ja kollegoiltaan aina 33,7%, usein 47,7% tai joskus 17,1%. En koskaan/tuskin koskaan vastasi vain 0,7% kaikista vastaajista ja harvoin vain 1,2%.

Seuraavaksi analysoitiin ammatillisen verkostoitumisen yhteyttä työn imuun. Työn imun kolmesta kysymyksestä muodostettiin summamuuttuja, jonka arvot vaihtelevat 0-21 välillä. Summamuuttujan keskiarvo on 17,38 ja keskihajonta 3,40. Muuttujan vinousarvo on -1,21, on ja huipukkuuden arvo on 1,39. Cronbachin alfa on 0,90 eli summamuuttujaa voidaan pitää luotettavana.

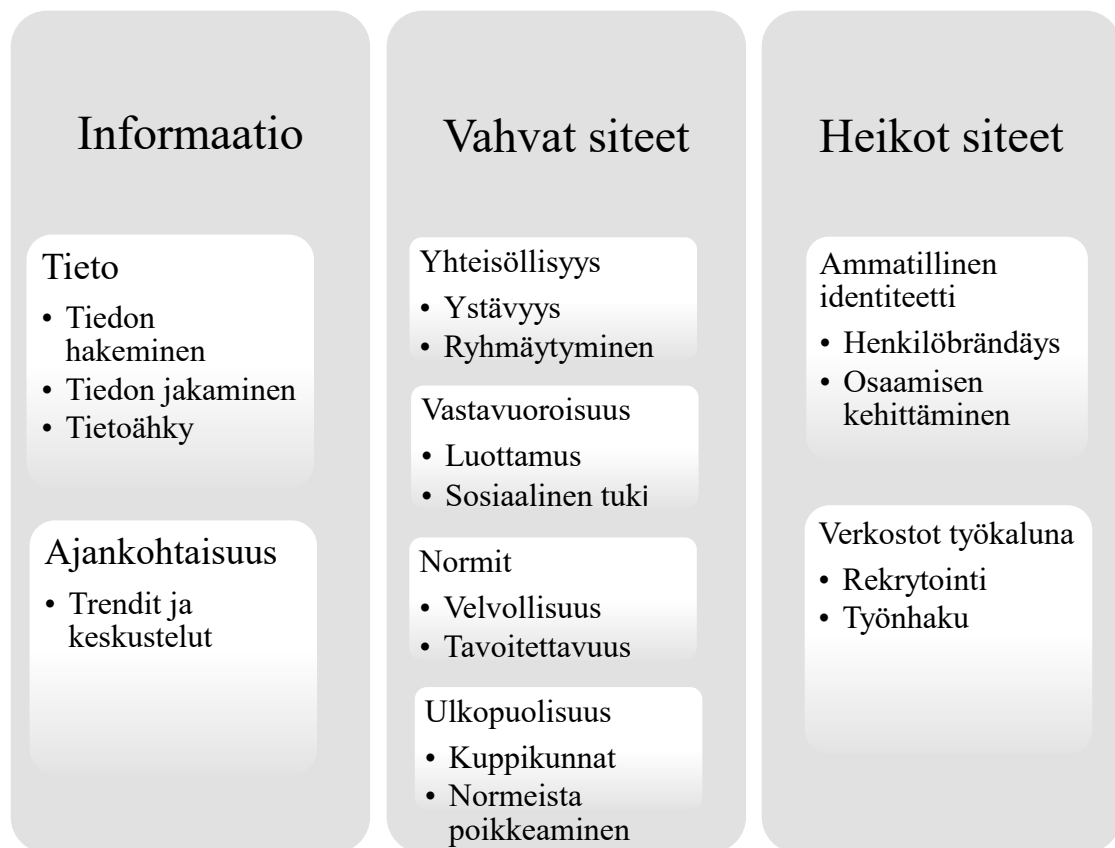


Tässä taulukossa on kuvattu työn imun, ja tarkemmin työhön omistautuneisuuden jakautumista niiden kesken, jotka kuuluvat ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Taulukossa sininen=ei kuulu ja oranssi=kuuluu ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Työn imun muuttujat mittasivat ensisijaisesti yksilön omistautuneisuutta työlle. Niistä, jotka käyttivät sosiaalista mediaa ammatilliseen verkostoitumiseen eli yhteensä 291 vastaajasta, 38,5% tunsivat innostusta työtään kohtaan muutaman kerran viikossa ja 38,5% päivittäin. Työ inspiroi heistä 36,8% muutaman kerran viikossa ja 30,9% päivittäin. Ylpeyttä työtään kohtaan heistä tunsivat muutaman kerran viikossa 30,2% ja päivittäin 41,6%. Taulukosta 4 nähdään, että työhön omistautuneisuus oli korkeampaa niiden keskuudessa, jotka kuuluivat johonkin ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Pienimmät arvot olivat suurimpia niiden keskuudessa, jotka eivät kuuluneet ammatilliseen yhteisöön.

Yhteisöön kuulumattomien keskiarvo oli 17,06 ja yhteisöön kuuluvien keskiarvo on 17,69. Työn imua siis koettiin yhteisöön kuuluvien keskuudessa hieman enemmän. Riippumattomien otosten t-testillä arvioitiin, ovatko erot tilastollisesti merkitseviä. T-testimuuttujat arvot $t(582) = -2,234$ ja p-arvo 0,026 osoittavat, että ero on tilastollisesti merkitsevä.

6.2. Sosiaalisen median verkostot ja sosiaalinen pääoma

Analyysin perusteella jaettiin yhteydet kolmeen pääluokkaan, jotka ovat **informaatio**, **vahvat siteet** ja **heikot siteet**, mitkä edelleen jaettiin ylä- ja alaluokkiin. Pääluokat jaettiin selkeästi haastatteluista ilmi tulleiden teemojen mukaan. Jokainen pääluokka kuvailee sitä, miten verkostoja hyödynnettiin ja miten se oli yhteydessä käyttäjän sosiaaliseen pääomaan. Haastatteluaineistossa otettiin huomioon erilaiset verkostoitumiseen käytetyt alustat kuten Slack, LinkedIn, Teams ja Skype. Lisäksi huomioitiin alustat, jotka ovat vapaa-ajalla työntekijöiden käytettävissä, kuten Twitter, Facebook, LinkedIn, MS Teams, Instagram ja Whatsapp. Sähköposteja tai muita organisaation virallisia sisäisen tiedottamisen alustoja, kuten Intraa, ei otettu huomioon. Kyseessä oli yksilöiden henkilökohtaisilta tileiltä tehty ja itse rakennettu verkostoituminen. Sosiaalisen median käyttöä ei velvoitettu työnantajan puolesta eikä se kuulunut olennaisesti kenenkään työrooliin, vaan oli täysin vapaaehtoista. Verkostoituminen tapahtui niin työ- kuin vapaa-ajalla.



Kuvio 2

6.2.1. Informaatio

Informaation pääluokka jaettiin kahteen yläluokkaan: *tieto* ja *ajankohtaisuus*. Haastatteluissa puhuttiin paljon informaatiosta, sillä verkostot koettiin ensisijaisesti informaation lähteenä hyvässä ja pahassa. Luokat jaettiin sen perusteella, miten sosiaalisen median verkostoja hyödynnettiin sosiaalisen pääoman kasvattamisessa tai miten verkostot heikensivät sitä.

Tieto jaettiin alaluokkiin vielä sen perusteella, miten informaatio kulki verkostoissa ja siten vaikutti sosiaaliseen pääomaan. Sosiaalisen median alustat olivat monelle ensisijaisesti lähteitä uuteen tietoon, joita *haettiin* erityisesti Facebookista, Twitteristä tai LinkedInistä. Uusi tieto saattoi olla blogin, artikkelin tai videon muodossa, joiden linkkejä jaettiin erilaisissa sosiaalisen median alustoissa. Moni haastateltavista korosti tiedon saannin nopeutta sosiaalisen median välityksellä sekä tiedon rajattomuutta. Useat kokivat, että sosiaalisessa mediassa oleminen oli välttämättömyys uuden tiedon saannille, ja tietoa saatiin asioista, joita ei kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa saisi. Tietoa haettiin ensisijaisesti kiinnostuksesta omaa alaa kohtaan. Lisäksi monelle sosiaalinen media oli tapa seurata kilpailevia organisaatiota ja olla perillä heidän tilanteestaan:

Tietoon pääset käsiksi heti ja laajemmin kuin ennen ja se on hyvä puoli

(Telekommunikaatio, ryhmä 1)

Tietoa jaettiin erityisesti LinkedInissä, Facebookissa, Whatsappissa ja Twitterissä, joissa henkilökohtaisen tilin seuraajiin tai seurattaviin kuului niin ystäviä kuin työyhteisön jäseniä. Haastatelluista moni kertoi käyttävänsä sosiaalista mediaa mielenkiintoisten artikkeleiden, blogien tai lehdistötiedotteiden jakamiseen. Jaettava informaatio yleensä liittyi omassa työssään liittyviin ajankohtaisiin asioihin, kuten päätöksiin tai uusiin tuotteisiin. Lisäksi työtovereiden välisissä sosiaalisen median ryhmissä jaettiin paljon osaamiseen liittyvää tietoa sekä materiaalia, jota voisi hyödyntää työssä myöhemmin. Haastatteluissa tuli ilmi, että hiljaisen tiedon välittäminen on monesti vaikeaa, mutta sosiaalisen median verkostojen myötä siitä on tullut helpompaa:

Joo se on ehkä niinkun, tollases on helpompi sellasta hiljasta tietoo jakaa, kun se että lähtis Intraan sinne kommentoimaan, että sehän on ihan fakta, että tässä firmassa on paljon sitä hiljasta tietoo, mutta ei ole kanavaa, missä sitä voidaan jakaa

(Finanssialan, ryhmä 2)

Ongelmallisena tiedon jakamisessa koettiin oman henkilökohtaisen verkoston laajuus sosiaalisessa mediassa. Yleisimmissä sosiaalisen median alustoissa, kuten Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa verkostot ylettyivät myös ystäviin sekä perheenjäseniin työtovereiden lisäksi. Omaan työhön kuuluvia asioita ei haluttu liiaksi jakaa omalle verkostolleen, sillä sitä pidettiin ahdistavana, koska omia työjuttuja ei pidetty tarpeeksi kiinnostavina sosiaaliseen mediaan. Osa halusi kokonaan pitää työelämän erillään vapaa-ajan asioista eikä siksi halunnut jakaa sosiaalisen median verkostoilleen työhön liittyvää sisältöä. Lisäksi jakamisessa ongelmana olivat muun muassa salassapitovelvollisuuksiin liittyviä asioita tai tasavertaisuus. Esimerkiksi kustannusalalla haluttiin kohdella asiakkaita tasavertaisesti, joten uusia julkaisuja ei haluttu jakaa omiin verkostoihin.

Tietoähkyllä viitattiin tiedon paljouteen. Sosiaalisen median verkostot ovat täynnä erilaisia tiedonlähteitä, ja monet sanoivat kokeneensa hankalaksi erottaa olennainen tieto muusta tiedosta. Haastattelussa tiedon paljous oli ongelma vähemmistölle, mutta se selkeästi saattoi heikentää sosiaalista pääomaa kaikilta. Ongelmallisena pidettiin erityisesti sitä, että sosiaalinen media oli täynnä tärkeää tietoa, joka meni helposti ohi. Myös väärän tiedon koettiin leviävän hyvin nopeasti. Vaikka tiedon paljous koettiin pääosin hyväksi asiaksi, oli kuormittavaa jatkuvasti etsiä tietoa, joka on oikeasti tärkeää. Tiedon etsimiseen sanottiin kuluvan turhaa aikaa niin työ- kuin vapaa-ajalla. Tämä puolestaan saattoi olla jopa työtä hidastavaa.

Ajankohtaisuudella viitattiin sosiaalisen median ammatillisessa verkostossa pinnalla oleviin keskusteluihin tai trendeihin. Haastateltavista moni hyödynsi sosiaalisen median verkostoja oman alan ajankohtaisten trendien seuraamiseen. Tätä tietoa he hyödynsivät omassa työssään ottamalla ajankohtaisista trendeistä vaikutteita ja ideoita, jotka he veivät omaan työhönsä:

Trendien seuranta helpottuu...et tavallaan sitä hyödyntää työkaluna semmoseen ammatillisten trendien seurantaan, mikä sitten taas vilkastuttaa sitä keskustelua siellä omassa työyhteisössä

(Vähittäistavara, ryhmä 1)

Ajankohtaisilla keskusteluilla viitattiin sosiaalisen median alustoilla käytäviin keskusteluihin ja kommentointiin erityisesti LinkedInissä ja Twitterissä. Haastateltavissa

monille keskusteluiden seuraaminen erilaisissa omaan alaan liittyvissä ryhmissä oli erityisen tärkeää. Sitä kautta pysyttiin kärryillä omaan työhön liittyvistä ajankohtaisista asioista ja ilmiöistä. Useimmille sosiaalinen media oli lähinnä ”hiljaista tutkiskelua” varten eli he mieluummin seurasivat keskusteluita kuin olivat itse osallisina. Keskustelujen seuraaminen koettiin haastateltavien mielestä omaa työtä ja mielenkiintoa tukevana toimintana, mutta myös välttämättömyytenä. Monet ilmaisivat huolensa siitä, että sosiaalisen median keskusteluja oli seurattava jatkuvasti, jotta ei tippuisi kärryiltä. Toisaalta sosiaalisen median keskustelut mahdollistivat työssä kiinni pysymisen pidemmistä poissaoloista huolimatta.

Keskusteluiden seuraamisen kuormittavuus jakoi haastateltavien mielipiteitä. Osan mielestä kuormittavaa oli erityisesti se, että sosiaalisen median keskusteluissa oli mahdollisuus joutua Facebookissa, Twitterissä tai LinkedInissä vedetyksi erilaisiin somekohuihin tai kommentointiin, joka liittyi oman työn jälkeen tai yleisesti omaan työorganisaatioon. Yleisesti keskustelu sosiaalisessa mediassa oli useassa haastattelussa puheen aiheena, koska oma rooli oli epäselvää. Haastateltavat eivät tieneet, edustavatko he itseään vai organisaatiotaan tai missä määrin he saisivat kommentoida.

Informaatio sosiaalisessa mediassa on yksi sosiaalista pääomaa lisäävä piirre, mikä helpottaa työntekoa monin tavoin. Haastatteluista käy ilmi, että informaatiota pystytään hyödyntämään työssä jakamalla tietoa työkavereiden kesken. Tämän voidaan olettaa lisäävän työn imua, koska sosiaalisen median verkostojen tarjoama informaatio antaa mahdollisuuden ensisijaisesti oppia sekä sitoutua työhönsä.

6.2.2. Vahvat siteet

Sosiaalisen median verkostojen isoin vaikutus on vahvoihin siteisiin. Tämä pääluokka jaettiin neljään yläluokkaan sen mukaan, miten ne edistävät tai heikentävät yksilön sosiaalista pääomaa. Luokat ovat *yhteisöllisyys*, *vastavuoroisuus*, *normit* sekä *ulkopuolisuus*.

Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyyden luokka oli haastatteluissa edustetuin ryhmä, sillä sen muodostaminen koettiin sosiaalisen median välityksellä helpommaksi. Analyysin tuloksena yhteisöllisyys näytti vaikuttavan merkittävästi *ystävystymiseen* sekä *ryhmytykseen*. Kaikki haastatteluihin osallistuneet työntekijät kertoivat heillä olevan jonkinlainen yhteinen

ryhmä sosiaalisessa mediassa työtovereiden kesken. Useimmin haastatteluiden mukaan heillä oli WhatsApp- tai Facebook-ryhmä. Monet sanoivat kuuluvansa useampaan eri ryhmään, jotka muodostuivat eri tiimeistä ja kokoonpanoista. Heillä oli horisontaalisia ryhmiä työtovereiden kesken sekä vertikaalisia, joissa oli mukana myös esimiehet. Useimmat kertoivat kuuluvansa Facebook-ryhmään, joka kattaa koko organisaation työntekijät.

Tutustuminen ja ystävystyminen työtovereihin koettiin sosiaalisen median avulla luontevaksi ja helpoksi. Sosiaalisen median välityksellä samassa organisaatiossa työskentelevien nimet tulivat herkästi tutuiksi ja heidät tunnistettiin profiilikuvista. Lisäksi monille tuli tutuksi työtovereiden työnkuvat paremmin kuin kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa, koska sosiaalisen median verkostoissa jaettiin tietoa omasta työstä laajalle yleisölle. Toisten saavutusten näkemistä pidettiin yhdistävänä ja innostavana tekijänä, joka lisäsi omaa työmotivaatiota:

...ja työn merkitystä sitä kautta, että näkee et okei vaikka me rekrytoitiin toi ihminen kaks vuotta sitten ja nyt se on saanu tämmöstä aikaan, nii se on jotenki mulla semmonen et pystyn seuraamaan sitä, et mitä ihmiset tässä organisaatiossa saa konkreettisesti tehtyä.

(Vähittäistavara, ryhmä 2)

Monilla oli tiimin jäseniä ympäri Suomea, jolloin sosiaalinen median mahdollisti päivittäisen vuorovaikuttamisen heidän kanssaan:

Meilläkin on niinku kahes lokaatiossa, et myös Oulussa ja sit on täällä tiimiläisiä, nii sitte se helpottaa sitä et vaikka ei nähä nii voijaan sitten jutella monissakin kanavissa samat ihmiset.

(Finanssiala, ryhmä 1)

Ystävystymisen kannalta tärkeintä oli ryhmät, joissa puhuttiin muustakin kuin työstä esimerkiksi harrastuksista, perheestä ja yleisesti kuulumisia sekä jaettiin kuvia. Yksi haastateltavista mainitsi, että sosiaalinen media oli ikään kuin toinen kahvihuone, ja huumori oli olennainen osa kommunikaatiota sosiaalisessa mediassa. WhatsApp- ja Facebook-ryhmien lisäksi työtovereita seurattiin muun muassa Instagramissa ja Twitterissä. Usein tällainen vuorovaikuttaminen tapahtui omalla vapaa-ajalla, mutta sitä ei koettu kuormittavaksi. Moni haastateltavista koki, että oppi oikeasti tuntemaan

työtovereitaan, koska sosiaalinen media toi lisää läpinäkyvyyttä ja ymmärrystä työtovereita kohtaan:

Se on monesti sanottu just, et some on just sellanen, kun haluaa olla. Nii, jos se on vähä et se ei vastaa sitä minkälainen sä oikeesti oot, nii se on sit semmonen mitä sa haluaisit ja mun mielest on ihan mukava, et kaikki jahtaa omia unelmiaan ja asioita mitä arvostaa. Et me opitaan tuntemaan paljo paremmin toisemme

(Henkilöstöala, ryhmä 2)

Yksi sosiaalisen pääoman edistäjä on ryhmäytyminen, mitä sosiaalisen median verkostot edistävät. Läpinäkyvyys, ymmärryksen jakaminen ja kunnon tutustuminen työtovereihin koettiin haastatteluissa ryhmäytymisen edistäjinä:

Mahdollistaa myös työkavereiden kanssa vuorovaikuttamisen aidommin ehkä ihmisinä ja sitä kautta toi tavallaan ryhmäytyminen on ehkä vielä kokonaisvaltaisempaa ja toi ehkä sitten yhdessä voi mahdollisesti saada enemmän aikaan

(Telekommunikaatio, ryhmä 2)

Sosiaalisen median avulla työtoverit koettiin läheisemmiksi ja aidommiksi kuin pelkän kasvokkaisen vuorovaikutuksen avulla. Kasvokkainen vuorovaikutus työpaikalla on aina rajoitettua fyysisesti ja ajallisesti. Puhelimen ja tietokoneen avulla saavutetaan paljon laajemmin uusia ihmisiä nopeasti, mikä edistää organisaatiossa ryhmäytymistä. Ryhmäytymistä pidettiin useassa haastattelussa sitoutumista edistävä tekijänä eli tiimin yhteisestä tavoitteesta tuli yksilöille tärkeä.

Vastavuoroisuus

Toinen yläluokka oli vastavuoroisuus, jolla tarkoitetaan asioiden tekemistä toisten vuoksi ja kiitollisuuden velkaa. Vastavuoroisuudella näytti olevan yhteys *sosiaaliseen tukeen* ja *luottamukseen* työyhteisössä. Verkostot olivat monella toimipaikkoja ylittäviä eli he olivat sosiaalisen median välityksellä yhteydessä eri kaupungeissa asuviin työtovereihin. Monet kertoivat, kuinka he olivat nähneet jonkun auttaneen työkaveriaan sosiaalisen median välityksellä, minkä vuoksi moni uskoi myös itse saavansa apua sosiaalisessa mediassa, jos sitä tarvitsisivat. Koska yksilöt oppivat tuntemaan toisiaan ja toistensa työnkuvia verkossa, he tiesivät paremmin kenen puoleen kääntyä tietyissä ongelmissa:

Et se mun mielestä tossa Workplacessa on ihan mahtavaa, että kun ihmiset kuitenkin pohjimmiltaan, et jos sä tiedät jostain asiasta jotain, niin sä haluat yleensä myös auttaa muita ihmisiä. Nii ja sit sä näät mitä ne ihmiset osaa, mun mielestä se on huikee, kun löytää jonku mielenkiintosen ryhmän, mitä voi seurata ”ai tämmöstäki tääl meillä tehää, et onpa mahtava juttu et toi oikeesti käyttää työpäivää siihen et mieltii näitä asioita ja mä varmaan saan toltä tukee, kun mulla on tämmönen ongelma” niin se on hieno nähdä

(Vähittäistavara, ryhmä 2)

Tätä pidettiin työn kuormitusta heikentävänä, koska avun saamista ei tarvinnut odottaa ja se vei turhaa työtä pois yhden henkilön harteilta sekä he uskoivat saavansa aina tukea työtovereiltaan. Luottamus yksilöiden välillä lisääntyi haastateltavien mielestä, jos hän oli osa työhön liittyvää ryhmää. Koska sosiaalinen media mahdollisti työtovereihin tutustumisen aidosti ja lisäsi läpinäkyvyyttä ihmisten välillä, luottamus heidän välillään kasvoi. Lisäksi haastateltavat kertoivat havaitsevansa työtovereidensa osaamisen ja auttamisen halun sosiaalisessa mediassa, mikä loi heille turvallisen olon, sillä he uskoivat pystyvänsä turvautumaan toisiinsa. Näin ollen sosiaalinen tuki ja ystävyystyminen työtovereihin lisäsivät luottamusta työtovereihin:

...kyl se niinku yhteyden pito ja semmonen tavallaan se yhteisöllisyyden luominen ja se luottamuksen rakentaminen kaikki ne paranee niinku...

(Telekommunikaatio, ryhmä 1)

Sosiaalisen median välityksellä haastateltavat olivat huomanneet työyhteisössä vallitsevan auttamisen ja tukemisen vastavuoroisuuden. Vaikka haastateltava ei olisi vielä itse auttanut ketään ja siten asettanut toista kiitollisuudenvelkaan, hän silti oletti saavansa apua, koska työyhteisössä kuului vastavuoroisesti auttaa toisiaan. Tämän toteutuminen lisäsi luottamusta työtovereihin entisestään.

Normit

Ammatillisissa sosiaalisen median verkostoissa koettiin olevan tietynlaisia normeja ja käyttäytymismalleja, joilla viitattiin *velvollisuuteen* pitää yhteyttä työtovereihin sekä olla heidän *tavoitettavissaan* niin työ- kuin vapaa-ajalla. Velvollisuus tuli esille jokaisessa haastattelussa, sillä useasti sosiaalisen median verkostoon kuulumista ja siellä toimimista

pidettiin velvollisuutena. Usea haastateltava mainitsi, että ei välittäisi olla sosiaalisessa mediassa, mutta on siellä pakosta, jotta ei menettäisi tärkeää tietoa tai jäisi jostain paitsi nykyajassa tai tulevaisuudessa:

Et siitä voi tulla jotai, että aina täytyy miettiä, et jääkö mä jostain paitsi tai miten se vaikuttaa tulevaisuuteen, jos en halua olla läsnä sosiaalisessa mediassa.

(Vähittäistavara, ryhmä 1)

Velvollisuus ohjasi monen haastateltavan toimimista sosiaalisessa mediassa. Omassa verkostossa olevien työkavereiden julkaisuista tykättiin tai kommentoitiin velvollisuuden tunteen takia. Tämä koettiin sekä positiivisena, että negatiivisena asiana. Negatiivista se oli heille, jotka eivät mielellään vapaa-ajallaan olisi käyttänyt aikaansa työjuttujen ajattelemiseen tai kokivat yleisesti älylaitteiden sekä sosiaalisen median käyttämisen kuormittavana. Toisaalta moni haastateltava kertoi olevansa hieman ujo sosiaalisen median käyttäjä, joten oli mukavaa, että työkavereihin pystyi turvautumaan myös sosiaalisessa mediassa. Rima julkaista kuvia tai tekstejä oli monella korkealla, joten moni turvautui siihen, että ainakin työtoverit kommentoisivat tai tykkäisivät heidän julkaisustaan:

...Facebookkia käyttävien kustannusalalaisten kesken on aika aktiivinen niinkun vastavuoroisen tykkäämisen kulttuuri...

(Kustannusala, ryhmä 1)

Haastateltavat pitivät verkostoissa mukana olemisen velvollisuutena jatkuvaa tavoitettavissa olemista. Iltaisin ja viikonloppuisin saatettiin vastata nopeasti työhön liittyviin kysymyksiin sosiaalisen median välityksellä. Tavoitettavana oleminen haittasi myös työaika, sillä se vei aikaa muilta työtehtäviltä. Osaa haastateltava tämä kuormitti ja osaa ei. Tavoitettavuutta pidettiin hyvänä silloin, kun itse tarvitsi vastauksen. Valtaosa kuitenkin piti jatkuvaa tavoitettavuutta huonona asiana:

Oli ne sit henkilökohtaselta tililtä tai työnaantajan tililtä, mut se ahdistaa, jos siellä pitää olla koko ajan ja pitää olla jatkuva sellanen reagoivalmius, et sit ainaki itse kaipaa niitä hetkiä, kun ei oo pakko vastata puhelimeen, ei oo pakko olla niinkun olla joku media kädessä, et se on se mikä tukee minun

työhyvinvointia, nii minulla saa olla myös niitä hetkiä, kun en ole koko ajan saatavilla tai tavoitettavissa.

(Vähittäistavara, ryhmä 1)

Tavoitettavuus ja tarve reagoida nopeasti sosiaalisessa mediassa oli monelle taakka, koska he eivät halunneet pettää työkavereitaan. Useat haastateltavat kertoivat, että haluaisivat olla tukena silloin kuin tarvitaan, mutta eivät aina kyenneet toimimaan niin nopeasti kuin he olisivat halunneet. Moni asetti itsellensä paineita velvollisuuden tunteen takia. Koska he eivät kyenneet vastaamaan näihin odotuksiin, se heikensi heidän hyvinvointiaan:

Tavallaa just vaikka Twitterissä, nii odotetaan niitä vastauksia aika nopeasti myös ja sit kun sulla on siinä päivä buukattu tai oot kiinni palaverissa, nii sit se on, et välillä ei pysty reagoimaan niin nopeesti ku haluais. Nii kyl siit semmonen tulee, taakka.

(Vähittäistavara, ryhmä 1)

On siis selvästi tullu vähä sellasta niinku verkostojen luomaa painetta siihen, että pitää olla läsnä siellä.

(Henkilöstöala, ryhmä 1)

Ulkopuolisuus

Viimeinen vahvoihin siteisiin kuuluva ominaisuus on ulkopuolisuus, jota edisti kuppikuntien synty sekä normeista poikkeaminen. Haastatteluissa puhuttiin paljon siitä, kuinka verkostot lisäävät yhteisöllisyyttä, mutta sivuttiin myös sitä, kuinka ne voivat syrjiä muita. Kuten aiemmin mainittiin, moni haastateltavista kertoi kuuluvansa useaan erilaiseen työtovereista koostuvaan ryhmään. Tällaisista ryhmistä saattoi helposti jäädä ulkopuolelle erinäisistä syistä. Haastateltavat pitivät myös mahdollisena, että osa porukasta jätettiin tahallaan pois ryhmistä. Sosiaalinen media mahdollisti tiiviin yhteydenpidon työtovereihin ja edisti ystävyiden muodostumista. Moni koki tämän mahdollistavan erilaisten alaryhmien tai kuppikuntien synnyn:

Mut et toki tos esimerkiks tulee myös se, et jos jotkut, niinku ryhmille saattaa syntyä alaryhmiä, Whatsapp on ehkä hyvä esimerkki siitä, et tavallaa duunissaki, jos sinne jää joku valikoitu porukka jostain tiimistä, jotka pitääki sit hauskaa keskenään..

(Telekommunikaatio, ryhmä 1)

Lisäksi verkostoihin kuuluva normit ja sanktiot saattoivat aiheuttaa muiden tunteiden loukkaamista. Moni harkitsi tarkoin sanojaan tai tekojaan, koska pelkäsivät jonkun pahoittavan siitä mielensä. Esimerkiksi loukkaisiko oman työn jakaminen muita asiakkaita tai loukkaantuuko työtoveri, jos ei tykkää hänen uusimmasta kuvastaan. Muutama haastateltavista kertoi, että hänen käyttäytymisensä saatettiin ymmärtää toisten puolesta loukkaavana, koska hän ei ollut aktiivinen sosiaalisessa mediassa:

...et ehkä kerran vuodessa tykkää jostain tosi paljon tai jakaa, nii seki on sit vähän, täytyy miettiä sitä poissulkemista, et pahottaako jonkun mielen siinä.

(Kustannusala, ryhmä 1)

Moni oli huomannut selkeän kahtiajaon työyhteisössä ja sosiaalisen median käyttäjissä. He huomasivat ryhmiä, jotka olivat aktiivisia ja kokivat tästä normista poikkeamisen aiheuttavan paheksuntaa. Monille myös normista poikkeaminen sai itsensä tuntemaan ulkopuoliseksi. Esimerkiksi sosiaalisen median hiljentäminen sai erään työntekijän tuntemaan itsensä ulkopuoliseksi, sillä hän ei ollut lomalta palattuun enää perillä muiden keskustelunaiheista. Lisäksi haastateltavat olivat huomanneet, että joissain WhatsApp-ryhmissä toisten viestit saivat vähemmän vastakaikua kuin toisten. Tämän ajateltiin vahvistavan kuppikuntien syntyä ja edistävän syrjintää.

Lisäksi mainittiin ”omassa kuplassa” oleminen, millä viitattiin esimerkiksi oman työyhteisön eristäytymistä muista organisaation tiimeistä tai oman alan rajallisuuteen. Sosiaalisen median nähtiin ylläpitävät tällaisia kuplia, jolloin kaikki verkostojen avulla saatu tieto oli rajallista. Lisäksi tiedon jakaminen koettiin osittain turhana, sillä omaan kuplaan kuuluville jäsenille jaettu tieto ei välttämättä ollut uutta. Maailmankuvan rajallisuus riippui hieman alasta, sillä joillakin aloilla on pienempi ammattikunta kuin toisilla. Esimerkiksi finanssialalla verkostoja oli helppo laajentaa ympäri Suomen kuin esimerkiksi kustannusalalla, jonka ammattikunta on huomattavasti pienempi ja rajatumpi. Tiiviin ammatillisen yhteisön koettiin sulkevan ulkopuolelle kaikki omista arvoista tai normeista poikkeavat mielipiteet tai ideat, mikä sai kyseenalaistamaan kokonaan sosiaalisen median hyödyt:

Toiha onki hauska, et miten paljo se oikeesti rajaa sitä sun maailmankuvaa, et mistä asioista siel keskustellaa

(Kustannusala, ryhmä 2)

6.2.3. Heikot siteet

Jokaisessa haastattelussa kerrottiin, kuinka he hyödynsivät sosiaalisen median verkostoja asiantuntijuuden esiintuomiseen tai kehittämiseen. Heikkojen siteiden yläluokiksi valikoituvat *ammattillinen identiteetti* sekä *verkostojen hyödyntäminen työkaluna*. LinkedIn oli haastatteluiden perusteella yleisin sosiaalisen median alusta näihin tarkoituksiin. Heikoilla siteillä viitataan sosiaalisen median verkostoissa oleviin tuttuihin tai tutun tuttuihin. He eivät ole välttämättä niitä, joiden kanssa haastateltavat olivat päivittäin töissä tekemisissä, vaan nämä verkostot ylettyivät oman tiimin ja organisaation ulkopuolelle.

Analyysin perusteella ammatillista identiteettiä kehitettiin ja ylläpidettiin sosiaalisen median verkostojen avulla. Henkilöbrändäys sekä osan osaamisen kehittäminen olivat eniten esillä. Henkilöbrändäys näkyi haastateltavien sosiaalisen median käytössä hyvin harkiten, sillä he pyrkivät antamaan toiminnallaan sellaisen kuvan kuin he halusivat. Eräs haastateltavista kertoi haluavansa antaa itsestään ensisijaisesti asiantuntijamaisen kuvan omalla sosiaalisen median tilillään. Toiminta oli esimerkiksi artikkelien jakamista, kommentointia tai toisten julkaisujen tykkäämistä:

Henkilöbrändäystä erityisesti vapaa-ajalla ja sit se on varmaa sillei, et tykkää tavalla avaa niistä fiksunnäkösistä asioista harkiten...

(Telekommunikaatio, ryhmä 2)

Usealle oli tärkeää, että toimintaa verkostoissa ohjasivat omat mielenkiinnon kohteet. Oman sosiaalisen median käyttäytymisen ja tilien tuli näyttää omanlaiselta ja persoonalliselta. Tähän kannustettiin myös työntäjän toimesta, sillä heidän sanottiin toivoivan työntekijöiden tuovan omaa persoonaa enemmän esille. Haastateltavien mukaan tarkat säännöt henkilökohtaisen ja ammatillisen tilin erottamisesta olivat historiaa, sillä nykyään henkilökohtaisella tilillä saisi puhua myös työstä:

Halutaan kannustaa ja sit viestii niistä omista itselleen tärkeistä asioista ja jokainen työntekijä on käyntikortti myöskin niinku yritykseen ja etenki ehkä asiantuntijoita kannustetaan siihen löytämään, et mikä sinä olet, vaikka eri sosiaalisen median kanavissa ja haluat edustaa niitä asioita, mitkä sulle on tärkeitä

(Vähittäistavara, ryhmä 1)

Henkilöbrändäyksen lisäksi verkostojen avulla ylläpidettiin ja kehitettiin omaa ammatillista identiteettiä. Tämä oli selkeästi yleisempää kuin pelkkä henkilöbrändäys. Yksi ammatillisen kehittymisen tärkeimpiä piirteitä oli haastateltavien mukaan verkostoituminen, sillä sen ajateltiin kuuluvan asiantuntijarooliin. Verkostojen kasvattaminen laajensi keskustelun mahdollisuuksia sekä laajemman pääsyn uuteen tietoon. Moni korosti sitä, kuinka keskustelujen seuraaminen syvensi ymmärrystä omaa alaa, osaamista ja tapahtumia kohtaan, mikä johti omaan ammatilliseen kehitykseen. Haastatteluissa tuli myös ilmi se, kuinka oma asiantuntijarooli ei rajoitu vain työajalle, vaan se seuraa mukana myös vapaa-ajalle. Vapaa-aikana selattiin omaan alaan liittyviä juttuja esimerkiksi LinkedInissä tai Twitterissä.

Verkostot koettiin tärkeänä työkaluna myös työnteossa tai työn saamisessa. Kasvaneita verkostoja hyödynnettiin nykyisessä työssä muun muassa rekrytoinnissa, sillä omista verkostoista saattoi löytyä potentiaalisia tekijöitä. Omien henkilökohtaisten tilien kautta levitettiin tietoa oman organisaation palveluista sekä omasta osaamisesta, mitä kautta löytyi potentiaalisia asiakkaita. Toisaalta kaikki eivät halunneet tai uskaltaneet vaivata omaan verkostoon kuuluvia jäseniä jakamalla työasioita. Osan mielestä sosiaalisessa mediassa tapahtuva ”social selling” oli epäaitoa tai ahdistavaa.

Monille verkostot olivat myös keino etsiä uusia työmahdollisuuksia. Omien verkostojen kerrottiin tarjonneen työmahdollisuuksia, joihin ei olisi muuten päässyt tai edes tiennyt niiden olemassaolosta. Lisäksi niiden kautta löytyi töitä, jotka olivat henkilölle itselleen unelmatyöpaikkoja, sillä verkostot on muodostettu itse oman alan ja mielenkiinnon mukaan. Eräs haastateltava kertoi verkoston tarjonneen uusia työmahdollisuuksia:

Verkostot, itelle ainakin, nii mä oon päätyyny vaikka mihin tilaisuuksiin puhumaan ja niinku sellasiin juttuihin, et joo on ollu sosiaalisen median niistä verkostoista kauhee hyöty

(Telekommunikaatio, ryhmä 1)

Muutama haastateltava mainitsi ottavansa huomioon mahdollisesti tulevat työnantajat ja yksi haastateltavista kertoi keräävänsä mahdollista asiakaskuntaa omaa yritystä varten. Ammatillisen osaamisen ylläpitämistä ja kehittämistä tehtiin niin työ- kuin vapaa-ajalla. Työajalla tehtävää verkostoitumista tai osaamisen kehittämistä perusteltiin sillä, että siihen kannattaa panostaa, koska se lopulta mahdollistaa tehokkaamman työskentelyn.

Vapaa-ajalla tehtävää verkostoitumista tai ammatillista kehittymistä perusteltiin muun muassa näin:

Nii nii ja sit mä ehkä ajattelen ainaki omassa roolissa, et juse se ammatillisen osaamisen ylläpito tapahtuu myös sillä omalla ajalla, et ei tää oo semmosta hommaa, et mä menisin kuuteen ja lähtisin kahelta ja työnantaja kouluttais mut.

(Finanssiala, ryhmä 2)

Heikkojen siteiden verkostot siis monella tavalla tukivat työntekijän nykyistä työntekoa sekä työllistymistä uusiin töihin. Moni korosti sitä, kuinka uusia tilaisuuksia ei olisi tullut vastaan ilman sosiaalisen median verkostoja. Verkostoitumisen ja sosiaalisen median käytön koettiin usealla alalla olevan tärkeä osa asiantuntijaroolia niin hyvässä kuin pahassa. Monille verkostoituminen koettiin positiivisen kautta, sillä se kehitti omaa osaamista ja uraa. Toisille sosiaalisessa mediassa verkostoituminen koettiin välttämättömänä pahana, jos työntekijä vielä halusi edetä urallaan sekä pysyä mukana nykyajan ilmiöistä ja trendeistä.

7. Yhteenveto ja pohdinta

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, kuinka sosiaalista mediaa käytetään ammatillisten verkostojen luomiseen. Lisäksi haluttiin tarkastella sosiaalisen median välityksellä tapahtuvan ammatillisen verkostoitumisen yhteyttä yksilön sosiaaliseen pääomaan sekä työn imuun ja sen osa-alueeseen eli työhön omistautuneisuuteen. Tätä varten yritys-kyselyä hyödyntämällä taustoitettiin, mitä somekanavia käytettiin, kuinka moni vastaajista käytti sosiaalista mediaa verkostoitumisen tarkoitukseen ja kuinka moni kuului ammatilliseen työyhteisöön sosiaalisessa mediassa. Tämän jälkeen siirryttiin aiheen syvempään analysointiin sisällönanalyysia käyttäen.

7.1. Sosiaalinen media verkostojen luoja

Yrityskyselyyn vastanneista vain hieman yli puolet käyttivät sosiaalista mediaa ammatilliseen verkostoitumiseen, muun muassa kuulumalla johonkin ammatilliseen yhteisöön. Selkeä enemmistö kuitenkin käytti sosiaalista mediaa pitääkseen yhteyttä omiin työkavereihin niin vapaa- kuin työajalla viikoittain tai päivittäin. Sosiaalisesta median suosio yhteydenpitoon on noussut radikaalisti viime vuosikymmenen aikana. Suosiota selittävät muun muassa reaaliaikaisten keskustelujen mahdollistuminen sekä toistuva yhteydenpito (Kent 2015). Y-sukupolven edustajia eli kyselyyn vastanneita on kutsuttu ensimmäiseksi diginatiiviksi sukupolveksi, sillä he ovat ensimmäisiä, jotka ovat kasvaneet internetin aikakaudella (Boyd, 2014). On siis luontevaa, että sosiaalisesta mediasta on tullut väline pitää yhteyttä myös työtovereihin. Tämän lisäksi sosiaalisesta mediasta on yleistymässä myös työnteemisessä. Kuvion 1 mukaan reaaliaikaiseen keskusteluun käytettävät sosiaalisen median alustat, esimerkiksi Skype tai MS Teams, ovat enemmistöllä käytössä työnteossa päivittäin.

Työpaikkoja pidetään tärkeinä paikkoina muodostaa sosiaalista pääoma, sillä iso osa ihmisten arjesta vietetään töissä työkavereiden keskuudessa (Putnam 2000). Verkostoituminen ammatilliseen yhteisöön ei kuitenkaan rajoittunut selkeästi työ- tai vapaa-aikaan, vaan sitä tapahtui kellon ja vuoden ympäri myös loma-aikoina. Yrityskyselyn tarkastelu taustoitti sitä, kuinka moni vastanneista verkostoitui sosiaalisen median kautta ammatillisesti, mutta sisällönanalyysin kautta saatiin syvällisempää tietoa siitä, miten se tapahtui. Ammatillisia verkostoja rakennettiin niin tiimin sisällä kuin laajemmin oman organisaation ulkopuolelle. Tässä tutkimuksessa oman tiimin jäsenet

luokiteltiin kuuluvan vahvoihin siteisiin (Granovetter 1983), koska heidän kanssaan oltiin tiiviisti yhdessä päivittäin. Lisäksi työtovereista alkoi muodostua ystävyysuhteita, jotka kuuluvat vahvoihin siteisiin (Granovetter 1983). Alustoista tähän käytettiin muun muassa WhatsAppia, Instagramia ja Facebookia. Haastateltavat usein mainitsivat kuuluvansa useampaan eri chattiin WhatsAppissa, ja niitä oli muodostettu niin horisontaalasti työtovereiden kesken kuin vertikaalisesti esimiesten kanssa. Lisäksi monilla oli työkavereita seurattavien tai seuraajien joukossa alustoilla, jossa luotiin ja jaettiin sisältöä, kuten Instagram, Twitter ja Facebook.

Yrityskyselyyn vastanneista hieman yli puolet olivat yhteydessä työtovereihin viikoittain tai päivittäin muihin kuin työhön liittyvissä asioissa sosiaalisen median välityksellä. Epävirallinen keskustelun sosiaalisessa mediassa on todettu edistävän verkostoitumista (Mäntymäki & Riemer 2016; Oksa ym. 2020). Yksi isoimmista hyödyistä tässä oli haastateltavien mukaan se, että työtovereihin tutustuttiin paljon syvemmin ja jopa ystäväystyttiin sosiaalisen median kautta. Tämä tukee aikaisempia tutkimuksia, joiden mukaan sosiaalinen media on edistänyt tutustumista työtovereihin (Charoensukmongkol 2014) ja tuonut työyhteisöä tiiviimmin yhteen (Leidner ym.2018).

Heikkoihin siteisiin luokiteltiin heidät, jotka tunnistettiin sosiaalisessa mediassa esimerkiksi vain nimeltä. Tällaisia olivat muun muassa samassa organisaatiossa työskentelevät, jotka kuuluivat toiseen tiimiin ja joiden toimipiste oli esimerkiksi toisessa kaupungissa. Moni oli sosiaalisessa mediassa ammatillisen yhteisön jäsen, mikä ei rajoittunut vain oman työyhteisön jäseniin. Haastatteluissa mainittiin esimerkiksi ”ompelekerhot”, joissa kasvatettiin ja kehitettiin omaa ammatillista osaamista. Samankaltaisten mielenkiinnon kohteiden onkin todettu ohjaavan verkostoitumista sosiaalisessa mediassa (Treem & Leonardi 2013), sillä ihmiset usein ajautuva myös sosiaalisessa mediassa seuraan, joilla on keskenään samankaltaisia mielenkiinnon kohteita, arvoja ja uskomuksia (Bessi ym. 2015.; Kaakinen ym. 2015).

Suosituin heikkojen siteiden verkostoitumisen alusta oli haastatteluiden perusteella kuitenkin LinkedIn, jossa jaettiin töihin liittyviä artikkeleita. Tämä oli myös merkittävä väylä työnhakuun ja potentiaalisten työntekijöiden saavuttamiseen. Heikkoja siteitä onkin pidetty pitkään merkittävänä työnhaun ja työllistymisen kannalta (Granovetter 1983; Oinas ym. 2018), mitä tämä tutkimus tukee, sillä heikkoja siteitä hyödynnettiin ensisijaisesti henkilöbrändäykseen ja työnhakuun.

Vuorovaikutukseen sosiaalisessa mediassa kuului oleellisesti vastavuoroisuus sekä normien mukaan käyttäytyminen. Siteitä ikään kuin vahvistettiin tykkäämällä verkoston jäsenten julkaisuista velvollisuuden tunnosta. Vastavuoroisuuden ylläpitäminen edistää luottamuksen syntymistä, tiedonkulkua ja sosiaalisen tuen saantia (Ruuskanen 2015, 233; Larjovuori ym. 2017).

7.2. Sosiaalinen pääoma ja työn imu

Informaatio

Ammatillisten sosiaalisen median verkostojen tarjoamalla informaatiolla oli positiivinen yhteys sosiaaliseen pääomaan. Informaatio kulki niin vahvojen kuin heikompien siteiden verkostoissa. Tiedon kulkua ja pääsyä informaatioon on pidetty yhtenä merkittävimpänä sosiaalisen pääoman hyötyinä, sillä tieto toimii ihmisen toiminnan perustana auttaen niin ryhmiä kuin yksilöitä päätöksenteossa. Lisäksi tieto säästää aikaa, kun tiedon etsimiseen ei mene ylimääräistä aikaa. (Coleman 1988.) Tämä tuli esille myös haastatteluissa, sillä verkostojen kautta tuli ilmi paljon muun muassa työhön liittyvää hiljaista tietoa. Sosiaalisen median ammatillisten verkostojen onkin todettu vähentävän hiljaisen tiedon määrää (Ren & Argote, 2011; Ellison ym. 2015). Verkostot olivat myös keino pysyä tasalla ajankohtaisista keskusteluista ja trendeissä työhön liittyen, mikä helpotti heidän mukaansa työntekoa. Toisaalta haastatteluissa tuli ilmi tiedon ähky, millä viitattiin siihen, että tietoa oli toisinaan saatavilla liikaakin. Tiedon paljouden seasta oli vaikeaa erottaa sitä, mikä oikeasti oli tärkeää ja itseään koskevaa. Tällöin vaikutus sosiaaliseen pääomaan saattaa olla sitä heikentävä, kun aikaa ja energiaa menee tiedon suodattamiseen (Coleman 1988).

Monille työnteke kuitenkin helpottui, kun työhön liittyvää informaatiota oli entistä enemmän ja tarkemmin saatavilla. Tällä oli haastatteluiden perusteella vaikutusta esimerkiksi sosiaalisen pääoma kognitiiviseen tasoon, jolla tarkoitetaan jaettuja tulkintoja ja merkityksiä (Nahapiet & Ghoshal 1998). Haastateltavat oppivat tuntemaan toistensa työtehtäviä ja rooleja paremmin, mikä helpotti heidän omaa työtään. Ongelmatilanteessa he tietäisivät, keneen heidän kannattaisi tukeutua, mikä edistäisi heidän työn tavoitteen saavuttamista. Tämä luo osaltaan turvallisuutta, kun työntekijä tietää, mitä häneltä odotetaan ja mitä hänen vastuullaan on. Tiedon lisääntyessä heittäytyminen työhön on mahdollista, mikä edistää työn imua (Hakanen 2011, 43 – 44).

Vastavuoroisuus, luottamus ja sosiaalinen tuki

Haastatteluissa korostuivat ryhmäytymisen tuoma yhteisöllisyys sekä ryhmäytyminen, jotka edistivät vastavuoroisuutta, luottamusta ja sosiaalista tukea. Sosiaalisen median koettiin edistävän näitä kaikkia, koska työkavereihin tutustuttiin paremmin, ja yleisesti ilmapiiri koettiin avoimemmaksi sekä läpinäkyväksi. Kunnolla tutustumisen mahdollisti sosiaalisen median ympäristö, joka ei ollut aikaan ja paikkaan riippuvainen. Työyhteisön väliset ryhmät ja keskustelut mahdollistivat tutustumisen toistensa harrastuksiin, perheenjäseniin ja yleisesti vapaa-aikaan. Tämä lisäsi yhteisöllisyyden tunnetta sekä luottamusta työyhteisön jäseniin. Luottamuksen on huomattu edistävän yksilöiden voimavaroja ja kykyä toimia yhdessä (Ruuskanen 2015, 228).

Vastavuoroisuudella viitattiin esimerkiksi työyhteisöltä saamaan sosiaaliseen tukeen monessa kontekstissa. Esimerkiksi normien mukaan käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa tarkoitti työtovereiden seuraamista sekä heidän julkaisuistaan tykkäämistä. Toisaalta tällä viitattiin myös tietoon, jota pystyttäisiin mahdollisesti myöhemmin hyödyttämään, kun he oppivat tuntemaan toistensa työnkuvia paremmin Sosiaalisen median tuoma informaatio nimittäin kasvatti vastavuoroisuutta työtovereita kohtaan, kun he huomasivat sosiaalisessa mediassa, kuinka muut auttoivat toisiaan. Luottamus perustuu osiltaan tietoon (Hakanen 2011, 58) eli työntekijöiden oli helpompi päätellä, keneen he voivat luottaa. Lisäksi vastavuoroisuus ylläpitää luottamusta (Coleman 1988) eli on tärkeää, että työyhteisössä pystytään ylläpitämään tätä.

Toisaalta tiheät sosiaalisen median verkostot olivat ajoittain melko tiiviitä ja aikaa vieviä. Osa joutui painostuksen tai velvollisuuden takia käyttämään sosiaalista mediaa, millä on aikaisemman tutkimuksen mukaan voimavaroja heikentävä vaikutus (Oksanen ym. 2020). Lisäksi sosiaalisen median koettiin lisäävän kuppikuntien määrää ja eristävän muista yhteisöistä, mikä tukee aikaisempaa tutkimusta, jonka mukaan sosiaalisessa mediassa käyttäytyminen tapahtuu tietyissä kuplissa tai klikeissa (Bessi ym. 2015; Kaakinen ym. 2020). Lisäksi sosiaalista mediaa pääsääntöisesti passiiviseen tarkkailuun käyttävät henkilöt, saattavat jäädä ulkopuolelle. Jotta normit, esimerkiksi vastavuoroisuus toimisivat hyödyttävällä tavalla, tulee verkoston olla tiheä. Käytännössä tämä tarkoittaa verkostoa, jossa ihmiset tuntevat toisensa. Näin ollen jonkun rikkoessa normeja informaatio tapahtuneesta kulkee tiiviissä verkostossa nopeasti ja sanktio tulee voimaan. Normeista

poikennut henkilö suljetaan verkoston ulkopuolelle (Coleman 1988). Näin sillä saattaa olla myös sosiaalista pääomaa heikentävä vaikutus.

Työn imu ja työhön omistautuneisuus

Tutkimuskysymyksenä oli, voiko ammatillisilla sosiaalisen median verkostoilla olla vaikutusta työn imuun. Tätä tarkasteltiin erityisesti taulukossa 4. Kvantitatiivisen osuuden analyysissä selvisi, että työn imun osa-alueen eli työhön omistautuneisuuden kokeminen oli aavistuksen voimakkaampaa niillä, jotka kuuluivat johonkin ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa. Tulos oli tilastollisesti merkitsevä. Tämä tarkoittaa, että ammatilliseen yhteisöön sosiaalisessa mediassa kuuluvat henkilöt tunsivat keskimäärin enemmän innostuneisuutta, inspiraatiota ja ylpeyttä työtään kohtaan. Tätä voi selittää ammatillisissa verkostoista saatava sosiaalinen tuki ja informaation kulku, joiden on todettu edistävän työhön omistautuneisuutta (Schaufeli & Bakker 2004; Hakanen ym. 2006).

Lisäksi kvalitatiivisen analyysin perusteella voidaan päätellä, että ammatillisten sosiaalisen median verkostot lisäävät yksilöiden sosiaalista pääomaa, mikä tukee aikaisempien tutkimusten tuloksia (Ali-Hassan ym. 2015; Mäntymäki & Riemer 2016). Sosiaalisella pääomalla on puolestaan todettu olevan työn imua edistävä vaikutus (Larjovuori ym. 2016). Analyysin perusteella ammatillisista sosiaalisen verkostoista saatiin erityisesti jaettua enemmän informaatiota työstä ja työtovereista, lisättiin yhteisöllisyyttä sekä saatiin sosiaalista tukea. Sosiaalisen tuen saamisella on todettu olevan työn imua edistävä vaikutus (Charoensukmongkol 2014; Leonardi & Mayer 2015; Oksa ym. 2020). Yrityskyselyn datasta selvisi, että enemmistön mielestä kollegoilta sai tukea usein tai aina. Tällä on työn imua edistävä vaikutus, sillä luottamusta ja yhteisöllisyyttä kokevat henkilöt käyttävät saamaansa sosiaalista tukea muun muassa stressin hallintaan (Koivumäki 2008, 206). Kollegoilta saatu sosiaalinen tuki on yksi keskeisimpiä työn voimavaroja, jolla on työn imua edistävä vaikutus (Hakanen ym. 2006; Hakanen 2011, 58). Lisäksi luottamus edistää työntekijän sitoutumista, jolla on myös työn imua edistävä vaikutus (Koivumäki 2008).

7.3. Tutkimuksen arviointi

Tutkimus ja aineiston keruu toteutettiin eettisiä periaatteita noudattaen. Kyselyyn ja haastatteluihin osallistuminen olivat täysin vapaaehtoisia, ja ne sai keskeyttää missä vaiheessa tahansa. Vastaaminen yrityskyselyyn oli anonymia. Kaikkia osallistujia

informoitiin tutkimuksen tarkoituksesta ja tavoitteista. (Oksanen, Oksa, Savela, Kaakinen & Ellonen 2019, 3.) Haastatteluista ei kerrottu yritysten nimiä eikä vastaajien henkilöllisyyttä paljastettu.

Tutkimuksen määrällisen osuuden tarkoitus oli antaa taustatietoa tutkittavasta aiheesta ja ilmiöistä. Aineiston kuvailuun käytettiin frekvenssejä eli kerrottiin, kuinka monta havaintoa aineistoon kuului. Tarkoitus ei ollut määritellä syy-seuraussuhteita, joten taustatietoja voidaan pitää luotettavina. Summamuuttujien kohdalla Cronbachin alfakerroin oli yli 0,90 eli se on luotettava (Nummenmaa 2009, 356). Tarkasteltavina olevat muuttujat valikoituivat oman mielenkiinnon perusteella. Taustamuuttujia ei käytetty aiheen rajallisuuden vuoksi.

Laadullisella menetelmällä pyrittiin saamaan syvällisempää kuvausta ammatillisesta verkostoitumisesta sosiaalisessa mediassa sekä sen yhteydestä sosiaaliseen pääomaan ja työn imuun. Menetelmänä käytettiin teoriaohjautuvaa sisällönanalyysia, jolloin tuloksia peilattiin olemassa olevaan teoriaan ja aikaisempaan tutkimukseen. Haastatteluiden aiheena ei suoraan ollut sosiaalinen pääoma tai työn imu, minkä vuoksi teoriaan peilaaminen oli tarpeellista. Analyysi keskittyi käsittelemään haastateltavien subjektiivisia kokemuksia sosiaalisen median käytöstä ja sen hyödyistä tai haitoista, minkä vuoksi tutkimukseen tulee suhtautua kriittisesti. Lisäksi haastatteluun vastasivat isojen organisaatioiden työntekijät. Tutkimus ei ottanut huomioon muun muassa haastateltavien työkuvien eroja, millä saattoi olla vaikutusta ammatilliseen verkostoitumiseen. Eri organisaatioilla vastaukset voisivat olla hyvin erilaiset.

7.4. Jatkotutkimuksen mahdollisuudet

Tässä tutkielmassa ei käytetty ollenkaan taustamuuttujia. Tulevaisuuden tutkimuksessa voitaisiin tarkastella sosiaalisen median välityksellä tapahtuvan ammatillisen verkostoitumisen eroja koulutuksen tai sukupuolten perusteella. Kvantitatiivisen datan laajuus mahdollistaisi monien mittareiden ja taustamuuttujien tarkastelun myös syy-seuraussuhteiltaan erityisesti pitkittäisseurannan muodossa. Lisäksi ikä tarjoaisi mielenkiintoisen näkökulman tähän aiheeseen. Vanhemman sukupolven ammatillinen sosiaalisen median käyttö voisi olla hyvin erilaista verrattuna Y-sukupolveen.

Erityisesti koronapandemian aiheuttaman etätyön lisääntyminen antaa monia uusia jatkotutkimuksen mahdollisuuksia. Suomi on kärjessä etätyöhön siirtyneiden joukossa

(Eurofound 2020). Etätöiden aiheuttama digiloikka, sosiaalisen median verkostojen korostuminen sekä kokonaan virtuaaliseen työelämään siirtyminen muokkasivat suomalaista työelämää nopeasti. Työelämän nopeiden muutoksien on todettu olevan haastavaa sosiaalisen pääoman synnylle (Manka & Manka 2016, 148). Sosiaalisen mediassa olevien työyhteisöjen on todettu nopeuttavan uusien työntekijöiden sopeutumista uuteen työyhteisöön (Sharma & Bhatnagar 2016). Mielenkiintoista olisi seurata, miten tapahtuu, jos työntekijä joutuu sopeutumaan uuteen työyhteisöön täysin virtuaalisesti.

Viimeinen jatkotutkimuksen ehdotus koskee sosiaalista mediaa työllistävänä kontekstina. Sosiaalisen median on todettu helpottavan verkostojen ylläpitämistä (Charoensukmongkol 2014). Työllistymisen kannalta heikkojen siteet ovat osoittautuneet arvokkaiksi (Granovetter 1983, Oinas ym. 2018) ja enemmistö työllistyy verkostoissa olevien piilotyöpaikkojen avulla (Sitra 2017). Tässä tutkimuksessa selvisi, että verkostojen heikkoja siteitä hyödynnettiin työnhakuun ja henkilöbrändäykseen. Tätä voisi olla mielekäästä tutkia syvemmin tulevaisuudessa.

Kirjallisuus

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, 27(1), 17-40.
- Ahola, S. Eskelinen, J. Heikkilä-Tammi, K. Kuula, M. Larjovuori, R-L. & Nuutinen, S. (2018). Digisti työn imuun? - Tutkimus työhyvinvoinnin ja tuottavuuden yhteydestä finanssialan palveluyrityksessä. Aalto yliopiston kauppakorkeakoulu. Tieto ja palvelujohtamisen laitos
- Alakangas, Noora (2019). Ammatillinen sosiaalisen median käyttö – Työn vaatimus vai voimavara? Tarkastelussa Y-sukupolven edustajat viidestä asiantuntija organisaatiosta, Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto
- Alasuutari L. (2011). Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino
- Ali-Hassan, H., Nevo, D., & Wade, M. (2015). Linking dimensions of social media use to job performance: the role of social capital. *The Journal of Strategic Information Systems*, 24(2), 65–89.
- Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työn imu -hanke (TyöSome) (2019). <https://projects.tuni.fi/tyosome/> [viitattu 28.10.2020]
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: a literature review. *Management Research & Practice*, 3(4), 77 – 86
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands–resources theory: taking stock and looking forward. *Journal of occupational health psychology*, 22(3), 273 – 285
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & stress*, 22(3), 187–200
- Baumeister RF and Leary MR (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3): 497–529
- Bessi, A., Coletto, M., Davidescu, G. A., Scala, A., Caldarelli, G. & Quattrociocchi, W. (2015). Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. *PLoS ONE*, 10(2), DOI: 10.1371/journal.pone.0118093

- Blau, P. M. (1974). Presidential address: Parameters of social structure. *American sociological review*, 39(5), 615 – 635
- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New York: Yale University Press
- Charoensukmongkol, P. (2014). Effects of support and job demands on social media use and work outcomes. *Computers in Human Behavior*, 36, 340 – 349
- Coleman, J. S. (1988) Social capital in creation of human capital. *American Journal of Sociology* 94, 95–120
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (2000), “The ‘what’ and ‘why’ of goal pursuits: human needs and the selfdetermination of behavior”, *Psychological Inquiry*, 11(4), 227 – 268
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied psychology*, 86(3), 499 – 512
- Ellison, N. B, Gibbs, J. L. & Weber, M. S. 2015. The use of enterprise social network sites for knowledge sharing in distributed organizations: The role of organizational affordances. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 103–123
- Eriksson K. (2015), Yhteiskuntatieteellinen verkostoajattelu. Teoksessa Kai Eriksson (toim.) Verkostot Yhteiskuntatutkimuksessa, Helsinki: Gaudeamus
- Eurofound (2020). Living, working and COVID-19: First findings – April 2020. Dublin: Publication Office of the European Union. https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef20058en.pdf [viitattu 1.11.2020]
- Grabowicz, P. A., Ramasco, J. J., Moro, E., Pujol, J. M. & Eguiluz, V. M. (2012). Social features of online networks: The strength of intermediary ties in online social media. *PloS one*, 7(1) DOI: 10.1371/journal.pone.0029358
- Gibbs, J. L., Rozaidi, N. A., & Eisenberg, J. (2013). Overcoming the “ideology of openness”: Probing the affordances of social media for organizational knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 102 – 120

- González-Roma, V., Schaufeli, W.B., Bakker, A.B. & Lloret, S. (2006). Burnout and engagement: Independent factors or opposite poles? *Journal of Vocational Behavior*, 68, 165 – 174
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological theory*, 1, 201-233.
- Hanifan, L. J. (1916) The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 67, 130 – 138
- Hakanen, J. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and work engagement among teachers. *Journal of school psychology*, 43(6), 495 – 513
- Hakanen J. (2009) Työn imun arviointimenetelmä. Työn imu-menetelmän (Utrecht Work Engagement Scale) käyttäminen, validointi ja viitetiedot Suomessa [Utrecht Work Engagement Scale: Finnish Manual, Validation and Reference Data]. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health.
- Hakanen, J. (2011). Työn imu. Helsinki: Työterveyslaitos
- Hakanen, J. Harju, L. Seppälä, P. Laaksonen, A. ja Pahkin, K. (2012). Innostuksen spiraali – innostavat ja menestyvät työyhteisöt tutkimushankkeen tuloksia. Helsinki: Työterveyslaitos.
- Hakanen, J. J., & Koivumäki, J. (2014). Engaged or exhausted—How does it affect dentists' clinical productivity? *Burnout Research*, 1(1), 12 – 18
- Johnson, S., Robertson, I., & Cooper, C. L. (2018). Well-being – Productivity and Happiness at Work. Cham: Palgrave Macmillan
- Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2020). Shared identity and shared information in social media: development and validation of the identity bubble reinforcement scale. *Media Psychology* 23(1), 25 – 51
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692 – 274
- Keipi, T., Näsi, M., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2017). Online hate and harmful content: Cross-national perspectives. New York, NY: Routledge.

- Kent, M. L. (2015). Social media circa 2035: Directions in social media theory. *Atlantic Journal of Communication*, 23, 1–4
- Kent, M. L., & Saffer, A. J. (2014). A Delphi study of the future of new technology research in public relations. *Public Relations Review*, 40, 568–576.
- Kesti, M. (2017). Työsuojelun taloudelliset vaikutukset. Työturvallisuuskeskus
- Koch, R. & Lockwood, G. (2010). Super Connect. How the best connections in Business and Life are the ones you least expect. London: Little, Brown Book Group
- Koivumäki, Jaakko (2008), Työyhteisöjen sosiaalinen pääoma: Tutkimus luottamuksen ja yhteisöllisyyden rakentumisesta ja merkityksestä muuttuvissa valtion asiantuntijaorganisaatioissa. Tampere: Tampere University Press
- Kouvonen, A., Oksanen, T., Vahtera, J., Stafford, M., Wilkinson, R., Schneider, J., & Elovainio, M. (2008). Low workplace social capital as a predictor of depression: the Finnish Public Sector Study. *American journal of epidemiology*, 167(10), 1143–1151
- Larjovuori, R. L., Manka, M. L., & Nuutinen, S. (2015). Inhimillinen pääoma - Työhyvinvointia, tuloksellisuutta, pidempiä työuria. *Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita*, 5.
- Leidner, D. E., Gonzalez, E., & Koch, H. (2018). An affordance perspective of enterprise social media and organizational socialization. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(2), 117 – 138
- Leonardi, PM., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 1–19
- Leonardi PM and Mayer SR. (2015) Social media as social lubricant: how ambient awareness eases knowledge transfer. *American Behavioral Scientist* 59(1), 10–34.
- Li, J. (2020). The good kind of bad stress: how social media stress and procrastination are associated with feelings of productivity in the Finnish working population. *Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma*, Tampereen yliopisto.

- Maslach, C. & Leiter, M.P. (1997). The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it. San Francisco, CA: Jossey-Bass
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2008). Early predictors of job burnout and engagement. *Journal of applied psychology*, 93(3), 498 – 512
- Manka, M-L (2012) Työnilo, Helsinki: Sanoma Pro
- Manka, M. L., & Manka, M. (2016). Työhyvinvointi. Helsinki: Talentum Pro
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2017). What is social media and what questions can social media research help us answer. Teoksessa Sloan L. & Quan-Haase (toim.) The SAGE handbook of social media research methods, 13-26. London: Sage Publications
- McKenzie, K., & Harpham, T. (2006). Social capital and mental health. London: Jessica Kingsley Publishers.
- Mertens, D. M., & Hesse-Biber, S. (2013). Mixed methods and credibility of evidence in evaluation. San Francisco: Jossey-Bass
- Mäntymäki, M. & Riemer, K. (2016) Enterprise social networking: a knowledge management perspective. *International Journal of Information Management*, 36(6): 1042–1052.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242 – 266
- Nummenmaa, L. (2009). Käyttätymistieteiden tilastolliset menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Oinas, T., Ruuskanen, P., Kankainen, T., Anttila, T., & Kivitalo, M. (2018). Sosiaalinen pääoma ja yksilötason tulokehitys Suomessa. *Sosiologia* 55(1), 65 – 81
- Oksa, R., Kaakinen, M., Savela, N., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2020). Professional social media usage: Work engagement perspective. *New Media & Society*, DOI: 10.1177/1461444820921938
- Oksanen, T., Kouvonen, A., Kivimäki, M., Pentti, J., Virtanen, M., Linna, A., & Vahtera, J. (2008). Social capital at work as a predictor of employee health: multilevel evidence from work units in Finland. *Social science & medicine*, 66(3), 637 – 649

- Oksanen, A., Oksa, R., Kaakinen, M., Savela, N., Latikka, R., & Ellonen, N. (2020). Sosiaalinen media työelämässä: hyvinvoinnin ulottuvuusia. Tampere: Emerging Technologies Lab, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Tampereen yliopisto
- Olmstead K, Lampe C and Ellison NB (2015). Social Media and the Workplace. New Platforms Can Be Tools for Connection with Colleagues and Outside Experts, but Can Also Serve as Distractions While on the Job. Pew Research Centre. Available at: http://assets.pewresearch.org/wpcontent/uploads/sites/14/2016/06/PI_2016.06.22_Social-Media-and-Work_FINAL.pdf
- Portes, Alejandro (1998), Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology* 24, 1 – 24
- Peñalver, J., Salanova, M., Martínez, I. M., & Schaufeli, W. B. (2019). Happy-productive groups: How positive affect links to performance through social resources. *The Journal of Positive Psychology*, 14(3), 377–392
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. New York: Simon and Schuster Paperbacks
- Puttonen, S., Hasu, M., & Pahkin, K. (2016). Työhyvinvointi paremmaksi: Keinoja työhyvinvoinnin ja työterveyden kehittämiseksi suomalaisilla työpaikoilla. Tietoa työstä. Helsinki: Työterveyslaitos
- Regulies, R., Hasle, P., Pejtersen, J. H., Aust, B. & Bjorner, J. B. (2016). Workplace social capital and risk of long-term sickness absence. Are associations modified by occupational grade?. *The European Journal of Public Health*, 26(2), 328 – 333
- Ren, Y., & Argote, L. (2011). Transactive memory systems 1985–2010: An integrative framework of key dimensions, antecedents, and consequences. *The Academy of Management Annals*, 5(1), 189–229
- Rintamäki, E. (2020). Työssä käytetyn sosiaalisen median ja työn imun yhteys organisaatioidentifioitumiseen. Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.
- Robertson, I. & Cooper, C. (2011) Well-Being: Productivity and Happiness at Work, London: Lennart Levi

- Rothbard, N.P. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, 46(4), 655 – 684
- Ruuskanen, P. (2001), Sosiaalinen pääoma - käsitteet, suuntauksset ja mekanismit, VATT-tutkimuksia 81. Helsinki, Valtion taloudellinen tutkimuskeskus
- Ruuskanen, P. (2015), Sosiaalinen pääoma. Teoksessa Kai Eriksson (toim.) Verkostot Yhteiskuntatutkimuksessa, Helsinki: Gaudeamus, 228 – 248
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069 – 1081
- Ryff, C. D. (2014). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and psychosomatics*, 83(1), 10 – 28
- Sánchez-Moreno, E., de La Fuente Roldán, I. N., Gallardo-Peralta, L. P., & Barrón López de Roda, A. (2014). Burnout, informal social support and psychological distress among social workers. *The British Journal of Social Work*, 45(8), 2368 – 2386
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2010). Defining and measuring work engagement: Bringing clarity to the concept. Teoksessa Bakker A. B & Leiter M. P. (toim.) Work engagement: A handbook of essential theory and research. New York: Psychology Press, 10 – 24
- Sharma, A., & Bhatnagar, J. (2016). Enterprise social media at work: web-based solutions for employee engagement. *Human Resource Management International Digest*.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(3), 293 – 315
- Sitra (2017), Työelämän tutkimus 2017, <https://www.sitra.fi/uutiset/tyoelamatutkimus-2017-yli-puolet-suomalaisista-vahtanut-ammattia-tai-alaa/> [viitattu 1.11.2020]
- Sivunen, A. & Laitinen, K. 2020. Digital communication environments in the workplace. Teoksessa L. Mikkola & M. Valo (toim.) Workplace Communication. New York: Routledge, 41 – 53

- Suominen, J. & Östman S. & Saarikoski P. & Turtiainen R. (2013). Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus University Press.
- Treem, J. W. & Leonardi, P. M. 2013. Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143–189
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2013), Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi, Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018), Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi, Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi
- Työelämäbarometri 2019 ennakkotiedot. Helsinki: Valtioneuvosto. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162254> [Viitattu 1.11.2020]
- Valtonen, A. (2005). Ryhmäkeskustelut - millainen metodi? Teoksessa Ruusuvuori J. & Siltala L. (toim.) Haastattelu, tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino. 223 – 231
- Van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., De Witte, H. & Lens, W. (2008), “Explaining the relationships between job characteristics, burnout, and engagement: the role of basic psychological need satisfaction”, *Work and Stress*, 22(3), 277 – 294
- Vilkkä H. 2007. Tutki ja mittaa. Helsinki: Tammi.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and society*, 27(2), 151 – 208
- Yadav, R., & Khanna, A. (2014). Literature review on quality of work life and their dimensions. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 19(9), 71 – 80