

SOSIAALISEN MEDIAN YHDISTÄMINEN
DIGITAALISEEN PORTFOLIOON
KÄYTTÖMOTIVAATION NÄKÖKULMASTA

Heidi Vaarala

Tampereen yliopisto
Informaatiotieteiden yksikkö
Informaatiotutkimus ja
interaktiivinen media
Pro gradu -tutkielma
Elokuu 2013

TAMPEREEN YLIOPISTO, Informaatiotieteiden yksikkö
Informaatiotutkimus ja interaktiivinen media
VAARALA, HEIDI: Sosiaalisen median yhdistäminen digitaaliseen portfolioon
käyttömotivaation näkökulmasta
Pro gradu -tutkielma, 90 s., 4 liites.
Elokuu 2013

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mikä olisi pysyvän käyttömotivaation kannalta paras muoto sosiaalisen median yhdistämiseen prosessinomaiseen digitaaliseen portfolioon. Tämän perusteella pyrittiin muodostamaan kuva käyttömotivaation kannalta ihanteellisesta sosiaalista mediaa hyödyntävästä prosessiportfolioista. Lisäksi pyrittiin toteuttamaan suunnitteluperiaatteet, jotka tukevat tämän kaltaisen portfolioympäristön toteuttamista. Tutkimus alkoi vuonna 2011 ja valmistui vuonna 2013.

Tutkimuksen lähestymistapana oli empiirinen ja laadullinen haastattelututkimus. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla digitaalisen portfolion käyttäjiä ja sosiaalisen median edelläkävijöiksi mielletäviä henkilöitä. Haastattelun tukena käytettiin skenaariomenetelmää, jolla pyrittiin ruokkimaan haastateltavien mielikuvitusta ja havainnollistamaan tutkittavaa asiaa. Haastattelututkimuksen avulla pyrittiin löytämään portfolioympäristön käyttömotivaatioon vaikuttavia teemoja, jotka olisivat yhdistettävissä joko sosiaaliseen mediaan tai tyypilliseen digitaaliseen portfolioon.

Tutkimus osoitti, että pysyvän käyttömotivaation kannalta ihanteellisen prosessiportfolioympäristön tulisi toteuttaa sisäisen motivaation kannalta merkittäviä tarpeita. Sosiaalinen media tukee näitä tarpeita, mutta tutkimus osoittaa, että on nähtävissä tarve myös portfolionäkökulmasta suunnitellulle ympäristölle. Voidaankin nähdä, että pysyvän motivaation kannalta paras toteutus olisi käyttäjän autonomiaa tukeva sosiaalisen median ja portfoliokäyttöön suunnitellun ympäristön yhdistelmä, joka laajenee koskemaan yksilön koko elämää ja on tavoitettavissa ajasta ja paikasta riippumatta.

Avainsanat: digitaalinen portfolio, sosiaalinen media, motivaatio, portfolioympäristö, suunnitteluohjeet.

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO	1
2	DIGITAALINEN PORTFOLIO JA SOSIAALINEN MEDIA.....	3
	2.1 Digitaalinen portfolio	3
	2.2 Sosiaalinen media	6
	2.3 Motivaatioteoriat	10
	2.4 Sosiaalisen median hyödyntämistä portfolioissa käsittelevä tutkimus.....	13
	2.5 Yhteenveto.....	33
3	TUTKIMUSMENETELMÄT	36
	3.1 Tutkimustehtävät	36
	3.2 Metodologiset valinnat	36
	3.3 Kohderyhmän kuvaus	38
	3.4 Aineiston keruumenetelmät.....	39
	3.4.1 Haastattelu	39
	3.4.2 Skenaario	41
	3.5 Aineiston keruu ja analyysi	45
4	TUTKIMUSTULOKSET	49
	4.1 Skenaario 1	49
	4.2 Skenaario 2	51
	4.3 Skenaario 3	53
	4.4 Koko aineiston tarkastelu	56
	4.5 Tulokset motivaatioteorioiden näkökulmasta.....	61
5	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	66
	5.1 Tulosten tarkastelu.....	66
	5.2 Tutkimuksen luotettavuus	74
	5.3 Tulosten hyödyntäminen	78
	5.4 Jatkotutkimusaiheet	79
	LÄHTEET	80
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median mahdollistama helppo ja monipuolinen sisällöntuotanto, sisällön saavutettavuus ja näiden kautta sellainen digitaalinen sisältö, joka voidaan mieltää osaksi yksilön digitaalista portfolioa, on lisääntynyt merkittävästi. Muutoksen myötä digitaalisten portfolioiden ja sosiaalisen median väliset rajat hämärtyvät.

Voidaan päätellä, että sosiaalinen media toisi verkkopohjaiseen prosessinomaiseen digitaaliseen portfolioon elementtejä, jotka lisääisivät käyttömotivaatiota pitkällä tähtäimellä.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mikä olisi pysyvän käyttömotivaation kannalta paras muoto sosiaalisen median yhdistämiseen prosessinomaiseen digitaaliseen portfolioon. Aihetta lähestytään tutkimalla, mitkä sosiaaliselle medialle tyypilliset ominaisuudet lisäävät ja mitkä heikentävät prosessiportfolioon käyttömotivaatiota. Lisäksi pyritään vertailemaan sosiaalisen median ja nykyhetkelle tyypillisen digitaalisen portfolioon välisiä eroja motivaation näkökulmasta. Tämän perusteella pyritään luomaan kuva käyttömotivaation kannalta ihanteellisesta sosiaalista mediaa hyödyntävästä prosessiportfolioista. Lisäksi pyritään luomaan suunnitteluperiaatteet, jotka tukevat tämän kaltaisen portfolioympäristön toteuttamista.

Tutkimuksen pohjalta on tavoitteena muodostaa kuva siitä, millainen hypoteettinen sosiaalista mediaa hyödyntävän prosessinomaisen digitaalisen portfolioon muoto olisi käyttäjien mielestä motivoivin käyttää. Tutkimus ei ota kantaa siihen, onko toteutus teknisesti mahdollista. Tutkimuksessa ei myöskään käsitellä portfolioympäristön käyttöliittymää koskevia ominaisuuksia.

Tutkimuksessa käsitellään ammatillisen osaamisen tukena käytettäviä prosessinomaisia digitaalisia portfolioita, mikä rajaa yleisesti portfolio tutkimuksessa käytetyn pedagogisen näkökulman tutkimuksen ulkopuolelle. Myös ammatillinen portfolio mahdollistaa oppimisen, mutta tutkimuksen näkökulma on yksilön henkilökohtaisessa kehityksessä lähtökohtaisesti koulun jälkeisenä aikana, jonka vuoksi aihetta ei ole tarpeen käsitellä opetuksellisesta tai kasvatuksellisesta näkökulmasta. Tutkimus olettaa, että portfolio on yksilön omistuksessa. Näin ollen tutkimuksen ulkopuolelle rajautuu myös työnantajien näkökulma portfolioympäristöön.

Tutkimuksen lähestymistapana on empiirinen ja laadullinen haastattelututkimus. Haastattelussa käytettiin skenaariomenetelmää, jossa käyttäjille esitettiin kolme erilaista sosiaalisen median ja digitaalisen prosessiportfolion hybridiä. Haastattelun pohjana toimi sisäsyntyisten motivaatioteorioiden pohjalta muodostettu oletus, jonka mukaan ympäristö joko vähentää käyttömotivaatiota tai lisää sitä. Haastattelututkimuksen avulla pyrittiin löytämään käyttömotivaatiota ylläpitäviä ja toisaalta käyttömotivaatiota heikentäviä teemoja.

Aineistoa käsiteltiin teemoittelun ja yhteyksien tarkastelun, tyypittelyn sekä ääriyhmien ja poikkeavien tapausten tulkinnan avulla. Aineistosta esiin nousseita teemoja verrattiin sosiaaliseen mediaan ja nykyhetkelle tyypilliseen digitaaliseen portfolioon ja niitä jäsenneltiin sisäistä motivaatiota selittävien teorioiden avulla.

Tutkimuksen tuloksia sovellettiin lähdekirjallisuuteen, minkä avulla pyrittiin selvittämään ja vertailemaan toisaalta sosiaaliselle medialle ja toisaalta digitaaliselle portfolioille ominaisia teemoja, jotka ylläpitävät tai heikentävät sisäistä motivaatiota.

Kuvatun prosessin pohjalta vastataan tutkimuskysymykseen kuvaillen käyttömotivaation kannalta ihanteellista sosiaalista mediaa hyödyntävää prosessiportfolioympäristöä ja sen suunnitteluperiaatteita.

Tutkimus käsittelee aihetta, josta ei löydy aiempaa suomen- tai englanninkielistä tutkimusta. Sen tuloksia voitaneen hyödyntää nyt ja tulevaisuudessa pysyvää käyttömotivaatiota tavoittelevan prosessiportfolioympäristön suunnittelun tukena.

Tutkimusraportin toisessa luvussa esitellään tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet ja teoriat ja tarkastellaan käsiteltävää aihepiiriä koskevia tutkimuksia sekä muita relevantteja julkaisuja. Kolmannessa luvussa käsitellään tutkimuksen toteutusta ja esitellään tutkimustehtävät, metodologiset valinnat, kohderyhmä, aineiston keruun ja analyysin menetelmät sekä toteutus. Neljännessä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset ensin skenaariokohtaisesti, sitten koko aineistoa vertailemalla ja lopuksi kahden motivaatioteorioista johdetun mallin avulla. Viidennessä luvussa yhdistetään tulokset lähdekirjallisuuteen, vastataan tutkimuskysymyksiin ja käsitellään tutkimuksen luotettavuutta, tulosten hyödynnettävyyttä ja jatkotutkimuksen kannalta kiinnostavia aiheita.

2 DIGITAALINEN PORTFOLIO JA SOSIAALINEN MEDIA

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet ja teoriat. Lisäksi tarkastellaan käsiteltävää aihepiiriä koskevia tutkimuksia ja muita tutkimustavoitteen kannalta relevantteja julkaisuja.

2.1 Digitaalinen portfolio

Portfolio on yleisimmin oppilaitoksissa ja työyhteisöissä käytetty työväline. Kasvatustieteissä portfolio on määritelty töiden merkittäväksi kokoelmaksi, joka esittelee tekijänsä ponnisteluja, edistymistä ja saavutuksia yhdellä tai useammalla alalla ja jonka tulee osoittaa tekijän osallistumista sisällön valintaan, valintojen perusteluja, omien saavutusten perusteltua arviointia sekä näyttöä itsearviointista (Paulson, Paulson & Meyer 1991; Wiedmer 1998; Jafari 2004; Kankaanranta & Linnakylä 1999). Perinteisesti portfolio on konkreettinen kansio, salkku, laatikko tai jokin muu yleensä paperinen tuotos, jossa työt on koottu nippuun selattavaksi kokoelmaksi. Kyseisestä mallista ongelmallisen tekee se, että portfolioita on olemassa vain yksi kappale, eivätkä kopiot välttämättä vastaa ulkoasultaan alkuperäistä. (Mattila & Ahvenjärvi 1999.) Perinteisen portfolion kohdalla keskeisiä puutteita ovatkin tiedon välittyminen, jakaminen ja saavutettavuus (Kankaanranta & Linnakylä 1999, 3).

Digitalisoitumisen myötä perinteinen portfoliomalli on väistynyt sähköisen portfolion tieltä. Digitaalisella portfoliolla tarkoitetaan yleisesti digitaalisessa muodossa olevaa portfolioita, jonka toteutustapa voi olla esimerkiksi tietokoneelle asennettava ohjelma tai yhä useammin verkkopalvelu. Tässä tutkimuksessa digitaalisella portfoliolla tarkoitetaan verkossa ylläpidettävää portfolioita.

Digitaalisessa portfoliossa voidaan hyödyntää tekstin lisäksi esimerkiksi ääntä, kuvaa ja animaatiota (Wiedmer 1998.) Toinen huomattava etu perinteiseen portfolioon nähden on digitaalisen portfolion kyky auttaa yksilöä ymmärtämään ja tulkitsemaan tietoa, koska portfolioita kootessaan tekijä ei joudu ainoastaan muistelemaan materiaaleja ja toteutustapoja, vaan myös järjestelemään ja luokittelemaan niitä uudella tavalla.

DiMarcon (2006) mukaan digitaalisen portfolion suunnittelu ja koostaminen on intensiivinen ja interaktiivinen oppimisprosessi. Se vaatii tekijältään verkkoteknologian käytön opettelua, laajan tietomäärän prosessointia ja arviointia sekä kokemusten hallintaa onnistumisen ja epäonnistumisen kautta. Reflektoinnin ja verkostoitumisen taidot korostuvat digitaalisessa portfoliossa tekijän arvioidessa kriittisesti tiedon merkittävyyttä ja arvoa lukijoilleen. Tekijän tulee pystyä ennakoimaan lukijoiden näkemykset omasta portfoliostaan ja tarvittaessa puolustamaan ja perustelemaan oma kantansa. (DiMarco 2006; Wiedmer 1998.) Digitaalisessa portfoliossa tekijä tallentaa sekä tuotteen että sen tekoprosessin, mikä tekee siitä tehokkaan itsearvioinnin ja oppimisen välineen (Jafari 2004).

Portfoliot jaetaan käyttötarkoituksen perusteella yleisesti kahteen eri kategoriaan:

- 1) tuoteportfolioihin, jotka pääasiallisesti esittelevät tekijänsä tuotoksia ja taitoja; käytetään myös nimiä arviointiportfolio tai näyteportfolio, ja
- 2) prosessiportfolioihin, joiden tunnusmerkkejä ovat reflektio, syvä oppiminen, tiedon määrän lisääntyminen ja sosiaalinen vuorovaikutus.

(Tosh ja Werdmuller 2004; Barrett 2008; Niikko 2001.)

Prosessiportfolio vaatii ylläpitäjältään aktiivista otetta: Hänen tulee jatkuvasti tarkkailla oppimistaan, kerätä siitä todisteita ja osoittaa sitä muille. Prosessiportfolio on enemmän kuin kokoelma työnäytteitä: Se on tarina tietotaidosta, siitä, miksi sen tekijä uskoo tietävänsä ja taitavansa, ja miksi muidenkin pitäisi uskoa tämä.

Prosessiportfolion tulee sisältää informaatiota, joka esittää tapahtunutta kasvua. Valmiin portfolion tulee pystyä esittämään, että tekijä on oppinut sen tekoprosessissa, eli sen tulee sisältää reflektiota. (Barrett 2004a; Paulson ym. 1991, 2; Jafari 2004.) Reflektion voi katsoa olevan oppimistapahtumaan liittyvien kokemusten tarkastelua ja merkitysten antamista saaduille oppimiskokemuksille (Ruohotie 1998, 77). Kuten Linnakylä, Kankaanranta ja Grant (2007) tiivistävät, taitoja ja osaamista voivat mitata myös ulkopuoliset tahot, mutta portfolion ydin on itsearviointi ja reflektointi. Reflektiota voidaan edesauttaa sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta esimerkiksi palautteella ja vertaisarvioinnilla (emt.).

Barrett (2004) käyttää prosessinomaisesta digitaalisesta portfolioista myös nimitystä digitaalinen tarinankerronta. Sen sijaan, että oppimista tukeva portfolio kertoisi mitä on opittu menneisyydessä, se kertoo mitkä ovat oppimistarpeet tulevaisuudessa. Portfolion ei tulisi olla työkalu, joka kertoo oppimisesta, vaan työkalu oppimista varten.

Prosessinomaisen digitaalisen portfolion voi katsoa soveltuvan hyvin jatkuvan ammatillisen kehittymisen tueksi. Ihmisen ura nähdään nykyään usein eri osa-alueille ulottuvana taitojen kehittämisenä ja verkostojen laajentamisena. Ammatillinen kehitys mielletään jatkuvana prosessina, joka ei ole sidottu tiettyyn kouluun tai työpaikkaan. Vastatakseen nyky-yhteiskunnan vaatimuksiin yksilön tulee olla valmis läpi elämän jatkuvaan oppimiseen. Digitaalinen portfolio vastaa näihin tarpeisiin mahdollistaen vastuunottamisen, opittujen taitojen ylläpitämisen ja monitasoisen itsearvioinnin. (Korhonen, Kohonen, Tolkki, Syvänen & Ahonen 2007, 254; EifEL 2013a.)

Portfolio voi olla myös tapa kerätä muistoja, jotka eivät välttämättä liity ammatilliseen elämään tai opintoihin. Monet teoreetikot uskovat, että ammatillisen oppimisen tulisi olla paitsi elämän mittaista (*life-long*), myös elämän laajuista (*life-wide*) ja syvyistä (*life-deep*) (ks. esim. Drake 1999; Boshuizen, Bromme & Gruber 2004). Tämä tarkoittaa koko elämän aikana opittujen kouluun, ammatilliseen ja henkilökohtaiseen elämään liittyvien tietojen ja taitojen yhdistämistä uudelleenlaiseksi osaamiseksi. Ihmiset suorittavat portfolioityylisiä prosesseja koko elämänsä ajan riippumatta työkalusta tai teknologiasta. Näitä voivat olla esimerkiksi tärkeiden muistojen keräily ja niiden valikointi säästettäväksi, reflektointi kokemusten tallennuksen yhteydessä, tavoitteiden asettaminen, tallennetun sisällön esittäminen tietylle ryhmälle tietyssä tarkoituksessa, palautteen kautta kehittyminen ja itsearvioinnit. EifEL – The European Institute for E-Learning (EifEL 2013a) katsoo, että jokaisen tulisi ylläpitää digitaalista portfolioa esittääkseen ja juhliakseen saavutuksiaan elämänsä ajalta.

Henkilökohtaisen portfolion voidaan katsoa tukevan tehokkaasti syvää oppimista. (EifEL 2013a; Barrett 2012a; Tosh & Werdmuller 2004.) Digitaalisen portfolion voidaan nähdä edesauttavan myös yhteisöllistä oppimista, jossa kaksi tai useampi ihminen oppii tai yrittää oppia jotakin yhdessä (Dillenbourg 1999, 2). Ahonen (2011) tiivistääkin, että portfolioa käytetään tukemaan koko elämän mittaista oppimista. Portfolion ollessa verkossa, on käytettävissä runsaasti potentiaalisia vaihtoehtoja sosiaaliselle kanssakäymiselle ja elämän mittaiselle ja laajuiselle oppimiselle.

2.2 Sosiaalinen media

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan verkon viestintäympäristöjä, palveluja ja sovelluksia, joissa jokaisella käyttäjällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja tiedon vastaanottajana olon lisäksi (Kalliala & Toikkanen 2009, 18). Jussi-Pekka Erkkola (2008) laajentaa Kallialan ja Toikkasen määritelmää kuvaillen Pro Gradu -työssään sosiaalista mediaa seuraavasti:

Sosiaalinen media on teknologiasidonnainen ja rakenteinen prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla vertais- ja käyttötuotannon kautta.

Sosiaalisen median voidaankin katsoa koostuvan sisällöstä, yhteisöstä ja teknologiasta. Sosiaalisen median tunnuspiirteitä ovat helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus, avoimuus, maksuttomuus ja mahdollisuus kollektiiviseen tuotantoon (Hintikka 2008).

Sosiaalista mediaa voidaan määritellä eri lähestymistavoilla. Lietsala ja Sirkkunen (2008, 25–26) jäsentävät sosiaalista mediaa palvelutyyppeiden kautta. Heidän näkemyksensä mukaan sosiaalinen media jakautuu sisällöntuottajapalveluihin, sisällön jakamiseen tarkoitettuihin palveluihin, yhteisöpalveluihin, yhteisötuotantoon, virtuaalimaailmisiin sekä lisäosiin, jotka eivät lukeudu muiden kategorioiden alle. Boyd (2005) listaa palvelutyyppeihin myös säiliöt, joihin käyttäjä tallentaa mediaa.

Hintikka (2008) käsittelee sosiaalista mediaa käyttämällä parametreina yhtäältä sosiaalisuutta ja mediaa, toisaalta yksilöä ja joukkoa. Yksilöä ja sosiaalisuutta korostavat esimerkiksi yhteisöpalvelut, jotka perustuvat verkostoitumiseen ja yhteisöllisyyteen. Yksilöä ja mediaa korostavissa palveluissa sisällön tuotanto ja jakaminen tuottavat yhteisöllisyyttä. Joukkoa ja sosiaalisuutta korostavina ilmiönä Hintikka (2008) näkee esimerkiksi blogosfäärit; joukkoa ja mediaa edustavat yhteisötuotanto ja joukkoäly.

Sosiaalisen median sisällöntuotantoon liittyviä käsitteitä ovat esimerkiksi vertaismedia, osallistuva media ja kansalaisjournalismi, jolla tarkoitetaan kansalaisten aktiivista otetta uutisoinnissa. Sosiaalisessa mediassa ihmiset ovat paitsi sisällön tuottajakuluttajia, myös niin kutsuttuja pro-harrastajia, jotka käyttävät sosiaalista mediaa kanavana tehdäkseen harrastuksenaan ammattitason tuotantoa. (Kalliala & Toivanen 2009, 18.) Sosiaalisen median palveluille yhteistä on, että käyttäjillä on yleensä profiili, jossa hän

kertoo itsestään ja joka esittelee käyttäjän aktiviteetteja kyseisessä palvelussa (Hintikka 2008). Sisältöä sosiaaliseen mediaan voidaan tuottaa useilla eri päätelaitteilla, kuten tietokoneilla ja mobiililaitteilla.

Yksi tyypillisimmistä ja yleisimmistä sosiaalisen median ilmiöistä ovat yhteisöpalvelut. Yhteisön perusajatus on, että käyttäjä voi tehdä palveluun oman profiilinsa, valita kontaktinsa, viestiä muiden kanssa ja nähdä sosiaalisen verkostonsa sen hetkisen tilanteen ja historian (Kalliala & Toivanen 2009, 82). Yhteisöpalvelujen pääasiallinen tarkoitus onkin mahdollistaa käyttäjien välinen vuorovaikutus ja sosiaalisten verkostojen ylläpitäminen. Osa yhteisöpalveluista auttaa käyttäjiä verkostoitumaan uusiin kontakteihin. (boyd & Ellison 2007.) Yhteisötuotantoa edustavista palveluista tunnetuin lienee Wikipedia, avoin tietosanakirja, johon kuka tahansa voi tuottaa avoimesti muokattavissa olevia sosiaalisia sisältöjä. Wikipediaa voidaan pitää myös ilmentymänä joukkoälystä, jossa suuri joukko ihmisiä seuloa jonkin aiheen parhaimmiston. (Hintikka 2008.)

Sisällöntuotantopalveluissa käyttäjät tuottavat ja jakavat sisältöä. Yksi yleisimmistä sosiaalisen median sisällöntuotannon muodoista on verkkopäiväkirja, eli blogi, joka koostuu ylläpitäjänsä julkaisemista päivätyistä artikkeleista, joita lukijat voivat kommentoida (Kalliala & Toikkanen 2009, 41). Blogin ylläpitäminen on itseilmaisun muoto, joka mahdollistaa myös sosiaalisten verkostojen luomisen (Davies & Merchant 2007). Schmidtin (2007) mukaan blogia käytetään tiedon, identiteetin ja suhteiden hallinnointiin. Blogien merkintäkohtainen kommentointi mahdollistaa nopean palautteen ja vuorovaikutuksen lukijoiden ja julkaisijan välillä (Majava 2006, 89).

Blogille on muodostunut useita eri käyttötarkoituksia. Se on keino tallentaa tietoa, jakaa sisältöä, jättää kommentteja ja ilmaista mielipiteitä, avata syviä tunteita, ylläpitää keskustelufoorumia yhteisöille ja luoda uusia suhteita (Nardi, Schiano, Gumbrecht & Swartz 2004, Hsu & Lin 2008; Kjellberg 2010). Blogi soveltuu myös ideointityökaluksi, koska se mahdollistaa ajatusten jakamisen ja sosiaalinen kanssakäymisen (Walker 2006). Blogosfääri on blogeista muodostuva kokonaisuus, jossa blogit linkittyvät toisiinsa ja jossa blogien ylläpitäjät ja lukijat kommentoivat toistensa blogeja (Hintikka 2008).

Päiväkirjamuodon lisäksi blogit sopivat erityisen hyvin ajankohtaisten ilmiöiden nopeaan kommentointiin linkittämisen keinoin (Sirkkunen 2006, 148). Blogin rinnalle

on syntynyt käsite mikroblogi, joka tarkoittaa lyhyttä, reaaliaikaista, julkista verkkojulkaisua. Mikroblogeista tunnetuin ja laajimmin käytössä oleva palvelu on Twitter. Twitterissä yksilö voi julkaista 140 merkkiä pitkän viestin, jota toiset käyttäjät voivat jakaa palvelun sisällä. Twitter muistuttaa perinteisiä viestinnän muotoja, kuten tekstiviestiä, mutta on sisällöltään julkista, mahdollistaen suurten ihmisryhmien reaaliaikaisen kommunikoinnin aiheen ympäriltä (Hermida 2010). Mikroblogin voidaan nähdä syrjäyttäneen tavallisen blogin liveblogauksen eli nopean tapahtumien kulun raportoinnin välineenä (Kalliala & Toikkanen, 41).

Syötteet ovat blogien tunnetuksi tekemä tekniikka, jonka avulla voidaan seurata päivittyvää verkkosisältöä, kuten uutisia, sähköpostilistoja, kirjanmerkkejä tai blogipäivityksiä. Ne mahdollistavat keinon tilata tieto itselle tärkeän verkkosisällön päivittymisestä. Osa sosiaalisen median käyttäjiä palvelevaa luonnetta on sisällön löydettävyyden parantaminen. Tyypillinen esimerkki tästä on tagaaminen, tapa kuvata verkossa olevaa materiaalia. Verkkopalvelun käyttäjät voivat antaa verkkopalvelun sisällölle avainsanoja, tageja, mikä parantaa informaation löydettävyyttä. Sisällön tagaamisen mahdollistavista palveluista tulee sitä hyödyllisempiä, mitä enemmän käyttäjiä toimintaan osallistuu. (Majava 2006, 91.)

Sosiaalisen median sisällöntuotantopalveluille on tyypillistä, että niiden sisältämät tiedot sijaitsevat pilvipalvelussa, eli palveluntarjoajan palvelimella. Pilvipalveluilla tarkoitetaan tyypillisesti paikasta riippumattomia, verkon kautta käytettäviä sovellukset ja palveluita. (Aalto-yliopisto 2011.) Tyypillisiä suosittuja pilvipalveluita ovat esimerkiksi Facebook ja Gmail.

Sisällöntuotantopalvelun sisältö voi olla tekstin lisäksi myös multimediaa, kuten valokuvien jakamiseen tarkoitettussa Flickrissä tai videoiden jakamiseen suunnatussa Youtubessa. Tämän kaltaiset sisällön keräämiseen tarkoitettut palvelut voidaan myös mieltää säiliöiksi (Boyd 2005). Yhteisöpalvelujen yleistyttyä myös useista median jakamiseen tarkoitetuista palveluista on tehty yhteisöllisiä (boyd ja Ellison 2007).

Useat sosiaalisen median verkkopalvelut tarjoavat avoimen rajapinnan, joka mahdollistaa sivuston materiaalin uudelleenhyödyntämisen mashup-alustalla. Mashupilla tarkoitetaan yleisesti verkkosivua tai -sovellusta, joka yhdistää tietoja, toiminnallisuuksia ja esitystapoja eri verkkosivuilta ja -palveluista luoden näin tiedoista tai toiminnoista merkitykseltään uuden palvelun (Griffin 2008; Kalliala & Toikkanen

2009, 103). Mashupit edustavat myös sosiaalisen median sisällöntuotannolle ominaista avoimuuden kulttuuria.

Verkon avoimuuden kulttuurin vaikuttavin edustaja lienee avoimen lähdekoodin malli. Avoin lähdekoodi on tapa kehittää tietokoneohjelmistoja. Avoimen lähdekoodin ohjelmistoja saa vapaasti käyttää, kopioida, muunnella ja jaella. Kehitysmallissa sekä ideat että toteutukset ovat kaikkien nähtävissä ja hyödynnettävissä ja niitä on toteuttamassa maailmanlaajuinen yhteisö, joka koostuu sekä yksityishenkilöistä että yrityksistä. Avoimen lähdekoodin toimintamallissa yhteisöt käyttävät yleisesti kommunikointiin wiki-sivustoja ja keskustelufoorumeita, joiden avulla kehitellään ratkaisuja yhteisöllisyyden kautta. Tämä itseohjautuva toimintamalli on johtanut Linuxin kaltaisiin menestystarinoihin. (COSS 2013.)

Digitaaliset pelit ja erityisesti virtuaalimaailmat voidaan myös katsoa osaksi sosiaalista mediaa. Virtuaalimaailma on kolmiulotteinen ympäristö, jossa tuhannet ihmiset voivat olla reaaliaikaisessa vuorovaikutuksessa keskenään (Messinger ym. 2009). Virtuaalimaailmat pyrkivät visuaalisesti ja kokemuksellisesti muistuttamaan todellista maailmaa (Kalliala & Toikkanen 2009, 90). Ne ovat tyypillisesti immersiiivisiä kolmiulotteisia pelimaailmoja, jotka hyödyntävät sosiaalista mediaa mahdollistaen paitsi monen pelaajan yhteisöllisen verkkopelaamisen, myös oppimisen, työskentelyn ja verkkokaupankäynnin. Keskeisiä piirteitä virtuaalimaailmalle ovat käyttäjälähtöiset tavoitteet, käyttäjän tuottamat sisällöt ja sosiaaliset vuorovaikutustyökalut. (Messinger, Stroulia & Lyons 2008.)

Sosiaalisesta mediasta käytetään usein päällekkäisesti myös nimitystä web 2.0. Karkea jako voidaan tehdä siten, että käsitetään sosiaalinen media ilmiönä ja tapana toimia verkossa erilaisissa palveluissa ja web 2.0 on näitä palveluita yhdistävänä teknologiana. Sosiaalisen median ja web 2.0:n välinen raja on kuitenkin häilyvä ja monissa yhteyksissä ne mielletäänkin synonyymeiksi (esim. Sirkkunen 2006, 141). Esimerkiksi O'Reilly (2005) käsittää web 2.0 -ilmiöiksi käyttäjien osallistamisen sisällöntuotantoon, kollektiivisen älyn, pelillisyyden ja rikkaan käyttäjäkokemuksen, joiden voidaan yleisesti katsoa kuvaavan koko sosiaalista mediaa.

Sosiaalisen median ja koko verkon tulevaisuus on toki vielä arvoitus, mutta yksi mahdollinen kehityssuunta on semanttinen verkko. Semanttinen verkko on niin kutsuttu älykäs versio verkosta, jonka käyttäjiä ovat ihmisten ohella koneet. Ajatuksena on, että

koneet ymmärtäisivät tiedon merkityksen, eivätkä ainoastaan välitä tietoa, kuten nykyisessä verkossa. Semanttisen verkon myötä mahdollistuisivat entistä älykkäämmät sisältöperustaiset palvelut ja niiden keskinäinen yhteensopivuus parantuisi. Semanttisen verkon tavoitteena on, että navigointi verkossa helpottuu ja tulee entistä mielekkäämmäksi. Semanttista verkkoa kehitetään monilla eri tahoilla, mutta sen käyttö ei vielä ole yleistynyt. (Hyvönen 2004; Mika 2007.)

2.3 Motivaatioteoriat

Motivaatio on yksilön tiettyyn tilanteeseen liittyvää ja tiettyihin tavoitteisiin suuntautuvaa toimintaa, jonka vire ja kesto vaihtelevat. Motivaationa voidaan myös ymmärtää prosessit, jotka aikaansaavat, suuntaavat ja ylläpitävät ihmisen käyttäytymistä. Motivaatio on motiivien aikaansaamaa ihmisen tarpeista syntyvä tila. Kun tarpeen tyydytykselle löytyy kohde, siitä tulee vaikutin eli motiivi, joka saa ihmisen toimimaan tavoitteellisesti. Motiivit virittävät ja ylläpitävät yleistä käyttäytymisen suuntaa, ohjaavat yksilöä ja vaikuttavat tämän toimintaan ja valintoihin.

Motiivit voivat olla helposti määrällistettäviä ja tiedostettuja, eli ulkoisia, tai osittain tiedostamattomia ja tunnevaritteisiä, eli sisäisiä. Motivaatio voidaankin käsitteellisesti jakaa sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Sisäisen motivaatio on yksilön itsensä välittämää, tunneperäistä, kestoaltaan pitkäikäistä tai pysyvää ja sen katsotaan tyydyttävän ylimmän tason tarpeita, kuten itsensä toteuttamisen ja kehittämisen tarve. Ulkoinen motivaatio syntyy jonkun muun tarjoamista palkkioista, joiden voidaan katsoa tyydyttävän alemman tason fysiologisia tarpeita, kuten turvallisuuden ja ravinnon tarve. Ulkoinen motivaatio on kestoaltaan lyhytikäistä. Sisäinen ja ulkoinen motivaatio voivat esiintyä yhtäaikaisesti ja niiden erottaminen ei aina ole yksiselitteistä. (Vartiainen & Nurmela 2002, 189–190; Ruohotie 1998, 36–38.)

Motivaation voidaan katsoa olevan tilannesidonnainen. Ihmisen psyykinen tila yhdessä ulkoisten ja sisäisten ärsykkeiden kanssa muodostavat tilannekohtaisen vireen, jota kutsutaan tilannemotivaatioksi. Se määrittää, millä aktiivisuudella ihminen tilanteessa toimii. Tilannemotivaatio on lyhytkestoista, dynaamista ja ympäristötekijöille altista. Yleismotivaatio kuvaa käyttäytymisen, vireyden ja motivaation pysyvyyttä. Tilannemotivaatio on usein hyvin riippuvainen yleismotivaatiosta. (Ruohotie 1998, 41–42; Peltonen & Ruohotie 1992, 17.)

Vielä nykyäänkään ei tunnusteta yhtä yleisesti hyväksyttyä motivaatioteoriaa, joka yksiselitteisesti kuvaisi ihmisen toiminnan. Tämän sijaan on lukuisia tilanne- ja ympäristösidonnoisia motivaatiomalleja. Motivaatiomallit jaetaan yleisesti Steerin, Porterin ja Bigleinin (1996) mallin mukaisesti sisältöteorioihin ja prosessiteorioihin. Prosessiteoriat pyrkivät kuvaamaan motivaation syntyä ja selittämään, miten energisointi, suuntaaminen ja ylläpito tapahtuvat. Sisältöteoriat pyrkivät selittämään käyttäytymisen sisäisiä syitä ja kuvaamaan, mitkä yksilön sisäiset tekijät energisoivat, suuntaavat ja ylläpitävät toimintaa. Tunnettuja esimerkkejä sisältöteorioista ovat Maslow'n tarvehierarkiateoria ja Herzbergin kaksifaktoriteoria. (Vartiainen & Nurmela 2002, 189.)

Tarve määritellään sisäisen epätasapainon tilaksi, joka saa ihmisen tavoittelemaan tasapainoa (Peltonen & Ruohotie 1992, 52). Maslow'n tarvehierarkiateorian mukaan ihmisellä on halu tyydyttää tietyn tyyppiset tarpeet, jotka voidaan asettaa hierarkkiseen järjestykseen seuraavasti:

1. Fysiologinen tarve: perustarpeet, kuten ravinnontarve.
2. Turvallisuuden tarve: ihminen turvautuu tuttuun ja totuttuun.
3. Liittymisen tarve: ihmisellä on tarve kuulua johonkin ryhmään; kontaktit ovat tärkeitä.
4. Arvostuksen tarve: ihminen haluaa osoittaa pätevyyttään ja saada muilta hyväksyntää.
5. Itsensä toteuttamisen tarve: ihmisen tarve käyttää koko kapasiteettiaan ja saavuttaa päämääränsä.

Tarvehierarkiassa alemman tarpeen tullessa tyydytetyksi siirrytään seuraavalle tasolle. Maslow on käsitellyt myös kahta edellä mainittuja tarpeita seuraavaa lisätarvetta, jotka tuodaan usein esiin virallisen tarvehierarkian yhteydessä:

6. Tarve tietää ja ymmärtää.
7. Esteettisyyden tarve.

Maslow'n tarvehierarkian kaltaisten varhaisten motivaatioteorioiden näkökulmasta ihmisistä voidaan motivoida palkinnoilla (esim. klassinen behaviorismiteoria). Uudemmat tutkimukset ovat kuitenkin kiistäneet tämän. Viimeaikoina käytetyin motivaatioteoria on Edward Decin käsitteellistämä sisäsyntyisen motivaation merkitystä korostava

lähestymistapa, jossa ihmisen ajatellaan kokevan tekemisen itsessään motivoivana. (Vartiainen & Nurmela 2002, 195; Salmela-Aro & Nurmi 2002, 11–12.) Deci on havainnut, että ulkoisten palkkioiden vaikutukset sisäiseen motivaatioon ovat usein kielteisiä innovatiivisuuden ja luovuuden kannalta. Decin tutkimusten pohjalta on kehitetty motivaation kognitiivinen arviointiteoria (Deci, Ryan & Koestner 1999), jonka mukaan ihmisellä on kolme universaalia psyykkistä tarvetta:

- 1) Autonomia: ihmiset haluavat kontrolloida omaa elämäänsä ja tekemisiään.
- 2) Kompetenssi: ihmiset haluavat kehittyä siinä mitä tekevät.
- 3) Läheisyys: ihmiset haluavat kuulua johonkin itseään suurempaan kokonaisuuteen.

Kognitiivisen arviointiteorian mukaan tapahtuma, joka vaikuttaa kyseisiin tarpeisiin, vaikuttaa myös motivaatioon. Esimerkiksi kontrollointi vähentää itsemääräämisen tunnetta, minkä johdosta sisäinen motivaatio vähenee. Ulkoisten palkkioiden voidaankin katsoa vaikuttavan enemmän toiminnan suuntaamiseen ja hetkelliseen ylläpitoon, kuin innostukseen tai syvällisen kiinnostuksen luomiseen eli sisäiseen motivaatioon. (Vartiainen & Nurmela 2002, 195–197). Siinä missä kognitiivinen arviointiteoria ymmärtää sisäisen motivaation pyrkimyksenä päteä sekä toteuttaa itseään Harter (1981) laajentaa sen käsittämään myös uteliaisuuden, halun kohdata haasteita ja tarpeen itsenäiseen toimintaan. Myös Nuttin kuvaa relationaalisessa motivaatioteoriassaan ihmisen perustarpeiksi fysiologisten tarpeiden lisäksi myös erilaiset kognitiiviset tarpeet kuten uteliaisuus ja sosiaalisuus (Salmela-Aro & Nurmi 2002, 13). Sisäisen motivaation voidaankin katsoa olevan yhteydessä Maslow'n tarvehierarkian kolmen ylimmän asteen tarpeiden tyydytykseen siinä missä ulkoinen motivaatio linkittyy kolmeen alimpaan. (Davis 1971; Peltonen & Ruohotie 1992, 19.)

Sisäisen motivaation tutkimuksessa keskitytään tutkimaan ympäristöjä ja olosuhteita jotka vaikuttavat ihmisen sisältä lähtevän motivaation heikkenemiseen tai vahvistumiseen. Kognitiivisen arviointiteorian mukaan ne ympäristöt, jotka sallivat sen määrittämän kolmen perustarpeen tyydyttämisen, lisäävät sisäistä motivaatiota siinä missä muunlaiset ympäristöt vähentävät sitä. Sen mukaan sisäistä motivaatiota edesauttaa ympäristö, joka luo edellytykset kompetenssia vahvistavalle palauteprosessille. Kognitiivinen arviointiteoria esittää, että oppiminen ja luovuus lisääntyvät huomattavasti olosuhteissa, jotka mahdollistavat tai virittävät sisäisen

motivaation. Herzbergin kaksifaktoriteorian mukaan tyytyväisyyttä edesauttava ympäristö vetoaa ylimpiin tarpeisiin. Ympäristö on motivoiva kun se on organisoitu niin, että se tuottaa positiivisia tunteita; tyytymättömyyttä aiheuttava ympäristö johtaa motivaation vähenemiseen. (Ruohotie 1998, 67–68; Peltonen & Ruohotie 1992, 59–60.)

2.4 Sosiaalisen median hyödyntämistä portfolioissa käsittelevä tutkimus

Linnakylän, Kankaanrannan ja Grantin (2007, 4) mukaan digitaalisen portfolioon käyttäminen edellyttää käyttäjältään motivaatiota. Sosiaalisen median nopean yleistymisen myötä onkin aiheellista tarkastella sen yhteyttä ja soveltuvuutta verkossa käytettävään portfolioon motivaation näkökulmasta.

Sosiaalisen median liittämistä osaksi digitaalista portfolioa on tehty rajatusti tutkimuksia ja valtaosa niistä lähestyy aihetta teknologian näkökulmasta pohtien, mitkä toteutustavat sopivat portfolioon parhaiten mahdollistaakseen portfolioon käytön yleistymisen (ks. esim. Kim, Ng ja Lim 2010). Puhtaasti käyttömotivaation näkökulmasta tehtyjä tieteellisiä tutkimuksia sosiaalisen median ja digitaalisten portfolioiden yhdistämisestä ei löydy, mutta esimerkiksi digitaalisia portfolioita pitkään ja laaja-alaisesti tutkinut Helen Barrett on käsitellyt motivaatiota ja sosiaalista mediaa useissa teksteissään. Barrett (2011b) kuvaakin tavoitteekseen tehdä portfolioista enemmän sisäisesti motivoivia prosesseja.

Myös Ahonen (2011) on huolissaan portfolioon käyttäjien motivaation säilymisestä ja hänen mielestään kysymykseen ”Miksi minä jakaisin?” tulisi jatkossa löytää ratkaisuja. Hän viittaa Grudinin teoriaan, jonka mukaan ryhmäohjelmien käyttö vaatii usein käyttäjältä ylimääräistä panosta, mikäli nähtävissä ei ole suoraa hyötyä ohjelman käytöstä. Tämä tutkimus pyrkii vastaamaan osaltaan myös Ahosen esittämään kysymykseen.

Korhonen ym. (2007) ovat tutkineet digitaalisten portfolioiden soveltuvuutta elämänlaajuiseen ammatilliseen kehittymiseen. He näkevät, että on olemassa selvä tarve tehdä epäformaalista ja tiedostamattomasta oppimisesta näkyvää ja saavutettavaa ammatillisessa kontekstissa. Samalla on olemassa tarve kaventaa opiskelun ja työn välistä eroa ja luoda jatkuvuutta osaamisen dokumentointiin ja reflektointiin

molemmissa. Heidän nähdäkseen yksilön motivaatioon vaikuttavien seikkojen selvittäminen voisi olla merkittävä askel etsittäessä ratkaisua edellä mainittuihin asioihin. He näkevät sosiaalisen median lupaavana trendinä ja katsovat, että mobiilikäyttö laajentaisi niihin liittyvän reflektiivisen oppimisen mahdollisuuksia entisestään. (Korhonen ym. 2007, 271.)

Digitaalisissa portfolioissa on jo alettu hyödyntää yksittäisiä sosiaalisen median ominaisuuksia. Blogimuotoisia digitaalisia portfolioita on olemassa runsaasti ja joihinkin portfoliopalveluihin on toteutettu sisäinen verkosto, jossa muita palvelun käyttäjiä voi lisätä kaverikseen¹. Portfolioiden rinnalla myös oppilaitosten ja organisaatioiden käytössä totutusti olevat intranetit ovat viime vuosina alkaneet muuttua sosiaalisiksi. Intranetin etusivu ei ole enää pelkästään esiin nostettujen uutisten vallassa, vaan käyttäjien yksin ja yhdessä tuottama sisältö ja keskustelut muodostavat intranetin keskeisimmät elementit (Tolvanen 2012). Yhteistä näille järjestelmille kuitenkin on se, että sosiaalisesta mediasta mallinnetut toiminnot on yleensä rajattu ohjelman sisälle, joten ne ovat sosiaalisia vain kyseisen palvelun kontekstissa.

Tyypillisen portfolioympäristön ongelmat motivaation kannalta

Perinteisten digitaalisten portfoliojärjestelmien selkein ero sosiaaliseen mediaan on teknologiassa: ne on tavallisesti toteutettu suljetuiksi järjestelmiksi, jotka eivät ole helposti laajennettavissa koskettamaan yksilön muuta verkkoelämää. Tämän kaltainen portfoliototeutus saattaa tulevaisuudessa muodostua käyttömotivaation ylläpitämisen kannalta haastavaksi. Kim ym. (2010) ovat tutkineet sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia digitaalisen portfolion osana näkökulmanaan toteutuksellisten ongelmien ratkaiseminen. He näkevät, että suljetun järjestelmän ylläpidossa kohdataan haasteita, jos käyttäjät lisäävät palveluun multimediasisältöä, joka vaatii paljon palvelintilaa. Toisena haasteena he näkevät sisällön yhteensopimattomuuden eri järjestelmien välillä: eri oppilaitosten, yritysten tai palveluntarjoajien järjestelmiin tallennettua sisältöä voi olla vaikeaa saada kopioitua toisalle. Esiin voi nousta myös kysymys palveluun tuotetun sisällön omistusoikeudesta.

¹ Tämän kaltainen toteutus on esimerkiksi tutkimuksen tekohehkellä suosittu avoimen lähdekoodin mallilla kehitetty portfoliopalvelu Mahara (ks. Mahara 2013a).

Kim ym. lähestyvät myös käyttömotivaatiota pohtien, mikä digitaalisesta portfolioista tekisi käyttäjälle niin hyödyllisen, että tämä vaivautuisi ottamaan käyttöönsä jälleen uuden ohjelmiston ja palvelun. (Kim ym. 2010, 3–4.) Tutkimuksessa ei kuitenkaan paneuduta motivaatiokäsitteeseen tarkemmin eikä esitettyyn kysymykseen tarjota vastauksia.

Ahonen (2011) näkee ongelmana henkilöiden vaihtuvat roolit organisaatiossa ja organisaatioiden välillä. Nykyisessä muodossaan digitaaliset portfolioit ja blogit ovat erittäin henkilökohtaisia, jolloin niiden ei tulisi olla organisaatio-omisteisia. Organisaatioiden tulisi kuitenkin tarvittaessa saada pääsy informaatioon. Ihmiset vaihtavat työpaikkoja ja voivat työskennellä usealle työnantajalle samanaikaisesti. Monet ylläpitävätkin pelkkää ansioluetteloä kokonaisen portfolioin sijaan. (emt.)

Barrett (2011b) näkee yksilön henkilökohtaisessa omistuksessa olevan portfolioin tarjoavan käyttäjälleen useita hyötyjä kuten mahdollisuudet syvään oppimiseen, elämän mittaisten taitojen kehittämiseen ja personalisointiin, omiin valintoihin ja äänen julki saamiseen, omistajuuden säilymiseen, itsearvioon, palautteeseen ja sosiaaliseen oppimiseen. Barrett pitää henkilökohtaisen portfolioin etuina myös sen joustavaa rakennetta, helppokäyttöisyyttä ja ajankäytön säästymistä, mutta näiden ominaisuuksien voi katsoa olevan käyttöliittymäkohtaisia, ei niinkään henkilökohtaiselle portfolioille luonteenomaisia ilmiöitä (emt.).

Sosiaalisen median ja digitaalisen portfolioin vertailua

Sosiaalisen median etuja perinteisiin suljettuihin järjestelmiin nähden on sen maksuttomuus ja käytön helppous. Palveluiden käyttäjän ei tarvitse asentaa mitään tietokoneelleen eikä turvautua käyttäjätukeen. Sisältö on verkossa ja siten saavutettavissa mistä ja milloin tahansa. Sosiaalisen median palvelut ovat yleensä yksilön henkilökohtaisessa käytössä ja niiden käyttämistä jatketaan, vaikka työpaikka vaihtuisi. (Wicks ym. 2011; Barrett 2011b).

Sosiaalisen median hyödyntämistä digitaalisessa portfolioissa tukee Linnakylän (1994) teoria: Portfolio heijastaa tekijänsä kiinnostuksen ja arvostuksen kohteita parhaiten silloin, kun tekijä saa itse valita portfolioinsa toteutustavan ja sisällön. Sosiaalisen median voisi katsoa edesauttavan digitaalisen portfolioin tuomista osaksi yksilön elämän mittaista ja laajuista henkilökohtaista verkkoelämää ja sen eri osa-alueita perhe-

elämästä kouluun ja ammatilliseen kehittymiseen toimien muistosäilönä vielä eläkeiässä. Sosiaalinen media voisi helpottaa ja tehostaa esimerkiksi tiedon tallentamista, kokemusten jakamista, saavutusten esittelemistä, yhteistyötä ja yhteydenpitoa sekä työnhakua. Sen sisältämien palveluiden voidaan katsoa kehittävä ja ylläpitävän yksilön läpi elämä tarvitsemia taitoja. (Barrett 2011b; Barrett 2010c.)

Barrettin (2010c) määritelmän mukaan prosessinomainen digitaalinen portfolio on kokoelma työkaluja, joiden avulla kerrotaan mitä olet tehnyt, mitä osaat tehdä, mitä teet nyt ja mitä haluat tehdä tulevaisuudessa. Portfolion työkalujen avulla tulee voida kerätä tietoa, saada ja antaa palautetta, tehdä yhteistyötä, reflektoida, luoda yhteyksiä ja julkaista sisältöä. Sosiaalisen median voisi katsoa edesauttavan näitä tehtäviä sen verkostoitumiseen ja joukkotuotantoon kannustavan luonteen avulla. Oman ja muiden tuottaman sisällön lukeminen ja kommentoiminen sekä sisällön jakamisen useissa eri formaateissa tukisi monipuolista reflektiokokemusta. Useat sosiaalisen median palvelut mahdollistavat välittömän palautteen, päiväkirjamaisen reflektion, sisällöntuotannon, keräämisen, tallentamisen ja jakamisen toimien samalla yhteisöllisen editoinnin ja julkaisemisen leikkikenttinä. Sosiaalinen media kykenisi myös edesauttaa sisällön tarpeenmukaista esittämistä eri tavalla eri yhteyksissä. (Barrett 2010c; Barrett 2012a.)

Sosiaaliselle medialle tyypillistä on, että sen käyttäjät eivät saa tuottamastaan sisällöstä ulkoista palkkiota, vaan sen käyttö perustuu muunlaiseen palkkioon (Sirkkunen 2006, 139). Tässä voidaankin nähdä kytkös sisäiseen motivaatioon. Aalto ja Uusitalo (2010, 22) listaavat seuraavia motiiveja olla läsnä ja toimia sosiaalisessa mediassa:

- Oman työn tuki.
- Oman työn vaikuttavuuden lisääminen.
- Oppiminen.
- Vaikutuspiirin laajentaminen.

Kaikki edellä mainitut sosiaalisen median motiivit voidaan mieltää myös prosessiportfolion tyypillisiksi ominaisuuksiksi. Voidaankin katsoa, että prosessiportfolion ylläpitämisessä ja sosiaalisessa mediassa toimimisessa on runsaasti yhteneväisyyksiä: vain käyttöliittymä on erilainen. Perinteisen yhdeksi palveluksi mielletävän digitaalisen portfolion sijaan sosiaalinen media koostuu useista erilaisista

palveluista vaihtelevilla ominaisuuksilla ja tarkoittaakin enemmän tapaa toimia tässä sosiaalisessa verkossa.

Verkkoläsnäolo

Digitaalinen portfolio on tarina yksilön omasta oppimisesta. Siten se on myös positiivisen digitaalisen identiteetin ja henkilökohtaisen verkkobrändin kehittämistä. Sosiaalinen media voidaan ymmärtää verkossa oleviksi ympäristöiksi, joissa yksilö voi tietoisesti rakentaa ja tehdä tunnetuksi verkkoidentiteettiään (Boyd 2005). Barrettin (2011b) mukaan digitaalisen identiteetin luominen eli niin sanottu itsensä verkkobrändääminen on yksilöä osallistavaa ja motivoivaa toimintaa.

Aalto ja Uusitalo (2010) ovat tutkineet verkossa aktiivisesti toimivan yksilön identiteetin hallintaa ja sen tietoista brändäystä sosiaalisen median avulla keskeisinä teemoinaan ammatillisen osaamisen esiintuominen, hyvä verkkomaine ja yksilön löytyminen verkosta. Aalto ja Uusisaari näkevät, että aktiivisesti verkossa toimivalla ihmisellä voi olla kolmen tasoita verkkoelämää: henkilökohtainen vapaa-ajan verkkopersoona, ammatillinen rooli ja työrooli.

Työroolissa työntekijä edustaa verkossa työnantajaansa, jolloin rooli voi olla sidottu työnantajaorganisaation verkkokäyttäytymisohjeisiin. Työroolissa verkkoidentiteetti kontakteineen on työnantajaorganisaation omistama ja verkkoläsnäolo tämän profiilin lukuun on työnantajan tavoitteista johdettua, eikä tue yksilön omaa verkkoidentiteettiä (emt., 27). Yksityinen verkkoidentiteetti puolestaan edustaa työhön liittymätöntä verkkokäyttäytymistä. Näiden roolien välissä on Aallon ja Uusisaaren (2010, 21) mukaan tilaa ammatilliselle verkkoelämälle.

Ammatillinen verkkokäyttäytyminen kertoo, että henkilö on verkostoitunut ja perillä alan kehityksestä. Se on työnantajista riippumatonta ja tarjoaa pitkäkestoisen ja itsenäisen tilan ylläpitää ja esittää omaa osaamistaan. Aalto ja Uusisaari (2010) näkevätkin oman ammatillisen verkkoidentiteetin ja sitä kautta omien suunnitelmien ja haasteiden ajattelun sekä pitkäjänteisen verkoston rakentamisen investointina omaan tulevaisuuteen asiantuntijana ja osaajana. Koska ammatillisen verkkoidentiteetin kehittämisen voidaan katsoa liittyvän olennaisesti ammatillisen osaamisen kehittämiseen, on se myös yksilön elämän mittaisen prosessiportfolion tärkeä osa, jota sosiaalinen media voi auttaa ylläpitämään.

Aallon ja Uusisaaren ajatuksiin on kuitenkin syytä lisätä huomio, että edellä kuvatun kaltainen ammatillinen verkkoprofiloituminen edellyttää erittäin aktiivista sisällöntuotannollista verkkokäyttäytymistä – pelkkä läsnäolo verkossa, oli miten aktiivista tahansa, ei muodosta näkyvää identiteettiä. On toki myös muistettava, että ammatillisen verkkopersonan kehittäminen edellyttää jo muodostunutta ammatti-identiteettiä (Aalto ja Uusitalo 2010, 50).

Ammatillisen osaamisen näkyminen verkossa

Dan Schawbel (2011) kirjoittaa Forbes-verkkojulkaisussa uskovansa verkkoläsnäolon korvaavan ansioluettelon kymmenessä vuodessa. Syiksi hän listaa, että sosiaalisen median käyttö lisääntyy siinä missä sähköpostin käyttö vähenee, ansioluettelo on nykyään virtuaalinen, eikä työpaikkoja löydetä enää perinteisillä keinoilla. Lisäksi hän katsoo verkkopresenssin kertovan, mistä henkilö on aidosti kiinnostunut. Schawbel katsoo, että ammatillinen verkkobrändi erottaa työnhakijat toisistaan; näkyvästä ammattiin kohdistuvasta intohimosta on tullut ratkaiseva tekijä työpaikan saamisessa ja säilyttämisessä (emt.). Näkemys voi olla kärjistetty, mutta siinä on selvä yhteys tämän hetken tapaan hyödyntää teknologiaa ja käyttäytyä verkossa.

Sosiaalinen sisällöntuotanto on johtanut siihen, että kaikki sosiaalisessa mediassa vaikuttavat henkilöt löytyvät verkosta hakemalla. Tästä syystä verkossa aktiivisella ihmisellä on sosiaalinen portfolio, jota tämä voi vain osittain hallita. Sen kautta välittyvään verkkomaineeseen vaikuttaa yksilön toiminta verkostoissa ja jaetut mediasisällöt, jotka kiinnittävät verkkopersonan tiettyihin aihepiireihin. Ammatillisessa roolissa esiintyvän etu luonnollisesti on se, että löytyvä sisältö on itse julkaistua, merkityksellistä ja ajantasaista materiaalia, joka heijastaa nykyisiä kiinnostuksen kohteita ja osaamistasoa. Työnantajat etsivätkin enenevässä määrin tietoa työnhakijoista sosiaalisesta mediasta saadakseen heistä laajemman kuvan kuin mitä pelkkä ansioluettelo tarjoaa. Tiedon etsijälle muodostuu sosiaalisen portfolioon kautta mielikuva yksilön ammatillisesta identiteetistä. (Aalto & Uusisaari 2010, 11.)

Grant, Richardson & Wilson (2008) ovat kehittäneet kaksi tulevaisuudentutkimukseen pohjautuvaa skenaariota, joiden mukaan tiedon etsijä voi nähdä yksilön ammatillisen identiteetin kahdessa eri valossa. Positiivisessa skenaariossa ihmiset hyväksyvät, että sosiaalinen portfolio on sopiva tapa esittää ammatillista identiteettiä. Jos tiedon etsijät ovat odotuksissaan realistisia, voi portfolioon kautta saada rehellisen, selkeän ja

hyväksyttävän kuvan yksilön elämästä. Negatiivisessa skenaariossa sosiaalisesta portfolioista etsitään vain mallikansalaisia ja arvioitavasta henkilöstä tulee varovainen siinä, mitä sanoo ja tekee sosiaalisessa mediassa, mikä johtaa pahimmillaan täydelliseen kieltäytymiseen siellä toimimisesta. Oman sosiaalisen portfolion ylläpitämisestä voikin tulla peli, jonka voittaa se, joka osaa manipuloida sosiaalista sisältöä esittäen itsensä parhaassa mahdollisessa valossa. (emt.) Negatiivisia puolia pohdittaessa on hyvä ottaa huomioon myös se, että yksi kolmesta työnantajasta on torjunut työnhakijan sosiaalisesta mediasta löytyneen tiedon perusteella. (Swallow 2011.)

Viime vuosilta on yhä kasvavassa määrin näyttöä siitä, että työnhakijat ovat omaksuneet sosiaalisen median työkalut käyttöönsä. Vuonna 2011 USA:n työttömistä työnhakijoista 54 prosenttia hyödynsi sosiaalista mediaa työhaussa. Työnhaku ei sosiaalisessa mediassa ole sidottu vain LinkedInin kaltaisiin ansioluettelon jakamista ja ammatillisen osaamisen esiintuomista tukeviin palveluihin: ihmiset ovat keksineet innovatiivisia tapoja hyödyntää erilaisia blogeja, mikroblogeja, verkstopalveluita ja multimediasäilöjä. Erityisesti Facebookin osuus työnhaun kanavana on korostunut, sillä 84 prosenttia kaikista työnhakijoista käyttää sitä. (Swallow 2011; Pöyri 2011.)

Myös työnantajat ovat huomanneet sosiaalisen median merkityksen rekrytoinnissa ja suuri osa yrityksistä käyttääkin sosiaalista mediaa apuna löytääkseen ja arvioidakseen työnhakijoita: Arvion (Swallow 2011) mukaan vuonna 2011 80 prosenttia yrityksistä käytti LinkedIniä, 50 prosenttia Facebookia ja 45 prosenttia Twitteriä työntekijöiden etsimiseen. Tutkimuksesta kävi ilmi, että sosiaalisessa mediassa aktiiviset henkilöt löysivät töitä varmemmin kuin he, jotka ovat verkossa passiivisia. Esimerkiksi blogin pitäminen voi nostaa hakijan mahdollisuuksia saada työpaikka, mikäli hänestä välittyy blogin perusteella ammattimainen ja pätevä kuva. (Aalto ja Uusitalo 2010, 118.)

Onkin selvää, että sosiaalisen median moninaista luonnetta osataan hyödyntää yhä monipuolisemmin ammatillisissa tarkoituksissa. Työnhakijat keksivät mitä erilaisempia tapoja erottaakseen jaetun portfoliosisältönsä tai ansioluettelonsa sosiaalisessa mediassa muiden joukosta: se voi esimerkiksi olla infograafi, video tai muu visuaalinen tuotos (Swallow 2011.) Union Square Ventures on pyytänyt työnhakijoita lähettämään ansioluettelon sijasta linkkejä, jotka edustavat heidän verkkoläsnäoloaan. Googlen henkilöstön palkkaamisesta vastaava Todd Carlisle kertoo lukevansa ansioluettelot lopusta alkuun, koska hakijan varhainen työkokemus, harrastukset ja muu

henkilökohtainen sisältö kertoo usein parhaiten, miten henkilö sopii yrityksen työkuultuuriin. (Silverman 2012.) Onkin nähtävissä, että yksilön persoonan, henkilökohtaisen elämän ja toisaalta verkkonäkyvyyden merkitys työnhaussa on korostunut sosiaalisen median yleistymisen myötä. Lisäksi voidaan havaita multimediallisen sisällön merkityksen korostuneen sekä työnhakijoiden että työnantajien näkökulmasta: staattinen sisältö ei välttämättä herätä kiinnostusta. Samalla portfolion osaksi mielletty sisältö laajenee yhä enenevässä määrin sosiaaliseen mediaan.

Sosiaalisen median käytön motiivit

Sirkkunen (2006) näkee, että sosiaalisen median käytön motiivit voidaan jakaa yksilöllisiin ja yhteisöllisiin. Yksilöllisiä motiiveja ovat itseilmaisuus, omien taitojen kehittäminen, vertaispalautteen saaminen, suhdeverkostojen ja oman sosiaalisen pääoman kasvattaminen sekä oman identiteetin muokkaaminen ja esittäminen. Yhteisöllisiä motiiveja ovat tietojen ja taitojen jakaminen muiden kanssa, yhteisön laajuinen oppiminen sekä uudentyyppinen ”osuustoiminnallisuus”, vapaaehtoinen työ yhteisten tavoitteiden eteen. Yksilön sosiaaliseen mediaan tuottama sisältö voi olla sekoitus vapaan julkaisemisen ja osallistumistalouden tuotoksia henkilökohtaisista blogimerkinnöistä joukkotuotantoon ja kansalaisverkkoprojekteihin. Vapaasti julkaistut ja osallistumistalouden kautta tuotetut sisällöt eivät pyri taloudellisiin hyötyihin, vaan tekijät kartuttavat yksilöinä omaa osaamistaan ja sosiaalisia verkostojaan ja yhteisöinä ajavat yhteisiä intressejään. (emt., 144–148.)

Eräs osallistumistalouden tunnettu ilmiö on avoimen lähdekoodin malli, jonka voi katsoa levinneen useille eri tuotannonaloille ohjelmistosuunnittelusta pelien lisäosien toteuttamiseen. Ilmiöön kuuluu usein myös aktiivinen läsnäolo verkkokeskusteluissa yhteisölliseen suunnittelutyöhön osallistuen ja muita auttaen. Tällainen vertaisryhmä voi olla asiantuntevampi kuin lehden tai kirjan toimitus (emt., 149). Useat työnantajat suosivat avoimen lähdekoodin toiminnassa vaikuttavia työnhakijoita: harrastuneisuus ja näytöt osallistumistaloudesta ovat joskus jopa työnsaannin edellytyksenä. Avoimen lähdekoodin toimintamallin voi nähdä olevan sisäisesti motivoivaa, koska se osallistaa suurta määrää ihmisiä pitkäkestoiseen ja intensiiviseen toimintaan ilman näkyviä ulkoisia palkkioita.

Samalla tavalla voidaan päätellä, että jos ihmiset saadaan osallistettua digitaalisen portfolion ylläpitämiseen pitkällä aikavälillä, tulee käyttömotivaation olla sisäistä. Barrettin (2011b) mukaan oikein toteutettu portfolio auttaa yksilöä löytämään oman äänensä, tarkoituksen sekä intohimon tekemiensä valintojen kautta. Hän näkee, että käyttäjän motivoiminen tapahtuu osallistamalla käyttäjä tavoitteenasetteluun, itsearviointiin ja portfolion autonomiseen ylläpitämiseen. Barrett (2010a) ehdottaakin, että tulisi selvittää ne sisäiset motivaatiotekijät, jotka myös saavat ihmisen käyttämään sosiaalista mediaa, ja lisätä nuo tekijät digitaaliseen portfolioon.

Sosiaalisesta mediasta voidaan löytää runsaasti yhtymäkohtia sisäiseen motivaatioon ja esimerkiksi kognitiivisen arviointiteorian mukaiseen kolmeen tarpeeseen: autonomiaan, kompetenssiin ja läheisyyteen.

Autonomian, vapaaehtoisuuden ja asioiden henkilökohtaisesti mielekkäällä tavalla tekemisen merkitys näyttäytyi käytännössä 2000-luvun alussa suosittuun yhteisöpalvelun Friendsterin yhteydessä: sen käyttö väheni osittain siksi, että käyttäjät menettivät luottamuksensa palvelun ylläpitoon, koska eivät saaneet käyttää palvelua kuten halusivat (boyd & Ellison 2007). Autonomiata todentavia ilmiöitä sosiaalisessa mediassa ovat erityisesti Wikipediat, joissa kuka tahansa voi editoida mitä tahansa. Myös mahdollisuus jakaa, keskustella ja kommentoida luo tunteen autonomiasta ja siitä, että voi vaikuttaa asioihin. Omien valintojen tekeminen ja oman äänen esiintuominen korostuvat sosiaalisissa verkkopalveluissa. (Barrett 2011b.)

The 2009 Horizon Report (Johnson, Levine & Smith 2009) ennusti vuonna 2009, kuinka internet muuttuu lähivuosina henkilökohtaiseksi verkoksi. Tämä tarkoittaa kokoelmaa teknologioista, joiden avulla internetin käyttäjä voi uudelleenjärjestellä, konfiguroida ja hallinnoida verkkosisältöä pelkän katselun sijaan. Lopputuloksena on käyttöpäätteestä riippumaton verkkopohjainen ympäristö, joka tukee sosiaalisia ja ammatillisia aktiviteetteja sekä oppimista. Henkilökohtainen verkko edesauttaisi sisäistä käyttömotivaatiota tarjoten tarkoituksenmukaisen sisältöä ja antaen käyttäjälleen täyden autonomian sisällön hallinnan suhteen. Sosiaalisen median voi katsoa ilmentävän henkilökohtaisen verkon ajatusta. Sisältöjen etsiminen, tagaaminen, kategorisointi ja julkaiseminen välittömästi verkossa ilman, että tarvitsee ymmärtää teknologiaa jolla se tehdään, tarjoaa rajattomat mahdollisuudet oppimiseen, vuorovaikutukseen ja reflektioon.

Sosiaalisen median voi katsoa tarjoavan runsaasti keinoja myös yksilön kompetenssin kehittämiseen ja esittelemiseen. Esimerkiksi yhteisöllisyydelle luonteenomainen kysyminen ja kysymyksiin vastaaminen motivoi sekä kysyjää että vastaajaa. Kompetenssin esiintuominen johtaa oppimisesta innostumiseen, mikä saa käyttäjän sitoutumaan palvelun käyttöön. Avoimen lähdekoodin ilmiö on erinomainen esimerkki kompetenssin kautta motivoitumisesta: sen keskiössä on kontribuutio itselle tärkeään asiaan yhdessä muiden asiasta innostuneiden kanssa.

Motivaatio läheisyyden kautta syntyy, kun ihmiset tuntevat olevansa osa jotakin suurempaa yhteisöä, jossa on avoin kulttuuri ja jossa luodaan merkityksiä yhdessä. Tosh ja Werdmuller (2004) uskovat, että käyttäjän motivaatiota ja sitoutumishalua lisää palvelun henkilökohtaistuminen, joka voidaan saavuttaa lisäämällä sosiaalista vuorovaikutusta ja poistamalla rajoituksia.

Verkostot

Sosiaalinen vuorovaikutus, verkostoituminen ja verkostojen ylläpitäminen määrittävät lähes jokaista sosiaalisen median palvelua. MIT Media Lab listaa yhteisöllisyyden yhdeksi 2000-luvun merkittävimmistä ilmiöistä uuden median ja kommunikaation kentällä. (boyd & Ellison 2007; Kalliala & Toivanen 2009, 82; Chaplin 2010.)

Barrett (2011b) näkee, että portfolion tulisi olla enemmän keskustelu kuin esitys, koska keskustelu mahdollistaa muutoksen. Sosiaalinen vuorovaikutus onkin perustava osa prosessiportfoliota. Aallon ja Uusitalon (2010) näkemyksen mukaan yksilön ammatillisen osaamisen kehittyminen vaatii nykyaikana tuekseen verkostoitumista sosiaalisessa mediassa. Voidakseen vaikuttaa oman alansa kehitykseen on nautittava vertaisten arvostusta ja tehtävä omaa alaa kehittäviä asioita yhdessä muiden kanssa. Verkostoituneisuus vaikuttaa suoraan yksilön läsnäolon näkyvyyteen ja toiminnan vaikuttavuuteen eri palveluissa. (emt., 79, 87.)

Verkostoitumisella on selvä merkitys yksilön ammatillisen motivaation kannalta.

Kun haluaa viihtyä ja tehdä yhteistyötä, on luontevaa toimia niiden kanssa, joiden kanssa on yhteinen viitekehys, yhteinen maailmankuva ja yhteiset, kirjoittamattomat tai kirjoitetut, säännöt (Aalto ja Uusitalo 2010, 51).

Vaikuttava verkosto ilmenee myös yksilön sosiaalisena pääomana: siitä on etua työhaussa, neuvoteltaessa uralla etenemisestä, paremmasta palkasta tai

mahdollisuuksista valita kiinnostavimmat projektit. Barrettin (2011b) mielestä sisäisesti motivoivan digitaalisen portfolion tulee sisältää sama autonomia, mikä löytyy sosiaalisista verkostoista. Verkostoitumisen voidaankin katsoa toimivan sekä sisäisenä että ulkoisena motivaationa. (Aalto ja Uusitalo 2010, 22.)

Verkostoitumispalvelujen mielekkyys avautuu parhaiten, kun kontakteja on riittävästi. Ammatillisessa roolissa toimiessa verkoston laajuutta tärkeämpää on sen koostumus: se, että juuri oikeat kontaktit ovat saavutettavissa tarvittaessa. Laaja, osaamista täydentävä verkosto tekee yksilöstä tehokkaamman ja tuotteliaamman: Ongelmia voi ratkoa verkoston avulla joukkoälyn voimin ja yksilöstä tulee muistettavampi, kun verkoston jäsenet jakavat toisilleen ammatillista sisältöä. Käyttäjän tuntiessa yhteenkuuluvuutta verkkoyhteisön muihin jäseniin, hän sitoutuu palvelun käyttöön paremmin. Oppimisen ei tule tapahtua yksin: yhteydenpito ja vuorovaikutus parantavat huomattavasti oppimiskokemusta ja lopputulosta. (Aalto & Uusitalo 2010, 1.) Paras ja motivoivin kokemus yhteisön läsnäolosta on yksilölle se, että hän kokee sekä henkilökohtaista että ryhmän yhteistä oppimista ja saa muilta tukea (Salmon 2000, 113–144). Syvää oppimista tukeakseen digitaalisen portfolion olisikin hyvä rakentua kuten verkostopalvelu (Tosh & Werdmuller 2004, 6–7).

Tosh ja Werdmuller (2004) pyrkivät tutkimuksessaan löytämään digitaaliselle portfoliolle fasilitaattoreita, jotka sitouttaisivat oppijan digitaalisen portfolion käyttöprosessiin. Tutkimus osoittaa, että sosiaalisten verkkopalveluiden hyödyntäminen parantaisi huomattavasti oppijan sitoutumista digitaalisen portfolion käyttöön: sitä voitaisiin käyttää jokapäiväisenä työkaluna, jonka kautta ollaan yhteydessä muihin, löydetään ajankohtaiset asiat ja jaetaan kokemuksia, ongelmia ja tietoutta. Tämä lisää käyttäjän itsevarmuutta ja rakentaa luottamusta palvelua kohtaan. Tosh ja Werdmuller katsovatkin, että verkostopalvelu on digitaalinen portfolio jo sellaisenaan: sieltä löytyvät yksilön taustatiedot ja osaamiset, ansioluettelo ja lisäksi runsaasti henkilökohtaisempaa tietoa. (emt., 6–7.)

Sosiaalinen tarinankerronta

Kirjoittamisesta, lukemisesta ja tarinankerronnasta on sen siirryttyä verkkoon tullut sosiaalista ja yhteisöllistä: yksin tuottamisesta on siirrytty yhteisölliseen tuottamiseen. Kirjoittaminen ei verkossa ole pelkkää tekstintuotantoa, sillä sisältöä voidaan rikastaa

multimedialla. Barrett (2004) suosittelee tarinamuotoisen portfolion alustaksi blogia, koska se on avoin ja mahdollistaa monipuolisen multimediallisen sisällöntuotannon.

Blogia on käytetty digitaalisen portfolion osana jo pitkään ja sen soveltuvuutta tähän tarkoitukseen on tutkittu runsaasti. Useat tutkimukset osoittavatkin, että blogi olisi sosiaalisen median ilmiöistä sopivin toteutusmuoto digitaaliseen portfolioon ja prosessiportfolio jo sellaisenaan (ks. esim. Tosh ja Werdmuller 2004; Ahonen 2011). Blogi on monille hyvä tapa jäsentää omaa ajattelua ja dokumentoida ammatillista elämää (Aalto ja Uusitalo 2010, 97). Blogi toimiikin reflektion mahdollistavana päiväkirjana ja vuorovaikutusympäristönä, joka mahdollistaa yhteisöllisyyden (Barrett 2004). Blogaaminen ja mikroblogaaminen soveltuvat sekä henkilökohtaiseen että ammatilliseen reflektioon, yhteistyöhön, tutkimuksiin ja julkisen äänen luomiseen (Johnson ym. 2009). Chaplinin (2011) mukaan blogiportfolio lisää sosiaalista vuorovaikutusta ja osoittaa tapahtunutta kasvua.

Blogi toimii portfolion tavoin henkilökohtaisena ajattelupaikkana ja muistikirjan kaltaisena työkaluna: Siihen kirjoitettuja asioita voi hyödyntää eri yhteyksissä, sen avulla pysyy ajan tasalla ja se mahdollistaa ideoiden tallentamisen helposti eri laitteilla sijainnista riippumatta. Kjellberg (2010) ja Efimova (2009) näkevät blogin ylivoimaisena muihin muistiinpanovälineisiin verrattuna: se on helppolukuinen, tekstiä on helppo kopioida, sisältöön voi tehdä hakuja ja se pysyy tallessa. Kjellberg (2010) näkee, että blogi mahdollistaa relevanttien ulkoisten tietolähteiden linkittämisen henkilökohtaiseen kontekstiin ja sen kautta voi jakaa tietoa toisille tunkeilemattomaan sävyyn. Ylläpitämällä blogia ideat jalostuvat ja konkretisoituvat, kirjoitustaito paranee ja kirjoittaja kokee reflektiota, jota ei muuten tapahtuisi (emt.).

Tosh ja Werdmuller (2004, 6) huomioivat, että yksin tapahtuva oppiminen ei ole tehokasta, minkä vuoksi ihmisten yhteen saattamisen voimaa ei tulisi aliarvioida. He korostavat blogien sopivuutta reflektioalustaksi: ihmiset voivat esimerkiksi kirjoittaa oppimiskokemuksistaan ja niihin voi myöhemmin palata hakemalla blogipalvelusta tietyllä hakusanalla tai päivämäärällä. Yhteisöllisessä blogipalvelussa reflektio korostuu entisestään, koska etsittävässä ja käytettävässä on myös verkoston muiden jäsenten tallentama sisältö.

Blogit ovat hybridejä, jotka yhdistävät perinteisen kotisivun henkilökohtaisuuden, verkkoyhteisön sosiaalisuuden ja keskusteluryhmän ajankohtaisuuden ja nopeuden

(Sirkkunen 2006, 148). Blogi edustaa kirjoittajaansa verkossa ja mahdollistaa hallitun virtuaalisen läsnäolon (Majava 2006, 89). Sen voidaan katsoa olevan reflektiivinen foorumi, joka auttaa käyttäjää parantamaan verkkomainettaan (Chaplin 2011). Kjellberg (2010) kuvaileekin blogia ylläpitäjänsä verkkoidentiteetiksi. Blogit rohkaisevat sosiaaliseen vuorovaikutukseen kommentoinnin ja blogien välisten keskusteluiden kautta (Kalliala & Toikkanen, 41). Blogit muodostavatkin tehokkaan vertaisarvioinnin verkoston (Majava 2006, 90).

Blogille on ominaista fasilitoita keskusteluja, joista kirjoittaja saa muilta palautetta, uusia ideoita ja näkökulmia. (Kjellberg 2010; Efimova 2009). Blogaamista voidaan erityisesti ammatillisessa kontekstissa arastella, koska vanhat ajatukset ovat verkossa esillä vielä mielipiteiden muuttuessa (Aalto ja Uusitalo 2010, 37). Tämä voi kuitenkin katsoa olevan blogille ja samalla myös prosessiportfoliolle luonteenomainen piirre: se tarjoaa mahdollisuuden reflektioon ja oman ajattelun kehittymisen seuraamiseen.

Sosiaalisen blogin kaltainen toteutusmalli voisi edesauttaa myös internetin ulkopuolella tapahtuvaa oppimista ja sosiaalisia suhteita: Kjellbergin (2010) tutkimus osoittaa, että blogin kautta voi luoda pysyviä ihmissuhteita henkilöihin, joita ei muuten tapaisi ja saavuttaa tunnettavuutta ammatillisissa piireissä. Blogin avulla voi näin tehdä itseään näkyväksi ja edistää omaa löydettävyyttään verkossa. Näkyvyyden saavuttamista edesauttaa osallistuminen oman alansa keskusteluihin kirjoittamalla blogiin mielipiteitä itseä kiinnostavista aiheista. (Tosh ja Werdmuller 2004, 6; Kjellberg 2010). Tämän kaltaisen itseilmaisun voi katsoa sisäisesti motivoivaksi piirteeksi ja olennaiseksi osaksi verkkoidentiteetin luomista.

Kjellberg (2010) on tutkinut blogin käyttöä akateemisen alan ammattilaisten työvälineenä. Hänen tutkimuksensa osoittaa, että blogin avulla voi julkaista persoonaa kuvastavaa sisältöä ilman, että se on sopimattoman henkilökohtaista. Blogin ylläpitämistä motivoi autonomia: sisällön julkaisemisesta ei tarvitse vastata kenellekään, eikä se synny ulkoisista pakotteista. Sisäistä motivaatiota lisää se, että blogin avulla voi jakaa tietoa, se edesauttaa luovuutta ja sen kautta syntyy tunne yhteydestä muihin. Saatu huomio toimii kannustimena blogin kirjoittamisen jatkumiselle, vaikka sen ylläpitäminen viekin aikaa ja vaikka vain harva blogaaja tietää, montako lukijaa hänellä on. (emt.; Yardi ym. 2009.)

Portfoliosisältöjen koostaminen

Barrettin (2004) mukaan erityyppisille portfolioille sopii erilainen teknologia: kaupalliset tuotosportfoliot eivät sovellu syvään oppimiseen, sillä tarinat joutuvat väistymään taitojen listausten tieltä. Hän katsoo, että kaikki käyttäjän tarpeet harvoin kohtaavat samassa palvelussa, mistä syystä hän suosittelee useiden eri palveluiden käyttöä. Useiden palveluiden käyttö voi kuitenkin vaivalloisuudessaan heikentää käyttömotivaatiota. Sosiaalisen median mahdollistama vaihtoehtoinen toimintatapa on palveluiden olennaisen sisällön kerääminen samaan näkymään koontityökalulla eli mashupilla: mikroblogit, syötteet, valokuvat tai mikä tahansa sosiaalisen median palveluun lisätty sisältö yhdistyvät samalle sivulle. Toteutus ei ainoastaan kokoaisisältöjä yhteen, vaan sen voidaan katsoa auttavan yksilöä organisoimaan ja prosessoimaan niitä.

Jafarin (2004) mukaan digitaalisen portfolion tulee menestyäkseen olla paitsi käyttöliittymältään houkutteleva, myös kohtuullisen yksinkertainen ja helppo käyttää, vaatien käyttäjältä mahdollisimman vähän opettelua. Mashupin kaltainen eri palvelujen sisällöt yhteen kokoava käyttöliittymä voisi toteuttaa tämän toimien yhden näkymän kautta ikkunana palveluihin, jotka sisältävät suuren määrän tietoa. Käyttäjät voivat edelleen tallentaa sisältöä haluamiinsa palveluihin, eikä sitä tarvitse erikseen kopioida digitaaliseen portfolioon. Mashup kokoaa yhteen eri sisällöt kulloinkin tarvittavassa muodossa eri yleisölle (Barrett 2010b). Jafari (2004) listaa myös, että portfolion tulee olla riittävän monipuolinen houkutellessaan käyttäjiä, jotka ovat tottuneet uusiin alati uudistuviin verkkopalveluihin. Mashupin ei tarvitse kilpailla uusien palveluiden kanssa, koska uudistuvat palvelut yhdistetään siihen. Mashupissa yhdistetyt lähteet ovat yhdessä enemmän kuin osiensa summa muodostaen näin uuden, merkityksellisemmän palvelun (Griffin 2008).

Ivanova (2008) on tutkinut web 2.0 -teknologioita hyödyntävän mashup-portfolion vaikutusta käyttäjän henkilökohtaiseen luovuuteen ja reflektioon, yhteisöllisiin aktiviteetteihin, viestinnälliseen vuorovaikutukseen ja käyttäjien väliseen yhteyteen. Prototyypin pääkomponenttina käytettiin sosiaalista ohjelmistoa nimeltä Ning, koska se tarjosi sopivan mashup-alustan, johon muita komponentteja voitiin yhdistellä. Muita prototyypin komponentteja olivat sosiaalinen kirjanmerkkiyhteisö nimeltä Delicious, ideoiden vaihtamiseen ja yhteisölliseen kirjoittamiseen tarkoitettu pbWiki, esitysten

jakamiseen käytettävä Slideshare ja tietovisojen tekemiseen käytettävä GoDaddy. Tutkimuksessa havaittiin, että sosiaaliset ohjelmistot edesauttavat digitaalisen portfolion käyttäjää omaksumaansa tietoa, luomaan omia toteutuksia, valmistautumaan läpi elämän jatkuvaan oppimisprosessiin ja kehittämään taitoja, joita tarvitaan teknologisten ja sosiaalisten muutosten hallinnassa. Ivanova suosittelee mashup-alustaa portfolioon pitäen tämän kaltaista toteutustapaa laajennettavana ja joustavana (emt. 2008).

Myös Ahonen (2005, 105) näkee, että mashup-toteutus voisi tukea ongelmanratkaisua ja oppimista, koska se antaa käyttäjälleen mahdollisuuden muokata ulkoasua sen mukaan, minkä hän näkee tehokkaimmaksi, mukavimmaksi ja sopivimmaksi. Käyttäjän saadessa muokata ympäristöstään haluamansa näköisen, hän tuntee omistavansa sen paremmin kuin jos se tarjottaisiin hänelle valmiina: emergenssin salliminen vetoaa autonomian tarpeeseen. Ihmisten pakottaminen tiettyyn toimintapataan karkottaa heidät, kun taas uusien toimintamuotojen salliminen auttaa löytämään itselle tai yhteisölle sopivat toimintamuodot. Kallialan ja Toikkasen (2009, 92) mukaan järjestelmän tulee olla sopivan avoin, jotta uusia emergoivuuksia toimintamuotoja voidaan tukea.

On havaittu, että digitaalisella portfolioilla on yleisesti minimaalinen vaikutus käyttäjän kognitiiviseen kuormaan, mutta esimerkiksi osa muokkaus- ja jakamistoiminnoista turhauttaa käyttäjiä ja vaikeuttaa oppimista (Ahonen 2011; Shepherd & Bolliger 2011). Mashupin kaltaisen sosiaalista verkkosisältöä yhdistävän toteutuksen voi katsoa helpottavan digitaalisen portfolion käyttöä parantuneen käyttömotivaation kautta: itse muokattavissa ja hallinnoitavissa oleva henkilökohtainen ja sosiaalisen vuorovaikutuksen mahdollistava portfoliototeutus vaikuttaisi tutkimusten valossa oppimiseen ja käyttöhalukkuuteen positiivisesti (esim. Tosh & Werdmuller 2004; Ivanova 2008; Ahonen 2011). Näiden havaintojen perusteella sosiaalisen median avulla voitaisiin huomioida myös erilaiset oppijat kehittämällä portfolioita heille henkilökohtaisesti sopivaan suuntaan.

Suljettu digitaalinen portfoliojärjestelmä muistuttaa rakenteeltaan yleensä oppilaitoksissa ja organisaatioissa käytettävää intranetiä (Tosh & Werdmuller 2004; Ahonen 2011). Intranetin kaltainen toteutus on kuitenkin motivaation kannalta käyttäjää rajoittava, kun taas avoimen voi katsoa korostavan sisäisen motivaation osatekijöitä. Kim ym. (2010, 4) esittävät, että digitaalisen portfolion toteuttaminen semanttista

verkkoa hyödyntävään pilvipalveluun ratkaisisi suljetun järjestelmän ongelmat ja vaikuttaisi positiivisesti käyttömotivaatioon.

Stanfordin yliopiston The Programmable Open Mobile Internet (POMI) 2020 -projektissa kehitetään PrPI-nimistä² käyttöjärjestelmää, joka mahdollistaa haku- ja yhteenvetotoiminnot käyttäjän eri pilvipalveluihin tallentamasta sisällöstä (POMI 2009). Käyttäjälle tarjotaan mashupin kaltainen käyttöliittymä nimeltä PCB³, joka toimii yhteenvetosivuna kaikesta käyttäjän tietovarastoista, kuten pilvipalvelut, kiintolevyt, mobiililaitteet, eri ohjelmistot ja muiden käyttäjien PCB:t. Kim ym. (2010, 5) näkevät, että PrPI vastaa ominaisuuksiltaan toteutusta, joka ratkaisisi heidän listaamansa digitaalisen portfolion toteutukselliset ongelmat (ks. edellä s. 14–15). PrPI ei tallenna käyttäjän tuottamaa sisältöä, eikä ole millään tavalla sidoksissa oppilaitoksiin tai työnantajiin. Tämän kaltainen käyttöliittymä toteuttaisi ajatuksen läpi elämän mukana kulkevasta portfoliosta.

PrPI erottuu muista portfoliojärjestelmistä myös hyödyntämällä ajatusta semanttisesta verkosta. Portfolion käyttäjän tuottamasta sisällöstä voidaan sen avulla saada koneiden ymmärtämää, minkä ansiosta sitä voidaan kohdentaa paremmin ja käyttäjä saa mahdollisuuden tehokkaampaan reflektioon. (Kim ym. 2010, 7.) Johnson, Levine & Smith (2009) uskovat, että semanttiset ohjelmistot tulevat yleistymään lähivuosina. Hilzensauer, Hornung-Prahauser ja Schaffert (2006) katsovat, että semanttista verkkoteknologiaa voidaan hyödyntää digitaalisissa portfolioissa esimerkiksi yhdistämällä käyttäjiä automaattisesti sopiviin urapolkuihin, työpaikkoihin tai muihin ammatillisiin yhteyksiin.

Voidaan myös ajatella, että digitaalinen portfolio ei tarvitse tuekseen lainkaan järjestelmää tai sitä varten kehitettyä työkalua. Barrett (2011b) näkee yksilön käyttämät pilvipalvelut ja muun sosiaalisen median “elämän digitaalisena arkistona”. Hän katsoo, että elämän mittainen ja laajuinen portfolioympäristö toteutuu, kun käyttäjä kuuluu sosiaalisiin verkostoihin ja lisää pilvipalveluihin jokapäiväisiä asioita elämästään mahdollisesti linkittäen sisältöä eri palveluiden välillä. Barrettin kuvaama malli edustaa

² Toimii lyhenteenä sanoista *private* ja *public* eli julkinen ja yksityinen.

³ Toimii lyhenteenä sanoista Personal-Cloud Butler

tällä hetkellä tyypillistä tapaa käyttää sosiaalista mediaa ja todistaa, ettei digitaalinen portfolio välttämättä tarvitse tuekseen edes PrPI:n kaltaista järjestelmää. Barrettin malli ei kuitenkaan ota huomioon sitä, että osa elämän laajuisesta digitaalisesta sisällöstä saattaa sijaita muualla kuin sosiaalisen median verkkopalveluissa.

Mobiili

Käyttäjän tulisi voida elämäntilanteestaan riippumatta käyttää portfolioa aktiivisesti ja pitkäkestoisesti. Toteuttaakseen tämän portfolion tulisi olla käytettävissä myös ilman verkkoyhteyttä ja mahdollistaa helppo ja välitön muistiin kirjaus ajasta ja paikasta riippumatta. (Ahonen 2011.) Barrettin (2010a) näkemyksen mukaan digitaalisen portfolion osana käytettävien työkalujen tulisi toimia myös mobiililaitteissa mahdollistaakseen näin käyttäjälleen elämän laajuisen portfoliokokemuksen.

Mobiili mahdollistaa laajan verkoston kuljettamisen mukana, multimediasisällön tallentamisen ja tiedon etsimisen kaikkialla verkon kantavuusalueen rajoissa (McCaffrey 2011). Portfoliokäytössä se tekee monipuolisten oppimistodisteiden tallentamisesta vaivatonta ja reflektiosta välitöntä. Barrett (2012a) uskoo, että mobiilinetistä on tulossa internetsukupolven henkilökohtainen oppimisympäristö.

Mobiiliviestintä on yleistynyt erityisesti vuoden 2004 jälkeen, kun ihmisten puhelinkanta on uusiutunut multimediapuhelimiin (Koskinen 2006, 121). Sosiaalisen median käyttö mobiililaitteella, kuten matkapuhelimella ja taulutietokoneella, on suosittua ja vaivatonta. Yleisiä toimintoja ovat esimerkiksi pikaviestit yhteisöpalveluihin, äänitteiden, kuvien ja videoiden tallentaminen ja niiden lataaminen sosiaaliseen mediaan, omien verkkosisältöjen päivittäminen ja sisältöjen linkittäminen eri palveluiden välillä sekä muu sosiaalinen kanssakäyminen. Useilla sosiaalisen median palveluilla on erillinen mobiililaitteita varten kehitetty sovellus, joka helpottaa sisällönhallintaa ja vuorovaikutusta. Sisältöjen sijaitessa pilvipalveluissa ei ole merkityksellistä missä ja millä päätelaitteella niitä käyttää.

Korhonen ym. (2007, 272) katsovat, että portfolioiden tulee olla mobiileja ja joustavia, jotta ne tukevat elämänlaajuista oppimista yhdistäen yksilön henkilökohtaisen ja ammatillisen elämän. Barrett (2009) näkee digitaalisten portfolioiden tarvitsevan sosiaalisesta mediasta tuttua ilmiötä, jossa kännykällä otetut tilannekuvat ja muut sisällöt ladataan sosiaalisen median palveluihin välittömästi tapahtumapaikalla.

Mobiilista verkkoon ladatut sisällöt voi linkittää toisiin sosiaalisen median palveluihin, verkkosivuille, mashupeihin tai julkisiin kansioihin. Tämän kaltainen välitön muistiinkirjaaminen, eli mahdollisuus tallentaa ja reflektoida kokemuksia ja saada välitöntä palautetta verkostoilta, voisi parantaa prosessinomaisen digitaalisen portfolion käyttökokemusta.

Pelilliset sosiaaliset virtuaalimaailmat

Sosiaalisen median monipuolinen ja kokeileva hyödyntäminen oppimisen tukena on yleistynyt maailmalla viime vuosina. Hyvä esimerkki tästä on Drexel-yliopiston kemian opetus, jonka viestintä tapahtuu postituslistojen, blogin ja wikipedia-sivuston kautta. Opetuksen käytössä on myös Second Life -virtuaalimaailma oppijoiden ja alan ammattilaisten verkostoitumiseen ja erilaisten 3D-mallien esittelyyn. (Kalliala & Toikkanen 2009, 101.) Drexelin tapauksessa Second Life voidaankin nähdä eräänlaiseksi portfolioksi, joka mahdollistaa vuorovaikutuksen ja sisällön esittämisen.

Verkossa toimivat virtuaalitulat voidaan mieltää osaksi sosiaalista mediaa, jos niihin on yhdistetty sosiaalisia elementtejä. Sosiaaliset virtuaalitulat voivat olla myös pelillisiä, jos niihin on lisätty tavoitteiden, haasteiden ja pistelaskujärjestelmien kaltaisia piirteitä, joita pelkkä virtuaalitila ei yleensä sisällä. Pelillisyyden mahdollisuuksia on sen motivoivan luonteen vuoksi mielenkiintoista tutkia portfoliokontekstissa. Pelilliset sosiaaliset virtuaalimaailmat voivat olla merkittävä osa yksilön sosiaalista portfoliota ja näyttäytyä eri näkökulmista: portfolio voi sisältää sosiaalisessa virtuaalimaailmassa saavutettuja ansioita tai portfolio voi toteutukseltaan olla sellainen.

Multimedia ja yhteisöllisyys, joihin yhdistetään pelillisen virtuaalimaailman immersio, edesauttavat oppimista (McArdle 2007). Barrett (2012b) uskookin, että 2-3 vuoden kuluttua portfolioissa hyödynnetään pelien kautta tapahtuvaa oppimista. Peleissä voidaan nähdä yhteyksiä digitaaliseen portfolioon: Pelaajat tuovat peliin halunsa, odotuksensa ja aiemman kokemuksensa ja reflektovat pelikokemusta niiden valossa (Ermi & Mäyrä 2005). Pelillisyyden käyttö portfolioissa voi olla motivoiva tekijä etenkin, jos se tekee portfolioista houkuttelevamman ja tarjoaa mahdollisuuden ilmaista itseään paremmin (Barrett 2004).

Digitaalisten pelien viehäytys perustuu pitkälti ohjaviin ja palkitseviin elementteihin: Tavaroiden, taitojen ja pisteiden kerääminen luo pelaamiselle tarkoituksen ja johdattaa pelaajaa eteenpäin (Kalliala & Toikkanen 2009, 92).

Pelien yhteydessä tapahtuva ongelmien ratkominen, oppiminen ja kompetenssin osoittaminen ovat motivaation syntymisen avaintekijöitä; oppiminen ja ongelmanratkaisu ei välttämättä ole yhtä motivoivaa muissa konteksteissa. (Gee 2007, 132.) Pelaaja ymmärtää miten, miksi ja missä pelin avulla opittua tietoa voi soveltaa: Tämän voi katsoa olevan samankaltaista reflektiivistä oppimista, jota digitaalisen portfolion ylläpitäjä kokee. Monet pelaajat näkevät myös kilpailemisen motivoivana pelien yhteydessä, vaikka eivät kokisi sitä motivoivaksi muussa yhteydessä. Yksi selittävä tekijä voi olla se, että pelissä kilpaileminen on sosiaalinen tapahtuma. (emt., 152–153.)

Pelillisen sosiaaliset virtuaalimaailmat hyödyntävät usein myös muualta sosiaalisesta mediasta tuttua yhteisöllisyyden muotoa, jossa ihmiset kokevat tulevansa nähdyiksi kun he lähettävät toisilleen jotain: blogissa kommentteja, pelissä lahjoja tai yhteistyötä (Kalliala & Toikkanen 2009, 92). Pelit ja niiden ympärille muodostuvat sosiaalisen median palveluihin laajentuvat yhteisöt kokoavat yhteen ihmiset, jotka jakavat samat kiinnostuksenkohteet ja tavoitteet. (Gee 2007, 98–100.) Siinä missä peli saa aikaan vahvan motivaation immersion kautta, pelin ympärille rakentuva yhteisö tarjoaa laajennetun tilan oppimiseen ja reflektioon. (emt., 136.) Usein peli myös mahdollistaa pelaajan asettumisen pelihahmon asemaan, mikä tekee pelistä reflektiivisen ja motivoivan prosessityökalun vedoten ihmisen syvimpiin kognitiivisiin mielihyvätunteisiin. (emt., 10, 17.)

Virtuaalimaailmoissa voi muodostaa ystävyysuhteita ja vahvistaa kytköksiä perheeseen, työtiimeihin tai muihin yhteisöihin. Siellä voi luoda, tallentaa, muokata ja jakaa asioita. Virtuaaliyhteisöissä ihmisten syntyperällä tai yhteiskuntaluokalla ei ole merkitystä: merkityksellistä on se tietotaito jonka hän yksilö tuo sosiaaliseen peliin ja jolla hän voi rikastaa muiden oppimiskokemusta. Tiedon ja sisällön jakamisen avulla yksilö pääsee esittämään omaa kompetenssiaan ja tuntee olevansa osa suurempaa yhteistä tarkoitusta. Nämä lukuisat ominaisuudet tekevät virtuaalimaailmoista haluttuja virtuaalisia tiloja yhteisölliseen pelaamiseen, oppimiseen ja työskentelyyn. Vaikka virtuaalimaailmojen kehitys on tapahtunut pääasiassa peliteollisuuden ehdoilla, on näitä

tiloja alettu käyttää muuhunkin kuin pelaamiseen ja ne sopivatkin esimerkiksi tutkimuskäyttöön, opetukseen, politiikkaan ja työskentelyyn. (Williams ym. 2006; Gee 2007; Messinger ym. 2008, Balkin & Noveck 2006). Virtuaalimaailmoissa yhdistyvät viihde, opetus ja yhteisöllisyys (Bartle 2006, 31).

Edellä kuvattujen sisäistä motivaatiota ja prosessiportfolion tavoitteita edustavien piirteiden perusteella pelillinen sosiaalinen virtuaalimaailma voidaan nähdä elämän laajuisena yhteistyöhön soveltuvana ympäristönä ja näin myös potentiaalisena digitaalisena portfoliona.

Sosiaalisen median ja portfolion yhdistämisen haasteet

On huomattava, että sosiaalisen median käyttöä digitaalisen portfolion osana lähestytään useimmiten kritiikittä ja esimerkiksi Barrett keskittyy usein korostamaan sosiaalisen median motivaatiota lisääviä ominaisuuksia pohtimatta sen mahdollisia motivaatiota heikentäviä tekijöitä. Sisäistä motivaatiota selittävien teorioiden mukaan on kuitenkin merkittävää pohtia myös motivaatioon negatiivisesti vaikuttavia teemoja.

Sosiaalisen median motivaatiota lisäävää luonnetta ei voi kiistää, mutta sosiaalisen median tuomisessa osaksi digitaalista portfoliota voidaan myös nähdä joitakin haasteita. Suuri osa näistä liittyy käyttäjien osaamistasoon ja sosiaalisen median luonteen ymmärtämiseen: puutteet näissä saattavat aiheuttaa epävarmuutta ja pelkoa. Sosiaalisella medially rikastetun digitaalisen portfolion käyttö voi vaatia käyttäjältään korkeaa teknologiaosaamista (Barrett 2010c). Toisaalta voidaan ajatella, että digitaalisen portfolion käyttöönotto vaatii joka tapauksessa tietyn tason teknologiaosaamista tai sen opettelua. Sosiaalisen median palvelut ovat saavuttaneet laajan suosion teknologiaosaamiseen katsomatta, minkä perusteella niiden voisi jopa katsoa helpottavan digitaalisen portfolion käyttöä tai kynnystä sen käyttöönottoon.

Erilaiset henkilökohtaiset roolit sosiaalisessa mediassa saattavat myös muodostua haasteiksi. Osa käyttäjistä saattaa haluta eriyttää työhön liittyvän, henkilökohtaisen ja mahdollisesti näiden väliin jäävän ammatillisen roolin, mutta harva käyttäjä vaivautuu ylläpitämään useaa yhteisöpalveluprofiilia eri tarkoituksiin. Monet yhteisöpalvelut yrittävätkin ratkaista tätä ongelmaa tarjoamalla mahdollisuuden kontaktien ryhmittelyyn ja julkaisujen näkymiseen eri ryhmille omien valintojen mukaan. (Kalliala & Toikkanen

2009, 82.) Monimutkaisen käyttöympäristön ja erilaisen roolien hallinnoimisesta aiheutuvan lisätyön voi kuitenkin olettaa heikentävän käyttömotivaatiota.

Sosiaaliseen mediaan lisätyn sisällön laadulla on luonnollisesti vaikutusta yksilön henkilökuvan välittymiseen. Edustavaa verkkobrändiä tavoiteltaessa on julkaistun verkkosisällön syytä olla harkittua: sosiaalisessa mediassa tulisikin välttää yksityisten tai yritysten luottamuksellisten asioiden käsittelyä. Tutkimusten perusteella blogaaminen voi olla jopa riski työnhaussa, mutta vain, jos blogeista ilmenee ongelmia hakijan taustoissa tai käyttäytymisessä. Negatiivisen mielikuvan itsestään blogissa voi antaa kertomalla esimerkiksi päihteiden käytöstään tai osoittamalla huonoja viestintätaitoja. (Aalto ja Uusitalo 2010, 118.)

Yrityksillä on erilaisia ohjeita jotka koskevat heistä julkaistavaa sisältöä sosiaalisessa mediassa. Hämäläinen ja Heikkilä (2011) ovat tehneet tutkimuksen organisaatioiden julkaisemista työntekijöidensä sosiaalisen median käyttöä koskevista ohjeistoista. Hämäläinen ja Heikkilä suosittelevat organisaatiota luomaan strategian sille, mitä heistä saa kirjoittaa sosiaalisessa mediassa, minkälaisen sisällön julkaiseminen on kiellettyä ja missä roolissa työntekijöiden tulee esiintyä sosiaalisessa mediassa. Ohjeiden voidaan katsoa olevan voimassa myös työnantajan palveluksesta poistuneiden henkilöiden kohdalla heidän julkaistessaan organisaatiota koskevaa materiaalia.

Ohjeistojen puuttuessa sosiaalisen median käyttöhalukkuutta henkilökohtaisen portfolion osana voikin rajoittaa se, että henkilö on epävarma siitä, mitä tietoa ja missä muodossa uskaltaa työnantajastaan sosiaaliseen mediaan jakaa. Tähän voi vaikuttaa myös pelko siitä, että lisätty sisältö jää sosiaaliseen mediaan, eikä sen leviämistä voi kontrolloida tai sisältöä koskaan kokonaan poistaa. Edes sosiaalisen median palveluiden niin kutsutut suljetut ryhmät eivät takaa sitä, etteikö tieto leviäisi muualle verkkoon. (Barrett 2010c.)

2.5 Yhteenveto

Portfolio on siirtynyt perinteisestä paperiversiosta yhä useammin digitaalisen verkkopalvelun muotoon. Portfolion ylläpitämisestä on tullut niin sanottua digitaalista tarinankerrontaa, jonka myötä yksilö kehittyy läpi elämän jatkuvassa prosessissa.

Portfolioprosessit eivät välttämättä liity ammatilliseen elämään: henkilökohtaisista sisällöistä koostuva, elämän laajuinen portfolio luo parhaat edellytykset oppimiselle.

Sosiaalinen media on nykyajalle tyypillinen tapa vaikuttaa verkossa. Sillä tarkoitetaan yleisesti erilaisia osallistumiseen kannustavia verkkopalveluita ja tapaa käyttää niitä. Ilmiölle tyypillistä on verkostoituminen, sisällönjakaminen, yhteisötuotanto ja aktiivinen ote sisällöntuottajana passiivisen kuluttamisen sijaan.

Motivaatio on ihmisen tarpeista syntyvä tila, joka saa ihmisen toimimaan tavoitteellisesti löytääkseen tarpeelleen tyydytyksen ja päästäkseen sitä kautta tasapainoiseen tilaan. Motivaatio voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen motivaatioon, joista ulkoinen on lyhytaikaista, sisäinen taas pitkäkestoista ja pysyvää.

Sisäsyntyistä motivaatiota on pyritty selittämään erilaisten teorioiden avulla. Maslow katsoo, että ihmisen tarpeet voidaan asettaa hierarkkiseen järjestykseen ja alempien tarpeiden tyydyttyä siirrytään seuraavalle tasolle. Uudemmat teoriat puolestaan määrittelevät ihmiselle tietyt universaalit tarpeet ja katsovat, että ympäristö, joka tukee kyseisiä tarpeita, lisää motivaatiota, kun taas muunlaiset ympäristöt heikentävät sitä. Sisäisen motivaation säilymisen kannalta onkin olennaista tutkia, millainen ympäristö ja olosuhteet vaikuttavat motivaation heikkenemiseen ja vahvistumiseen.

Koska voidaan katsoa, että prosessiportfolion ylläpitämisen tulisi olla elämän mittaista ja laajuista, voidaan myös ajatella, että sen käyttömotivaation tulisi olla pysyvää. Sosiaalisen median globaali yleistymisen kertoo, että sen käyttömotivaatio lienee useissa tapauksissa sisäsyntyistä. Voidaankin löytää useita syitä sille, miksi sosiaalinen media voisi muodostaa sisäistä motivaatiota ylläpitävän portfolioympäristön.

Tyypillinen digitaalinen portfoliojärjestelmä on usein suljettu siten, että käyttäjä kirjautuu palveluun ja sisällönhallinta ja sosiaalinen vuorovaikutus tapahtuvat palvelun sisällä, eikä portfolio kosketa yksilön muuta verkkoelämää. Sosiaalisen median palveluille puolestaan tyypillistä on tiedon saavutettavuus ajasta, paikasta ja usein päätelaitteesta riippumatta ja vuorovaikutus toteutuu usein eri palveluiden välillä.

Sosiaalisen media onkin monelle tärkeä osa jokapäiväistä henkilökohtaista elämää. Samoin sisältö, joka voidaan mieltää osaksi yksilön digitaalista portfolioa, on sosiaalisen median yleistymisen myötä lisääntynyt merkittävästi. Käyttäessään

pilvipalveluita, verkostopalveluita, blogeja, virtuaalimaailmoja ja osallistuessaan yhteisötuotantoon yksilö kerää ja prosessoi elämän laajuisia portfoliosisältöjä. Sosiaalisessa mediassa aktiivisilla ihmisillä voi myös olla sosiaalinen portfolio, joka elää elämäänsä yksilön verkkoaktiivisuuden seurauksena. Sosiaalisesta mediasta on myös muodostunut merkittävä työnhaun kanava.

Sosiaalisella medially voi katsoa olevan myös motivaatioon negatiivisesti vaikuttavia ominaisuuksia. Sosiaalinen media osana portfolioa vaatii käyttäjältään tietynasteista teknologiaosaamista, läsnäoloa verkossa ja luottamusta käyttämiinsä palveluihin. Lisäksi henkilökohtaisen ja ammatillisen roolin yhdistäminen ei välttämättä sovi kaikille.

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tämä luku käsittelee tutkimuksen toteutusta esitellen tutkimustehtävät, metodologiset valinnat, kohderyhmän, aineiston keruun ja analyysin menetelmät sekä toteutuksen.

3.1 Tutkimustehtävät

Kuten lähdekirjallisuudesta voidaan nähdä, sosiaalinen media on alkanut määrittää tavan käyttää verkkoa ja on jo osittain sekoittunut käsitykseen siitä, mikä mielletään digitaaliseksi portfolioiksi ja portfolioita koskeviin teemoihin, kuten työnhakuun. Voidaankin siis ajatella, että sosiaalisen median käytön yhä yleistyessä siitä tulee tavalla tai toisella osa ihmisten ammatillista identiteettiä, vuorovaikutusta ja oman osaamisen hallintaa. Siinä missä sosiaalisen median voidaan katsoa olleen heikko signaali vielä 2000-luvun alkupuolella, on siitä tähän päivään mennessä tullut jopa megatrendi, globaali ilmiö, joka kestää aikaa ja vaikuttaa yhteiskuntarakenteisiin (ks. esim. Mannermaa 2004, 42–46). Sosiaalisen median hyödyntäminen elämän mittaisessa ja laajuisessa prosessiportfolioissa on vielä heikko signaali, mutta onkin syytä pohtia, voisiko ilmiössä olla aineksia jopa tulevaisuuden megatrendiksi.

Tutkimuksessa pyritään selvittämään potentiaalisilta digitaalisen portfolion käyttäjiltä heidän suhtautumistaan sosiaaliseen mediaan digitaalisen portfolion osana. Heille tarjotaan virikkeitä erilaisilla digitaalisen portfolion ja sosiaalisen median hybridejä kuvaavilla skenaarioilla. Niiden avulla pyritään arvioimaan ihmisten asenteita sosiaalista mediaa hyödyntävää digitaalista portfolioa kohtaan ja löytämään teemoja, jotka liittyvät toisaalta motivaatiota ylläpitävään ja toisaalta motivaatiota heikentävään portfolioympäristöön.

3.2 Metodologiset valinnat

Tutkimustavaksi valittiin empiirinen ja laadullinen lähestymistapa, jolla tähdättiin tietynlaisen tulevaisuuden palvelun käyttömotivaation tutkimukseen. Lähtökohtana pidettiin sitä tutkimuskirjallisuuden pohjalta muodostettua hypoteesia, että sosiaalinen media lisäisi prosessimuotoisen digitaalisen portfolion käyttömotivaatiota. Hypoteesia tutkittiin haastattelututkimus- ja skenaariomenetelmillä. Näiden avulla informanteilta

pyrittiin saamaan mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa siitä, miten sosiaalinen media osana digitaalista portfolioa vaikuttaisi heidän käyttömotivaatioonsa. Määrällisen lähestymistavan kautta saadun tiedon ei tässä tapauksessa voisi katsoa olevan yhtä monipuolista ja yksityiskohtaista, kuin laadullisen haastattelututkimuksen avulla hankittu tieto.

Motivaatiotutkimus pyrkii pääasiallisesti löytämään syytä siihen, miksi ihminen toimii kuten toimii ja mihin hän toiminnallaan pyrkii. Salmela-Aro ja Nurmi (2002, 24–25) kritisoivat motivaation tutkimusmenetelmiä pitäen niitä yksinkertaisina verrattuna motivaatiokäsitteen laajuuteen ja katsovat motivaatiotutkimuksen keskittyneen tutkimaan pääsääntöisesti tietoista motivaatiota ja motivaation tematiikkaa. Motivaatiotutkimuksessa yleisesti tunnetut ja käytetyt menetelmät ja mittarit eivät suoraan sovellu motivaation arvioimiseen tilanteessa, jossa halutaan selvittää yksilön käyttömotivaatioon vaikuttavia tekijöitä hypoteettisesta tilanteesta, jossa käytettävää palvelua ei vielä ole. Koska tutkimuksen tavoitteena on selvittää sekä käyttäjän tietoista että tiedostamatonta motivaatiota, valittiin tutkimustavaksi yksinomaan motivaatiotutkimuksessa käytettyjen mallien ja mittareiden sijaan teemahaastattelu- ja kyselytutkimus, joiden avulla mahdollistettiin vastaajien henkilökohtaisemmat tulkinnat.

Kuten kirjallisuuskatsauksesta voi havaita, motivaatio on monitahoinen ja tilannesidonnainen käsite. Jotta tutkimuskysymystä pystyttiin lähestymään tutkimuksen keinoin, oli määritettävä, miten käyttömotivaatio muodostuu ja miten siitä saadaan tietoa. Koska pysyvin motivaation muoto on ihmisestä itsestään lähtevää, haastateltavilta haluttiin saada informaatiota erityisesti heidän sisäisestä motivaatiostaan, jolloin suora kysymys “Mikä sinua motivoi?” ei tuottaisi haluttua tulosta haastateltavan todennäköisesti keskittyessä kuvailemaan ulkoisia palkintoja.

Tutkimuksessa motivaatiota päätettiin määrittää Herzbergin (ks. edellä s. 13). kaksifaktoriteorian pohjalta pyrkien selvittämään, mitkä ominaisuudet digitaalisen portfolion ja sosiaalisen median hybridissä lisäävät tyytyväisyyttä ja mitkä vähentävät sitä. Tämän pohjalta voitiin kaksifaktoriteorian mukaisesti vastata tutkimuskysymykseen johtaen esiin ne teemat, jotka aiheuttavat tyytyväisyyttä ja sitä kautta motivaation kasvua, tai tyytymättömyyttä ja sitä kautta motivaation heikkenemistä.

3.3 Kohderyhmän kuvaus

Laadullisessa tutkimuksessa kerätyn aineiston tulee olla tieteellistä, edustavaa ja yleistettävissä. Sillä ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan kuvaamaan ja ymmärtämään ilmiötä ja antamaan sille teoreettinen tulkinta. Siksi on tärkeää, että valitut henkilöt tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on siitä kokemusta. Henkilökohtaisen haastattelun etu on se, että voidaan valita informantit, joilla on kokemusta tutkittavasta aiheesta. Teemahaastattelussa haastateltavien valinnalla pyritään vaikuttamaan vastausten laatuun. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 85; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Tutkimukseen valittiin kaksi tutkimusryhmää:

- 1) portfolioiden käyttäjät, jotka käyttäneet erityisesti ammatillisen osaamisen ylläpitämiseen tarkoitettuja digitaalisia prosessiportfolioita ja heillä on tarve sellaisen käyttöön myös jatkossa ja
- 2) sosiaalisen median edelläkävijät (*early adapters*), jotka tuntevat sosiaalisen median palveluiden mahdollisuudet eri konteksteissa.

Kaksi ryhmää valittiin siksi, että halutaan varmistaa vastausten monipuolisuus ja toisaalta tasapuolisuus sekä digitaalisen portfolion että sosiaalisen median osalta. Portfolion käyttäjien toivottiin voivan peilata tutkimuskysymystä kokemustensa valossa ja antavan näkemyksiä siihen, mitä portfolion käyttäjät yleisesti pitävät motivoivana. Koska oli olemassa riski, että portfolion käyttäjistä koostuva tutkimusryhmä ei tuntisi sosiaalista mediaa riittävästi kyetäkseen kuvittelemaan sen tarjoamia mahdollisuuksia digitaalisen portfolion osana, valittiin toiseksi tutkimusryhmäksi sosiaalisen median edelläkävijät. Heillä ei välttämättä ole omakohtaista kokemusta prosessiportfolion käytöstä, mutta he osannevat arvioida sosiaalisen median hyödyntämismahdollisuuksia monipuolisesti, kertoa sen motivoivista piirteistä laajemmin ja mahdollisesti innovoida uusia näkökulmia sosiaalisen median hyödyntämiseen.

Näiden kahden ryhmän näkemyksiä vertailemalla ja yhdistämällä pyrittiin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen. Yksityiskohtaisen tiedontarpeen vuoksi informanttien määräksi valittiin molemmissa ryhmissä kolme, yhteensä kuusi henkilöä. Otokoko on yleistettävyyden kannalta pieni, mutta teemahaastattelussa se riittänee tuomaan esiin teemoja, jotka vaikuttavat motivaatioon. Esimerkiksi laajemmassa postikyselyssä voisi

vastaamattomuus olla niin suuri, että voitaisiin miettiä, kertooko tutkimustulos mitään tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 74.)

3.4 Aineiston keruumenetelmät

3.4.1 Haastattelu

Tutkimuksen avulla haluttiin syvällistä tietoa siitä, millaisena mahdolliset käyttäjät kokisivat kuvitteellisen palvelun. Garrett (2000, 51) katsoo haastattelun soveltuvan tutkimusmalleista parhaiten mittaamaan käyttäjien yleisiä mielipiteitä ja asenteita. Hyysalon (2000, 117–118) mukaan ihmisten haluista on vaikea saada kuvaa ilman, että he kertovat omia tulkintojaan ja valottavat taustojaan.

Haastattelu on sopivin menetelmä, jos kyseessä on vähän kartoitettu tai tuntematon aihealue (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35). Kayen (2007, 132) mukaan haastattelun käyttäminen kyselytutkimuksen muotona on välttämätöntä tutkittaessa motivaatiota uuden teknologian tai median kohdalla. Haastattelu sopii kartoitukseen, sillä saadaan muun tiedon ohella uusia hypoteeseja ja se voi osoittaa ilmiöiden välisiä yhteyksiä. Sen avulla saadaan kuvaavia esimerkkejä ja se kattaa myös sellaisia alueita, joilta ei vielä ole objektiivisia testejä. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 36). Näin ollen haastattelun voitiin katsoa soveltuvan tähän tutkimukseen muita käyttäjätutkimusmalleja paremmin.

Haastattelu on sopiva tutkimusmalli jos tutkija ei osaa etukäteen arvata vastauksia, vastauksien odotetaan olevan laatua tai kokemuksia mittaavaa tietoa tai kysymyksiin on tarpeen tehdä lisäkysymyksiä. Teemahaastattelun eroaa haastattelusta siten, että sitä ohjaavat jotkin valitut teemat. Koska teemahaastattelussa korostetaan metodologisesti ihmisten tulkintoja asioista ja heidän asioille antamia merkityksiä, se voidaan katsoa soveltuvaksi metodiksi tutkimuskysymyksen selvittämiseen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 75–76). Tämän tutkimuksen tapauksessa haastattelua ohjaavat teemat olivat tyytyväisyys ja tyytymättömyys.

Informanteille esitettiin kolme erilaista digitaalista portfolioa kuvaavaa skenaariomallia. Heille kerrotaan, että heidän tulee kuvitella itsensä rooliin, jossa he etsivät käyttöönsä koko ammatillisen uran ajan mukana kulkevaa henkilökohtaista prosessimuotoista portfolioa. Roolin ja portfolion erityispiirteet avattiin tarkemmin erillisessä tutkimuskysymystä tukevassa tekstissä (liite 1). Tällä pyrittiin varmistamaan

se, että informantit ymmärtävät digitaalisen portfolion käsitteen samalla tavalla tämän tutkimuksen kontekstissa, jolloin vastaukset ovat vertailukelpoisia.

Varsinainen tutkimuskysymys muodostettiin Herzbergin kaksifaktoriteorian pohjalta. Informantteja pyydettiin vastaamaan jokaisen skenaarion kohdalla kahteen kysymykseen:

- 1) Mihin olet tyytyväinen tässä mallissa?
- 2) Mihin olet tyytymätön tässä mallissa?

Informantteja pyydettiin vastaamaan kysymyksiin mahdollisimman kuvailevasti ja perustellen. Lisäksi varmistettiin mahdollisuus kysyä tarvittaessa tarkentavia lisäkysymyksiä. Strukturoidun haastattelumenetelmän ei katsottu soveltuvan tutkimukseen yhtä hyvin kuin avoimen, koska vastauksista odotettiin löytyvän teemoja, joita ei ennakoon tiedetty. Tästä syystä vastaajille haluttiin antaa mahdollisimman suuri vapaus ennakoon määrättyjen teemojen sijaan.

Haastattelun etu menetelmänä on joustavuus. Jos tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa jostakin asiasta, on perusteltua antaa haastattelukysymykset, teemat ja haastattelun aihe haastateltavalle tutustuttavaksi hyvissä ajoin etukäteen (Tuomi & Sarajärvi 2002, 73). Jotta informanteilta saataisiin mahdollisimman syvällistä tietoa heidän ajatuksistaan portfolion ja sosiaalisen median yhdistämisestä mallintavien skenaarioiden suhteen, tutkimus toteutettiin henkilökohtaisena teemahaastatteluna sähköpostin välityksellä.

Sähköpostihaastattelussa menetetään mahdollisuus vastaajan havainnointiin haastattelutilanteessa. Havainnointi olisi voinut paljastaa lisää informanttien tunteista ja auttaa havaitsemaan tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä aiheuttavia teemoja keskustelun yhteydessä. Sähköpostihaastattelussa jäädään se tiedon varaan, jota käyttäjä itse kertoo, mikä tulee ottaa huomioon vastauksia analysoitaessa. Havainnointi soveltuu menetelmänä kuitenkin parhaiten tutkimukseen, jossa vuorovaikutustilanteen analyysillä on merkitystä (ks. esim. Hirsjärvi & Hurme 2009, 38), joten tämän tutkimuksen kohdalla menetelmän ei katsottu tuovan merkittävää etua tulosten kannalta.

Menetelmäksi harkittiin myös ryhmähaastattelua, mutta siitä luovuttiin, koska on olemassa riski, että skenaarit eivät avaudu käyttäjille kasvotusten tapahtuvassa

haastattelutilanteessa riittävän nopeasti. He voisivat ymmärtää ne väärin tai eivät ehtisi sisäistää niiden kaikkia ominaisuuksia, jolloin heiltä saatu informaatio ei välttämättä vastaisi tutkimuskysymykseen tai olisi tutkimustavoitteiden kannalta riittävän syvällistä. Informanteille haluttiin antaa aikaa perehtyä skenaarioihin rauhassa ja mahdollisuus kysyä tarkentavia kysymyksiä, jonka jälkeen he voivat jatkaa perehtymistä ja vastata tutkimuskysymyksiin siinä vaiheessa, kun kokevat ymmärtävänsä skenaarion toiminnan. Informantit voivat kirjallista vastausta muotoillessaan palata skenaarioihin tarvittaessa ja tutkia niitä rauhassa eikä sosiaalinen haastattelutilanne aiheuta paineita. Tutkimuksen kannalta oleellista ei ole käyttäjiltä havainnoinnin kautta saatu informaatio, vaan heidän ajatuksensa.

Tutkimusta tukemaan toteutettiin lyhyt strukturoitu kyselylomake (liite 2), jolla kerättiin haastateltavien taustatietoja digitaalisten portfolioiden ja sosiaalisen median käytön ja tuntemuksen osalta. Lomaketta toteutettaessa huomioitiin, että sen kysymyksille tulee löytyä perustelu tutkimuksen viitekehuksesta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 75). Lomakekysymykset suunniteltiin siten, että niiden avulla kerätyt tiedot saattaisivat auttaa hahmottamaan tiettyjä yhteyksiä ja eroavaisuuksia tuloksissa suhteessa taustatietoihin sekä mahdollisesti selittäisivät teemahaastattelussa esiin nousevia ilmiöitä.

3.4.2 Skenaario

Tulevaisuudentutkimuksessa tulevaisuutta varioidaan usein skenaarioiden muodossa. Tietoyhteiskunnalla on monia tulevaisuuksia riippuen siitä, miten sen kehitys suuntautuu tulevina vuosina. Skenaariotyöskentely luo paremmat valmiudet kohdata tapahtuva tulevaisuus, kuin jos laadittaisiin vain kapea-alaisia ennusteita tai tulevaisuuden ennakoiminen lyötäisiin laimin. (Mannermaa 2004, 17.) Skenaarioilla on Mannermaan (2004, 177) mukaan tarkoitus kartoittaa ilmiön "tulevaisuusavaruuden" reunoja, jotta oltaisiin varautuneita mahdollisimman erilaisiin kehityskulkuihin.

Tämän tutkimuksen ei kuitenkaan voida katsoa olevan puhtaasti tulevaisuudentutkimus, sillä se ei pyri tulevaisuudentutkimukselle tyypilliseen tapaan varautumaan erilaisiin yhteiskunnallisiin muutoksiin (ks. esim. Mannermaa 2004; Mannermaa 1992). Tutkimuksen näkökulma ei liity yhteiskunnallisiin järjestelmiin tai niiden ongelmiin. Skenaariot eivät myöskään ole hypoteeseja yhteiskunnan nykyisen tilan kehityksestä erilaisiin tulevaisuudentiloihin. Skenaarion voidaan kuitenkin katsoa soveltuvan

menetelmäksi tutkittaessa tietoyhteiskuntaan liittyviä teemoja, jotka motivoivat ihmisiä nyt ja tulevaisuudessa.

Mannermaa (1992, 148) kuvaa skenaariota kommunikaatiovälineeksi, mikä määrittelee hyvin tämän tutkimuksen tarpeet ja odotukset skenaariomenetelmälle. Niiden kautta pyrittiin kuvailemaan informanteille toisistaan poikkeavia digitaalisia portfolioita. Skenaariolle asetetut kriteerit ovat yleisesti väljät, mutta keskeinen tekijä on ymmärrettävyys. Ymmärrettävän skenaarion tulee näyttäytyä tarkastelijalleen fyysisesti ja psyykkisesti mahdollisena ja uskottavana sekä loogisesti konsistenttina. (emt., 151–152.) Mannermaa (2004, 177) näkee sopivaksi skenaariomääräksi 3-5 katsoen, että kaksi skenaariota on liian vähän johtaen helposti hyvä–huono-asetelmaan kun taas yli viisi skenaariota on vaikea pitää sisällöltään selkeänä minkä lisäksi jatkotyö niiden parissa vaikeutuu.

Jotta tutkimuskysymys saataisiin esitettyä informanteille mahdollisimman ymmärrettävästi, se havainnollistettiin kolmen aihetta kuvaavan skenaarion (liite 3) muodossa:

- 1) nykyaikainen suljettuun järjestelmään toteutettu digitaalinen portfolio,
- 2) sosiaalisen median palveluista koostuva mashup ja
- 3) sosiaalinen pelillinen virtuaalimaailma.

Skenaarioiden perusteella pyrittiin selvittämään millainen määrä sosiaalista mediaa digitaalisen median osana motivoi käyttäjää, millaisessa muodossa se motivoi ja mitkä ovat ne ominaispiirteet, jotka lisäävät tai vähentävät motivaatiota. Huomioitiin myös mahdollisuus, että sosiaalisen median osuutta ei nähtäisi lainkaan motivoivana. Tästä syystä toteutettiin kolme digitaalista portfolioa mallintavaa skenaariota joista yksi ei sisällä lainkaan sosiaalista mediaa, toinen koostuu pelkästään sosiaalisesta mediasta ja kolmas on sosiaalinen pelillinen virtuaaliympäristö, joka hyödyntää sosiaalista mediaa. Koska jokaisen skenaarion portfolio koostuu verkkosisällöstä, niiden voi katsoa olevan yhtenevästi saavutettavissa ajasta ja paikasta riippumatta.

Tutkimuskirjallisuudesta voidaan havaita, että säilyäkseen prosessinomaisena ja elämän mittaisena ja laajuisena portfolion tulisi mahdollistaa reflektio, sosiaalinen vuorovaikutus ja jakaminen (ks. esim. Tosh ja Werdmuller 2004; Ahonen 2011; Ivanova 2008; Kim 2010; Korhonen ym. 2007; Barrett 2004). Näin ollen kaikkiin

skenaarioihin sisällytettiin kyseiset kolme ominaisuutta. Mikään skenaarioista ei pyri olemaan käyttömotivaation kannalta ihanneratkaisu: niiden avulla haluttiin selvittää erilaisten toteutusten hyviä ja huonoja puolia. Skenaarioiden toteutumisen todennäköisyyttä ei ole tarkoitus arvioida.

Skenaariot toimivat vain virikkeenä sille mitä informanteista saadaan irti, joten niistä pyrittiin muodostamaan mahdollisimman selkeitä ja yksinkertaisia. Skenaarioiden käyttöliittymällisiä ominaisuuksia haluttiin olla korostamatta liikaa. Tästä syystä skenaariot toteutettiin tekstimuodossa ilman käyttöliittymää havainnollistavia kuvia, jotka voisivat kiinnittää huomion tutkimuksen kannalta epäolennaisiin asioihin. Sanallisesti kuvatut skenaariot jättävät kuvittelemisen työn yksilölle.

Riskinä huomioitiin se, että informantit voisivat käsittää skenaariot väärällä tavalla eivätkä vastaisi tutkimuskysymykseen. Toisaalta voidaan pohtia, onko olemassa väärää tapaa ymmärtää kuvitteellinen malli: voidaankin ajatella, että informantit vain hahmottavat skenaariot mielessään toisistaan poikkeavalla tavalla, mutta niiden keskeisin sisältö on kuvatuunlainen, eli kaikille sama. Tavoitteena oli painottaa jokaisen skenaarion kohdalla sen erityispiirteitä ja pyrkiä selvittämään, millaiseksi informantit kokevat kuvatut piirteet motivaation kannalta.

Skenaario 1: Nykyaikainen suljettuun järjestelmään toteutettu digitaalinen portfolio

Skenaarion 1 olennaisin piirre ja ero kahteen muuhun skenaarioon on, että se ei hyödynnä sosiaalista mediaa. Sen avulla pyritään kuvaamaan tämän hetken tyypillistä digitaalista portfoliopalvelua ja hahmottamaan, millaisia positiivisia ja negatiivisia puolia siinä on suhteessa sosiaaliseen mediaan. Suunniteltaessa skenaariota verkossa toimivasta portfoliopalvelusta on muistettava, ettei siitä ole tarpeen tehdä liian vanhanaikaista. Useat suljetut verkkoportfolioiden järjestelmät ovat omaksuneet sosiaalisesta mediasta tuttuja käytänteitä. Hyvä esimerkki on avoimen lähdekoodin mallilla toteutettu Mahara, joka sisältää yhteisöpalvelumaisia ominaisuuksia: sosiaaliselle medialle tyypilliseen tapaan siinäkin voi lisätä muita palvelun käyttäjiä kaverilistalleen ja luoda ryhmiä tai liittyä niihin. Maharassa voi myös kirjoittaa blogimerkintöjä ja siitä löytyy keskustelupalsta, jonka Maharan verkkosivujen mukaan katsotaan mahdollistavan sosiaalisen verkostoitumisen ja reflektiivisen oppimisen. (Mahara 2013.)

Koska Mahara on tällä hetkellä erittäin suosittu prosessimuotoinen verkkoportfoliopalvelu⁴, sitä käytettiin lähtökohtana skenaarion 1 suunnittelussa. Skenaariossa 1 ei kuitenkaan selkeyden vuoksi haluttu korostaa sosiaalisen median kaltaisia ominaisuuksia. Vuorovaikutus, reflektio ja sisällön jakaminen toteutuvat palvelun sisällä, mikä tarjoaa olennaisen vertailukohtan kahteen muuhun skenaarioon. Portfolion sisältö löytyy vain kyseisestä palvelusta ja on sosiaalisen median luonteesta poiketen näkyvissä vain käyttäjälle itselleen, ellei sitä erikseen jaeta. Skenaariossa 1 haluttiin maksullisen lisätilan muodossa tuoda esiin sen olennainen ero pääasiallisesti ilmaiseen sosiaaliseen mediaan. Tällä pyrittiin tutkimaan, hahmottavatko vastaajat maksullisuuden syitä, tai palvelun eroa tältä osin muihin skenaarioihin.

Skenario 2: Sosiaalisen median palveluista koostuva mashup

Lähdekirjallisuuden pohjalta voidaan havaita, että verkossa aktiivisesti toimivalla yksilöllä on löydettävissä hänen verkkopresenssistään muodostuva sosiaalinen portfolio, halusi hän sitä tai ei. Voidaan myös katsoa, että moni sosiaalisen median palvelu täyttää prosessiportfolion määritelmän. Esimerkiksi Barrett (2012a) näkee, että ihanteellisen prosessiportfoliototeutuksen muodostaisivat kolme sosiaalisen median palvelua: säiliö, yhteistyötila ja reflektiivinen päiväkirja.

Voidaankin ajatella, että prosessiportfolion pystyy muodostaamaan sosiaalisesta mediasta ilman taustalla toimivaa digitaalisen portfolion ylläpitämiseen tarkoitettua järjestelmää. Skenaariossa 2 on käytetty kuviteltua mashup-toteutusta portfoliojärjestelmän korvaajana. Se tarjoaa mahdollisuuden verkkopresenssiä edustavan sisällön tarpeenmukaiseen koostamiseen ja mahdollistaa useiden näkymien toteutuksen eri verkkopresenssien hallintaan. Alusta mahdollistaa myös näkymien jakamisen muille. Mashup-skenaarion avulla haluttiin tutkia oletusta, jonka mukaan paras lopputulos saavutetaan, kun käyttäjä saa itse rakentaa ja hallinnoida omaa digitaalista portfolioaan.

Skenarioissa 2 yksilö koostaa portfolion käyttämistään sosiaalisen median palveluista yhdistelemällä niitä mashup-alustaan. Sen avulla pyrittiin havainnoimaan esimerkiksi

⁴ Maharalla on 46 000 aktiivista käyttäjää (Mahara 2013b).

- a) kokeeko käyttäjä kuitenkin tarvetta taustalla toimivalle portfoliojärjestelmälle,
- b) näkeekö hän mashup-alustassa portfolion ylläpitämisen kannalta mitään lisäarvoa, vai käyttääkö hän sosiaalisen median palveluita mieluummin erikseen ja
- c) havaitseeko hän sosiaalisen median palveluiden ja prosessiportfolion yhteyden.

Skenaario 3: Pelillinen sosiaalinen virtuaalimaailma

Pelien voidaan katsoa olevan suotuisia alustoja motivaation kannalta: ne kehittävät kompetenssia, tarjoavat haasteita ja tukevat sosiaalisuutta, taituruuden näyttämistä, autonomiaa ja läheisyyttä. Sosiaaliset virtuaalimaailmat mielletään ympäristöiksi, joissa läsnäolon ja yhteisöllisyyden tunne korostuvat ja niiden pelinomaisuuden ajatellaan motivoivan yhteisölliseen toimintaan ja oppimiseen (ks. esim. Baker, Wentz & Woods 2009). Voidaankin päätellä, että pelillisiä elementtejä sisältävä sosiaalinen virtuaalimaailma olisi tehokas ympäristö lisäämään sisäistä käyttömotivaatiota.

Skenaario 3 on sosiaalinen virtuaalimaailma, jonka pelillisuus muodostuu sekä omista että yhteisöllisistä tavoitteista ja pisteenlaskujärjestelmästä. Sen avulla haluttiin tutkia erilaisten pelillisten ja virtuaalimaailmaa edustavien ominaisuuksien vaikutusta motivaatioon. Skenaario 3 mahdollistaa sosiaalisen median sisältöjen tuomisen pelin kontekstiin, missä niitä voi prosessoida: muunnella, yhdistellä, reflektoida ja jakaa. Sosiaalinen vuorovaikutus on tärkeässä osassa ja näyttäytyy eri tavoilla: tavallisena keskusteluna, palautteen antamisena, yhteisinä päämäärinä ja kilpailuna.

Skenaariossa 3 on sosiaaliselle medialle ominainen osallistumiseen perustuva luonne. Sen maailmassa voi puuhastella yksin, mutta aktiivisuuteen ja yhteisölliseen osallistumiseen kannustetaan. Malliin ei ole lisätty peleille tyypillisiä rangaistuksia tai kontrollia, koska sen avulla haluttiin selvittää mistä elementeistä käyttömotivaatio voisi koostua ja tahallisesti lisätyt tyytymättömyyttä aiheuttavat elementit saattaisivat korostua vastauksissa tai varastaa huomion muilta mahdollisesti merkittäviltä seikoilta skenaariossa.

3.5 Aineiston keruu ja analyysi

Tutkimus toteutettiin sähköpostitse niin, että informanteilta kysyttiin ensin suostumus haastatteluun, minkä jälkeen haastattelu lähetettiin heille viidessä peräkkäisessä

sähköpostiviestissä. Ensimmäisessä viestissä esiteltiin tehtävänanto (liite 1), jossa kuvattiin, millaisessa roolissa vastaajan tulee tarkastella skenaarioita ja mihin kysymyksiin hänen tulee valmistautua vastaamaan. Toisessa viestissä oli taustatietolomake (liite 2). Seuraavissa kolmessa viestissä olivat kolme skenaariota (liite 3) joiden jokaisen yhteydessä olivat kaksi kysymystä (ks. edellä s. 40). Haastateltavia neuvottiin vastaamaan sähköpostitse.

Tavoitteena oli saada vastaus kolmelta sosiaalisen median informanttiryhmän edustajalta ja kolmelta digitaalisen portfolion käyttäjältä. Huomioitiin mahdollisuus, että osa informanteista saattaa jättää vastaamatta tai osa vastauksista täytyy rajata tutkimuksen ulkopuolelle, joten kysymykset lähetettiin yhteensä neljälle haastatteluun suostuneelle sosiaalisen median informanttiryhmän edustajalle ja viidelle digitaalisten portfolioiden käyttäjiä edustavalle informantille.

Haasteeksi osoittautui vastausajan pituus ja molemmista ryhmistä yksi haastateltava jätti vastaamatta. Digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmästä yhden informantin vastaukset rajattiin tutkimuksen ulkopuolelle puutteellisten tietojen vuoksi, koska vastauksista kävi ilmi, ettei hän tunne sosiaalista mediaa riittävästi kyetäkseen arvioimaan skenaarioita kaksi ja kolme. Analyysi toteutettiin alkuperäisen suunnitelman mukaisesti kolmella edustajalla kummastakin informanttiryhmästä. Tutkimustulosten tulkinnan kannalta on myös mainittava, että kaikki digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmän edustajat ovat naisia kun taas kaikki sosiaalisen median edelläkävijöiden ryhmän edustajat ovat miehiä. Lisäksi kaikki digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmässä työskentelevät sairaanhoitoalalla.

Tulosten analysoinnissa on käytetty teoriaohjaavaa sisällönanalyysimenetelmää. Sisällönanalyysin voidaan katsoa soveltuvan kaikkiin laadullisen tutkimuksen perinteisiin. Se voi olla yksittäinen metodi, tai se voidaan liittää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin väljänä teoreettisena kehyksenä (Tuomi & Sarajarvi 2002, 91). Teorialähtöistä sisällönanalyysiä ei käytetty, koska kyseessä on aihe, josta ei löydy aiempaa tutkimusta, jolloin tutkimusta ei voida perustellusti sitoa aiempaan teoriaan. Tämä olisi toki ollut hyödyllistä esimerkiksi tulosten vertailtavuuden vuoksi. Teorialähtöisen sisällönanalyysin ei myöskään voi katsoa soveltuvan ennalta-arvaamattomien teemojen selvittämiseen yhtä hyvin kuin teoriaohjaavan tai aineistolähtöisen sisällönanalyysin.

Haastattelukysymyksien pohjana käytetyn Herzbergin motivaatioteorian perusteella voidaan katsoa, että haastatteluvastauksista on johdettavissa motivaatiota lisääviä ja vähentäviä teemoja. Tämän perusteella analyysirunkoon johdettiin teoriaohjaavat pääluokat “motivaatiota lisäävät ominaisuudet” ja “motivaatiota vähentävät ominaisuudet”. Tämä auttoi tulosten kannalta sisällön tarkoituksenmukaisessa ryhmittelyssä, mikä esimerkiksi aineistolähtöisestä sisällönanalyysistä olisi jäänyt puuttumaan. Vapaasti muotoutuviin pääluokkiin johtautuva aineistolähtöinen sisällönanalyysi olisi voinut tutkimustavoitteen kannalta olla sekavaa tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä koskevien tulosten sekoittuessa keskenään. Toisaalta tämä olisi voinut johtaa toisenlaisiin tulkintoihin tulosten suhteen. Voidaan kuitenkin katsoa, että nämä samat tulkinnat kyetään johtamaan saaduista tutkimustuloksista niitä yhdistelemällä ja vertailemalla.

Saatu aineisto litteroitiin aluksi kunkin skenaarion kohdalla tyytymättömyyttä ja tyytyväisyyttä edistäviin tekijöihin. Niiden alla aineistosta lähdettiin etsimään selkeitä teemoja, toisin sanoen tyytyväisyyttä lisääviä ja heikentäviä ominaisuuksia. Ensimmäisessä vaiheessa alkuperäisilmaisuista johdettiin pelkistettyjä ilmaisuja. Niiden välisiä suhteita tulkitsemalla johdettiin yhtenevien teemojen mukaisia alaluokkia. Yhdistetyt alaluokat johdettiin edelleen teemoja yhdistämällä yläluokiksi. Yläluokkaan johdetut teemat yhdistyivät kaikkien skenaarioiden tapauksessa suoraan teoriaohjaavaan pääluokkaan. Taulukoissa 1 ja 2 on havainnollistettu sitä, miten päättelyketjussa on edetty.

Taulukko 1. Esimerkki päättelyketjusta, jossa pelkistetyt ilmaukset on johdettu niitä yhdistäväksi teemaksi eli alaluokaksi.

Pelkistetty ilmaus	Teemoittelun alaluokka
onko multimedialle riittävästi tilaa	palvelussa on runsaasti rajoituksia
tilan loppuessa tietojen poistaminen, pienentäminen, tallentaminen	
onko tapoja sisällön lataamiseen palvelusta	
lisätila on maksullista	

Taulukko 2. Esimerkki päättelyketjusta, jossa teemoitelluista alaluokista on johdettu niitä yhdistävä teema eli yläluokka, jota seuraa kaikki yläluokat yhdistävä pääluokka “Motivaatiota heikentävät ominaisuudet”.

Teemoittelun alaluokka	Teemoittelun yläluokka
pelko käytön vaikeudesta ja tietokonetaitojen riittämättömyydestä	muille kuin sosiaalisessa mediassa ammatillisesti aktiivisille tarpeeton malli
vaatii ammatillista verkkopresenssiä	
edellyttää kiinnostusta sosiaalisen median käyttöön	

Analysointitapoina käytettiin teemoittelua ja yhteyksien tarkastelua tyypittelyn sekä ääriyhmien ja poikkeavien tapausten tulkinnan kautta (ks. esim. Hirsjärvi & Hurme 2009, 174–175.). Tulkinnassa pyrittiin ymmärtämään ilmiötä tutkimuskysymyksen kannalta ottaen huomioon myös vastaajien taustatiedot.

Päätettiin, että vastauksia ei analysoida määrällisesti siten, että vertailtaisiin saman teeman esiintymistä yhtä skenaariota koskevissa vastauksissa, sillä monet vastaajat sivuavat samoja teemoja, mutta hieman eri näkökulmasta ja eri perusteluin. Tämän vuoksi vastauksissa toistuvien teemojen määrällinen arviointi olisi useissa tapauksissa tulkinnanvaraista ja hankalaa. Vastausten tyypittelin yhteydessä tosin tarkasteltiin samojen teemojen toistuvuutta eri skenaarioiden kohdalla.

4 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksen tulokset käydään läpi esittäen ne ensin skenaariokohtaisesti. Tämän jälkeen tuloksia käsitellään yhdistelemällä ja vertailemalla koko aineistoa. Lopuksi tulokset asetetaan kahteen motivaatioteorioista johdettuun malliin.

4.1 Skenaario 1

Skenaarion 1 kuvaaman portfoliomallin motivaatiota lisääviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Uskottava ja luottamusta herättävä.
- Elämän laajuinen ja mittainen.
- Tarjoaa käyttäjälle autonomian tunteen.
- Muodostaa prosessiportfolion ja tukee sille määritettyjä tehtäviä.

Motivaatiota heikentäviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Liian rajoitettu palvelu.
- Malli ei välttämättä sovellu elämän mittaiseen ja laajuiseen käyttöön.
- Ei vastaa käyttäjien tarpeisiin.

Taustatietojen perusteella on nähtävissä, että erityisesti digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmä korostaa mallin hyviä puolia verrattuna muihin portfolioihin. Tämä voi selittyä sillä, että malli vertautuu heidän aiemmin käyttämiinsä portfolioihin: sen koetaan olevan entuudestaan tuttu ja turvallinen mikä herättää luottamusta. Toisaalta ääriryhmää edustaa yksi sosiaalisen median edelläkävijä, jolla ei ole aiempaa kokemusta varsinaisista portfoliopalveluista: myös hän kokee luottavansa malliin, jota kehitetään nimenomaan portfolionäkökulmasta. Vastauksista voidaankin päätellä, että skenaario koetaan yleisesti uskottavaksi ja luottamusta herättäväksi.

Monet vastaajista arvioivat portfolion ylläpitämisen skenaariossa kuvatulla mallilla vaivattomaksi ja yksinkertaiseksi. Ympäristön koetaan tarjoavan monipuolisia ominaisuuksia ja tukevan multimediasisältöä. Vastauksista voidaankin päätellä mallin monipuolisuuden tukevan käyttäjänsä autonomian tarvetta. Vastauksissa arvostetaan myös palvelun tavoitettavuutta. Se, että portfolio sijaitsee verkossa ja on yksilön

omistuksessa työpaikkojen vaihtuessa, koetaan tyytyväisyyttä lisääväksi ominaisuudeksi. Hyväksi koetaan yleisesti myös se, että malli kerää portfolioon liittyvät sisällöt yhteen. Portfolion uskotaan soveltuvan reflektioon ja tukevan ammatillisen osaamisen kehittymistä. Näiden ominaisuuksien perusteella mallin voidaan päätellä soveltuvan elämän laajuiseksi ja mittaiseksi prosessiportfolioksi.

Vastauksissa korostetaan monipuolisuuden merkittävyyttä ominaisuuksien lisäksi myös vuorovaikutustapojen kohdalla. Toisaalta taas viestintä ja jakaminen kyseisessä mallissa koetaan jossain määrin tarpeettomaksi. Vastaajan eivät olleet varmoja haluaisivatko viestiä tai jakaa sisältöä palvelun sisällä; etenkin, jos ovat jo tottuneet vuorovaikuttamaan muissa verkkopalveluissa. Mallin koetaankin olevan vaivalloinen lisä muihin rutiineihin: taas uusi ylläpidettävä palvelu, joka ei integroidu muihin käytössä oleviin palveluihin tai teknologiaan. Vaikka malli periaatteessa tukee elämän laajuista ja mittaista käyttöä, siinä voidaankin katsoa olevan ominaisuuksia, jotka vaikeuttavan mallin käyttöä elämän laajuisena työkaluna. Sosiaalinen vuorovaikutus vaikuttaa olevan motivaation kannalta merkittävä ominaisuus, mutta vain, jos se koetaan hyödylliseksi.

Tyytymättömyyden osalta esiin nousevat erityisesti erilaiset rajoitukset. Tallennustilan loppuessa vaihtoehtoina nähdään joko tiedostojen, poistaminen, pienentäminen, tallentamatta jättäminen tai lisätilan ostaminen, mitkä kaikki koetaan negatiivisina ominaisuuksina. Tyytymättömyyttä aiheuttaa myös epäily siitä, saako sisältöä ladattua pois palvelusta ja onko tähän olemassa erilaisia tapoja. Sisällön omistajuutta ja tietoturvaa sivuaa myös esitetty kysymys "Mitä jos palvelu suljetaan?". Tietynlainen rajoitus on myös se, että palvelun ei katsota integroituvan muuhun elämään.

Tyytymättömyyttä kuvaaville teemoille ominaista on epäily ja huoli: uhkaako palvelu yksityisyyden säilymistä, onko se elämän laajuinen, tarjoaako se jatkuvuutta? Mallin tarjoamien ominaisuuksien ei koeta täysin kytkeytyvän omiin tarpeisiin. Rajoitusten voidaan katsoa haittaavan huomattavasti käyttömotivaatiota ja mallin soveltuvuutta elämän laajuiseen ja mittaiseen portfolioikäyttöön. Vastauksista voidaan päätellä, että suljettu portfolioympäristö herättää runsaasti epäluuloja, mistä johtuen sen käyttöä ei koeta houkuttelevana.

Maksullisuus jakaa mielipiteitä. Toisaalta maksullisuuden perusteet ymmärretään ja se nähdään luontevana liiketoimintamallina, toisaalta maksullisuus koetaan rajoittavaksi

prosessiportfolion pitkäaikaisen käytön kannalta. Voidaan päätellä, että mikäli maksullisuus aiheuttaa rajoituksia, se on haitallista elämän laajuisen ja mittaisen käytön kannalta. Edelleen maksuttomuuden voidaan nähdä kannustavan käytön aloittamiseen ja käytön jatkamiseen. Tämän perusteella maksullisuus voidaan kokonaisuudessaan nähdä motivaatiota heikentävänä ominaisuutena.

4.2 Skenaario 2

Skenaarion 2 kuvaaman portfoliomallin motivaatiota lisääviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Erityisen soveltuva verkkonäkyvyyden suunnitelmalliseen hallintaan.
- Sulautuu helposti osaksi muuta verkkoelämää.
- Sosiaalisesti ja sisällöntuotannollisesti verkossa aktiiviselle hyödyllinen prosessiportfolio.

Motivaatiota heikentäviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Ei välttämättä sovellu ymmärrettävän ja tarkoituksenmukaisen sisällön jakamiseen.
- Muille kuin sosiaalisessa mediassa ammatillisesti aktiivisille tarpeeton malli.

Mallin voidaan katsoa soveltuvan erityisen hyvin ammatti-imagon ylläpitämiseen. Eräs sosiaalisen median edelläkävijöistä näkee, että sosiaalisen median asiantuntijan käytössä tämän kaltainen portfoliototeutus, ja sen tarjoama mahdollisuus esittää myös henkilökohtaista sisältöä, viestisi ulospäin avoimuutta ja itsevarmuutta. Myös digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmän sosiaalista mediaa aktiivisimmin käyttävä jäsen katsoo mallin soveltuvan hyvin oman asiantuntijuuden ja asiantuntijaverkostoiden esiintuomiseen.

Erityisen hyvänä vastauksissa koetaan se, ettei portfolio tarvitse päivitystä, vaan se elää verkkopresenssin mukana. Mallin katsotaan soveltuvan oman verkkonäkyvyyden analysointiin, suunnitelmalliseen kehittämiseen ja suunnitelmien toteuttamiseen, minkä kautta se tukee ammatillista kehittymistä. Myös vuorovaikutuksen ja jakamisen eri verkkopalveluiden välillä ja useissa sosiaalisissa verkostoissa koetaan edesauttavan oman näkyvyyden toteuttamista. Mallin voikin vastausten perusteella katsoa soveltuvan

todella hyvin sosiaalisessa mediassa aktiivisille: heille malli tarjoaa kevyen ja helpon tavan ylläpitää portfolioa. Samalla voidaan päätellä, että sosiaalisen ja sisällöntuotannollisen aktiivisuuden aste verkossa määrittelee portfolion hyödyllisyyden.

Tyytymättömyyttä aiheuttamissa teemoissa korostuvat pelot käytön vaikeudesta ja omien tietokonetaitojen riittämättömyydestä. Sosiaalisessa mediassa vähemmän aktiiviset kokevat mallin olevan monimutkainen, hankala, työläs ja aikaa vievä tapa koostaa ja ylläpitää portfolioa. Tämän selittää todennäköisesti se, että kyseiset henkilöt eivät tuota sosiaaliseen mediaan riittävästi sisältöä, jota voisivat yhdistellä mielekkäällä tavalla. Heillä ei välttämättä ole sosiaalisen median käytön rutiinia ja mallin mielekäs käyttö edellyttäisi heiltä uusiin sosiaalisen median palveluihin tutustumista, niiden käytön opettelua ja entistä aktiivisempaa sisällöntuotantoa. Tässä tilanteessa ei voida myöskään olettaa ammatillisen verkkopresenssin olemassaoloa tai kehittymistä. Tämä tekee mallista huonosti prosessiportfolioksi soveltuvan siinä tapauksessa, jos verkkopresenssi ei ole ammatillista, sisällöntuotannollista ja osallistuvaa.

Mallin yksinkertaisuus ja monipuolisuus ovat positiivisia teemoja, jotka toistuvat lähes kaikissa vastauksissa. Tyytyväisyyttä aiheuttaa mahdollisuus koota eri palveluissa sijaitsevat verkkosisällöt muuntautuvasti yhteen: Tämän katsotaan edesauttavan reflektiota. Tiedon saamisen ja jakamisen koetaan olevan positiivisessa mielessä mallin keskiössä. Mallin koetaan laajenevan luonnolliseksi osaksi muuta verkkoelämää ja sen uskotaan integroituvan yksilön käytössä olevaan teknologiaan. Tämän perusteella skenaariossa kuvatun käytön voidaan katsoa olevan elämän laajuista ja prosessiportfolioille ominaista.

Tyytyväisyyttä vastaajissa lisää se, että malli toimii yhteenvetona omista verkkosisällöistä ja kerää suuretkin tiedostot yhteen paikkaan. Toisaalta epäilyksiä herättää se, kykeneekö pelkästä sosiaalisesta mediasta koostuvaan näkymään poimimaan ja yhdistämään tarkoituksenmukaista sisältöä ja välittykö yhdistetyn sisällön tarkoitus vastaanottajalle, jos sisältöä jaetaan. Sisältö saattaa näyttäytyä sekavana myös käyttäjälle itselleen.

Kysymyksiä herättää myös se, vaatiiko käyttö säännöllisyyttä: Miten käyttöön vaikuttaa se, jos sosiaaliseen mediaan ei ole pääsyä pitkään aikaan esimerkiksi loman vuoksi? Tämän voidaan katsoa vaikuttavan eniten omaan näkyvyyteen ja toisaalta siihen, että

muiden tuottama sisältö jää tietyltä ajanjaksolta sosiaalisen median reaaliaikaisuuden vuoksi havaitsematta. Jossain määrin poissaolon voi katsoa vaikuttavan myös esimerkiksi ryhmätyöskentelyyn tai muuhun yhteisölliseen toimintaan.

On mielenkiintoista, että kukaan vastaajista ei ottanut esiin skenaarion soveltuvuutta ammatillisen verkkopresenssin rinnalla myös muiden, kuten yksityisen verkkopresenssien hallintaan. On vaikea sanoa vaikuttiko tähän tehtävänanto (liite 1), joka kehotti tarkastelemaan mallia ammatillisen osaamisen ylläpitämiseen tarkoitettun prosessiportfolion näkökulmasta, vaikeus hahmottaa erilaisten verkkopresenssien olemassaolo vai esimerkiksi haluttomuus hallita ammatillista ja henkilökohtaista verkkosisältöä samassa ympäristössä. Tämän vuoksi ei voida tehdä päätelmiä siitä, olisiko erilaisten verkkopresenssien hallinta samasta paikasta koettu positiivisena vai negatiivisena ilmiönä.

4.3 Skenaario 3

Skenaarion 3 kuvaaman portfoliomallin motivaatiota lisääviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Mahdollistaa elämän mittaisen oppimisen ja reflektion.
- Monipuolinen yhteisöllisyys tarjoaa toimivia vaihtoehtoja eri tarkoituksiin.
- Pelillisuus ja autonomia innostavat aktiiviseen ja jatkuvaan käyttöön.

Motivaatiota heikentäviksi ominaisuuksiksi johdettiin seuraavat teemat:

- Malli ei välttämättä sovellu elämän mittaiseen ja laajuiseen käyttöön.
- Herättää epäluuloa mallin soveltuvuudesta portfolioksi.
- Kokemattomuus pelimaailmoista estää kiinnostuksen.

Lähes kaikissa vastauksissa korostetaan pelillisyyden positiivisia mahdollisuuksia. Pelillisuus koetaan kiehtovana, aktivoivana, pinnalla olevana, jännittävänä ja ajatuksia herättävänä. Maineen saavuttamista, pisteiden keräämistä ja muuta pelillistä toimintaa pidetään potentiaalisesti mukavana kokemuksena. Toisaalta vastauksissa arvellaan, että pelillisuus ei välttämättä houkuttele kaikkia.

Digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmän edustajat uskovat, että pelillisuus houkuttelee nuoria pelaajia ja näkevät skenaariossa kuvatun portfolion olevan erityisen soveltuva nuoremmalle sukupolvelle, kuten omille lapsilleen. Eräs vastaaja epäili, että pelaamaan tottuneista nuorista tavallisen portfolion koostaminen tuntuisi varmasti todella tylsältä. Vastauksissa korostui myös epäusko oman osaamisen riittämiseen, esim:

Pitäisi olla tutustunut tuollaisiin virtuaalimaailmoihin (nainen, 50 vuotta).

Digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmän jäseniä yhdistää se, että he kaikki ovat yli viisikymmentävuotiaita. Voidaan siis päätellä, että jossain määrin sukupolvisidonnainen kokemattomuus virtuaalimaailmoista ja peleistä haittaa kiinnostusta mallia kohtaan. Toisaalta digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmän sosiaalista mediaa aktiivisimmin käyttävä jäsen pitää mallia muihin skenaarioihin verraten erityisen houkuttelevana ja innostavana ja toteaakin:

IHANA! Ja jotain ihan uutta – ainakin minun tietääkseni. Toteuttakaa tämä!!! (nainen, 52 vuotta).

Erot mallin kiinnostavuudessa voidaankin selittää sillä, miten pitkään, miten monipuolisesti ja miten aktiivisesti vastaajat ovat käyttäneet sosiaalista mediaa. Vähemmän aktiiviset pitävät mallia hyvin vieraana ja soveltumattomana itselleen. Voidaankin päätellä, että malli motivoi ensisijaisesti ihmisiä, joilla on kohtuullinen tai hyvä osaamistaso tietokoneiden käytössä ja aiempaa kokemusta virtuaalimaailmoista, peleistä ja/tai sosiaalisesta mediasta. Muiden kohdalla motivaatiota haittaa epäusko omien taitojen riittämiseen, osaamiseen ja kiinnostuksen heräämiseen mallia kohtaan.

Vastaajat näkevät mallissa positiivisen yhteyden skenaarioon 2 siinä, että molemmat hyödyntävät sosiaalisen median sisältöjä, mikä mahdollistaa isojenkin tiedostojen säilytyksen, hyödyntämisen ja jakamisen. Virtuaalimaailma nähdään erityisen soveltuvana yhteisölliseen toimintaan. Tyytyväisyyttä lisäävinä seikkoina pidetään muiden mukaan saamista, yhdessä tekemistä, keskustelemista, kommentointi- ja arvostelumahdollisuutta, muiden kutsumista vierailulle omaan ympäristöön ja mallin soveltumista tiimityöskentelyyn.

Erityisesti sisällön kommentoinnin ja arvostelujen koetaan edesauttavan oman portfolion ylläpitämistä ja reflektiota. Eräs vastaaja vertaa mallia Second Life -virtuaalimaailmaan, mutta näkee skenaarion olevan “jotenkin helpompi, kevyempi,

ketterämpi” ja uskoo, että sen avulla voisi tuoda paljon enemmän esille itsestään ja persoonastaan. Kuten muidenkin skenaarioiden kohdalla tyytyväisyyttä lisäävänä ominaisuutena korostuu monipuolisuus: vapaus valita erilaiset tavat sisällöntuotantoon, jakamiseen ja vuorovaikutukseen kulloinkin tarpeen mukaan.

Kuvatun ympäristön koetaan soveltuvan pitkäaikaiseen käyttöön. Erään vastaajan mielestä portfolion toteuttaminen tällä mallilla olisi selkeästi pitempiaikainen prosessi ja edistäisi oman elämän ja osaamisen tarkastelua ja reflektointia paremmin kuin kaksi muuta skenaariota. Lisäksi malli koetaan ajankohtaiseksi ja mahdollisesti tulevaisuuteen soveltuvaksi.

Toisaalta ajankäyttö näyttäytyy myös negatiivisessa valossa vastaajien epäillessä, viekö portfolion käyttö liikaa aikaa ja onko se liian vaivalloista. Tästä syystä on aihetta epäillä, soveltuuko malli elämän mittaiseen käyttöön. Johtopäätöstä tukee se, että ajankäyttö teemana nousee esiin jokaisen skenaarion kohdalla, mistä voi päätellä sen olevan merkittävä motivaatioon vaikuttava tekijä.

Tyytyväisyyttä heikentävinä ominaisuuksina korostuvat pelillisyyden ja virtuaalimaailmojen vierauden ohella monikanavaisuuden puute ja sisällön sekavuus. Portfolion ei uskota olevan saavutettavissa erilaisia teknologioita käyttäen. Saavutettavuus korostuu ongelmana myös siitä näkökulmasta, että sisällön löytyminen palvelusta arveluttaa. Vastauksissa pohdittiin, voiko sisältöä jakaa helposti ja yksinkertaisessa muodossa palvelun ulkopuolelle, vai joutuuko ulkopuolinen navigoimaan virtuaalimaailmassa löytääkseen käyttäjän portfolion. Voidaankin katsoa, että malli ei välttämättä vastaa kaikkiin tarpeisiin tiedon jakamisen osalta.

Vastaajat kokevat myös vaikeaksi hahmottaa, missä muodossa virtuaalimaailmassa ylläpidettävä portfolio on: missä sisällöt ovat ja miten ne saadaan koostettua muuhun muotoon. Lisäksi eräs informantti epäilee, kykeneekö virtuaalimaailmassa käyttäjää edustava hahmo välittämään hänestä riittävän totuudenmukaisen ja samalla hyvän kuvan. Voidaankin päätellä, että pelillisyyden kiinnostavuudesta huolimatta mallissa on runsaasti ominaisuuksia, jotka haittaavat sen soveltuvuutta elämän laajuiseen ja mittaiseen portfoliokäyttöön.

4.4 Koko aineiston tarkastelu

Sosiaalisen median edelläkävijöiden ryhmästä erottuu yksi poikkeama (informantti S3 taulukossa 3). Hän on käyttänyt sosiaalista mediaa pitkään, mutta kokee kiinnostuksensa vähentyneen. Toisin kuin kaksi muuta kyseisen ryhmän edustajaa, hän ei näy sosiaalisen median yhdistämistä portfolioon relevanttina. Myöskään digitaalisen portfolioon käyttäjien ryhmän kaksi sosiaalista mediaa vähiten käyttänyttä jäsentä (informantit D2 ja D3 taulukossa 3) eivät miellä sitä relevantiksi osaksi portfolioaan.

Taulukko 3. Taulukko havainnollistaa vastaajien sosiaalisen median ja digitaalisten portfolioiden käyttöhistoriaa.

S(x) = Sosiaalisen median edelläkävijät

D(x) = Digitaalisen portfolioon käyttäjät

Informantti	S1	S2	S3	D1	D2	D3
Sosiaalisen median käyttövuodet	yli 10	noin 10	noin 20	5	3	1
Digitaalisen portfolioon käyttövuodet	4	5	1	5	3	1

On siis havaittavissa, että sosiaalisen median käyttöhistorian pituudella ei ole vaikutusta motivaatioon: edellä mainittu sosiaalisen median edelläkävijä (S3) on käyttänyt sosiaalista mediaa tietyssä muodossa jo kaksikymmentä vuotta, mainitut portfolioon käyttäjät (D2, D3) puolestaan kolme vuotta ja vuoden. Yhdistävä tekijä kuvatuille tapauksille on aktiivisen sisällöntuotannon puute sosiaalisessa mediassa. Kuten tuloksista voidaan havaita, sosiaalista mediaa sisältävät portfolioskenaariot palvelevat parhaiten sosiaalisessa mediassa aktiivisia.

Vuorovaikutusta, jakamista ja yhteisöllistä toimintaa pidetään vastauksissa yleisesti positiivisina ilmiöinä, mutta tässäkin tapauksessa vastauksista erottuu kaksi ääritapausta. Edellä kuvattu aktiivisen sisällöntuotannon lopettanut sosiaalisen median edelläkävijä (S3) ja digitaalisten portfolioiden ryhmän sosiaalista mediaa vähiten aktiivisesti käyttävä jäsen (D3) eivät koe sosiaalista kanssakäymistä ja jakamista portfolioyhteydessä välttämättömäksi. On siis myös havaittavissa, että vähäisen sisällöntuotannon ääritapauksissa sosiaaliselle medialle tyypilliset yhteisölliset ominaisuudet eivät motivoi.

Sosiaalisen median edelläkävijöille tyypilliseksi voidaan havaita toiveet portfolion teknologisesta integroitumisesta heidän aktiivisesti käyttämiinsä verkkopalveluihin ja päätelaitteisiin. Lisäksi edelläkävijöiden kohdalla voidaan nähdä motivaatiota heikentäväksi tekijäksi sen, että he joutuisivat ottamaan käyttöönsä uuden palvelun jo käytössä olevien lisäksi. Tämä kertoo osaltaan siitä, että portfolion tulisi integroitua elämän laajuiseen käyttöön.

Vastauksista erottuu digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmän jokaisen vastaajan painotus siitä, että suurikokoisen multimediasisällön tuki on portfoliolle erityisen tärkeää. Sosiaalisen median edelläkävijät eivät ota asiaa esiin. Tämän voi ajatella johtuvan siitä, että sosiaalisen median palveluissa ei yleensä törmää tilankäyttöisiin ongelmiin. Edelläkävijät kokevat skenaarion 1 tapauksessa lisätilan ostamisen olevan luonteva liiketoimintamalli, kun taas digitaalisten portfolioiden käyttäjät pitävät maksullisuutta epämiellyttävänä ominaisuutena. Tämäkin on selitettävissä sosiaalisen median tuntemuksella: paljon sosiaalista mediaa käyttäneiden voi olettaa tottuneen tämän kaltaiseen liiketoimintamalliin. He eivät kuitenkaan koe henkilökohtaista tarvetta lisätilan ostamiselle, mikä kertoo, että heidän eivät koe maksullisuutta toivottavana ominaisuutena portfoliossa.

Sosiaalisen median edelläkävijät eivät vastausten perusteella koe suurta tarvetta prosessiportfoliolle tyypillisille reflektiota ja vuorovaikutusta korostaville ominaisuuksille. Voidaankin päätellä, että heidän aktiivinen läsnäolonsa eri sosiaalisen median palveluissa mahdollisesti jo täyttää nämä tarpeet. Samoin voidaan ajatella, että verkossa vähemmän aktiiviset henkilöt puolestaan tarvitsevat erillisen palvelun, jossa toteuttaa prosessiportfoliolle ominaisia asioita.

Vastausten perusteella ryhmistä erottuu kahden edellä kuvatun ääripään väliltä alue, jossa tarpeet näyttävät muuttuvan yhtäläisiksi. Digitaalisen portfolion käyttäjien ryhmän edustaja (D1 taulukossa 3) on käyttänyt digitaalisia portfolioita ja sosiaalista mediaa toisiinsa nähden yhtä kauan ja toteuttanut oman digitaalisen portfolionsa blogiin, jota hän käyttää ammatillisen osaamisen esittelyyn ja ammatilliseen toimintaan liittyvien palautteiden keräämiseen. Hän käyttää sosiaalista mediaa päivittäin sekä työssään että vapaa-ajallaan. Kyseinen vastaaja näkee tarpeen portfoliolle, mutta ei erota sitä ja sosiaalista mediaa toisistaan kuten molemmat ääripäät tekevät. Tulosten perusteella

voidaankin päätellä, että hän olisi sen kaltaisen ryhmän edustaja, jolle sosiaalista mediaa hyödyntävä prosessinomainen digitaalinen portfolio voisi soveltua parhaiten.

Taulukossa 4 havainnollistetaan aineistosta tyypittelemällä johdettuja positiivisia ja negatiivisia teemoja, jotka toistuvat vähintään kahta skenaariota koskevissa vastauksissa. Tämän perusteella pyritään etsimään motivaation kannalta merkittäviä ominaisuuksia ja tarkastelemaan niiden yhteyksiä sosiaaliseen mediaan.

Taulukko 4. Taulukko esittää eri skenaarioita koskevissa vastauksissa toistuvia positiivisia ominaisuuksia.

Positiivinen teema	Skenaario 1	Skenaario 2	Skenaario 3
Sisältöjen hallinta yhdessä paikassa	x	x	
Vuorovaikutus	x	x	x
Helppokäyttöisyys	x	x	
Reflektio	x	x	x
Henkilökohtaisuus	x	x	
Sosiaalisen median hyödyntäminen		x	x
Monipuolisuus	x	x	x
Jakaminen	x	x	x
Suurikokoisten tiedostojen käyttö		x	x
Yhteisöllisyys		x	x

Taulukko 5. Taulukko esittää eri skenaarioita koskevissa vastauksissa toistuvia negatiivisia ominaisuuksia.

Negatiivinen teema	Skenaario 1	Skenaario 2	Skenaario 3
Integroituminen muuhun elämään	x		x
Huoli palvelun pysyvyydestä	x		x
Vuorovaikutus	x		x
Vaaditut tietokonetaidot		x	x
Sisällön sekavuus		x	x
Käytön monimutkaisuus		x	x
Vaatii ajankäyttöä	x	x	x

Toistuvuudesta voidaan päätellä, että motivaation kannalta merkittävimmiksi positiivisiksi ominaisuuksiksi koetaan vuorovaikutus, reflektio, monipuolisuus ja jakaminen, jotka aiheuttavat tyytyväisyyttä jokaisen kolmen skenaarion kohdalla. Sosiaaliseen mediaan perustuvien skenaarioiden kohdalla tyytyväisyyttä aiheuttivat mallin yhteisöllisyys, mahdollisuus suurten tiedostojen käyttöön ja yleisesti ajatus sosiaalisen median hyödyntämisestä.

Kaikkien edellä kuvattujen ominaisuuksien voidaan katsoa olevan myös sosiaaliselle medialle yleisesti ominaisia piirteitä. Voidaan havaita, että skenaariosta 1 puuttuvat mahdollisuudet suurikokoisten tiedostojen käyttöön ja yhteisöllisyyteen. Skenaariosta 3 ei

näytä mahdollistavan sisältöjen hallintaa yhdessä paikassa eikä sen koeta olevan helppokäyttöinen tai henkilökohtainen. On huomattavaa, että kaikki edellä mainitut positiiviset teemat toistuivat skenaariossa 2, joka edustaa sosiaalista mediaa tyypillisimmillään tällä hetkellä.

Ainoa kaikille skenaarioille yhteinen negatiivinen piirre on se, että malli vaatii ajankäyttöä. Onkin pääteltävissä, että portfolion helppo ja nopea käyttö on motivaatiota lisäävä ominaisuus. Tätä tukevat skenaarioiden 2 ja 3 kohdalla toistuvat tyytymättömyyttä aiheuttavat teemat, kuten käytön monimutkaisuus, sisällön sekavuus ja vaaditut tietokonetaidot. Voidaankin nähdä, että portfolion perustuminen sosiaalisesta mediasta koostettaviin sisältöihin koetaan jossain määrin vaikeasti hahmotettavaksi ja hallittavaksi.

Skenaarioiden 1 ja 3 ei katsota soveltuvan vuorovaikutukseen, niiden pysyvyyteen ei luoteta ja niiden ei uskota integroituvan muuhun elämään. Tämän perusteella skenaario 2 voisi malleista parhaiten tukea kyseisiä ominaisuuksia. Kaikki edellä kuvatut negatiiviset teemat toistuvat skenaariossa 3, minkä perusteella sen voidaan katsoa olevan motivaation kannalta erityisen ongelmallinen portfoliomuoto.

Tulosten perusteella skenaariossa 1 on sekä ominaisuuksia, jotka tukevat elämän mittaista ja laajuista käyttöä että ominaisuuksia, jotka heikentävät sitä. Tutkimuskysymyksen kannalta onkin oleellista tarkastella mitkä niistä ovat tyypillisiä sosiaaliselle medialle, mitkä puolestaan suljetulle järjestelmälle. Taulukkoon 6 on koottu suljetulle järjestelmälle ominaiset positiiviset ja negatiiviset teemat skenaariosta 1 ja sosiaaliselle medialle ominaiset positiiviset ja negatiiviset teemat kaikista skenaarioista.

Taulukko 6. Tuloksista esiin nousseet positiiviset ja negatiiviset teemat sosiaalisen median ja suljetun järjestelmän kohdalla.

Sosiaaliselle medialle tyypillistä positiivista	Suljetulle järjestelmälle tyypillistä positiivista
ilmainen blogi riittävästi tilaa isoille tiedostoille vuorovaikutus eri palveluiden välillä toimii usein monikanavaisesti käytettävät palvelut vapaasti valittavissa tukee tiedon koostamista ja jakamista palvelee eniten aktiivista sisällöntuottajaa auttaa suunnittelemaan näkyvyyttä tuo julki ammatilliset verkostot tiedon saamisen ja jakamisen helppous vuorovaikutustapojen monipuolisuus yhteisöllinen pelillisuus tulevaisuuteen soveltuva ja muuntautuva maineen saavuttamisen mahdollisuus	portfolionäkökulmasta toteutettu palvelu portfoliosisältö yhdessä paikassa vuorovaikutus muihin portfolioikäyttäjiin tukee tiedon koostamista ja jakamista henkilökohtainen
Sosiaaliselle medialle tyypillistä negatiivista	Suljetulle järjestelmälle tyypillistä negatiivista
kuka omistaa sisällön tietoturva epäilyttä palvelun sulkemisen uhka saako sisällöt ladattua pois palveluista ei palvele passiivista käyttäjää sisällöt hajallaan monessa palvelussa	yksi uusi ylläpidettävä palvelu vuorovaikutus palvelun sisäistä mahdollisesti maksullinen ei integroidu muihin palveluihin ei toimi monikanavaisesti kuka omistaa sisällön tietoturva epäilyttä palvelun sulkemisen uhka rajattu tallennustila saako sisällöt ladattua pois palvelusta

Taulukosta 6 voidaan havaita, että sosiaalisella medially nähdään olevan runsaasti positiivisia ominaisuuksia, kun taas suljetulla järjestelmällä negatiivisia ominaisuuksia on määrällisesti enemmän. Suljetun järjestelmän koetaan olevan rajoitettu palvelu sisällönhallinnan, vuorovaikutuksen ja teknologisen integroitumisen kannalta. Suurin osa sen hyvinä koetuista ominaisuuksista mahdollistuu yhtäläillä sosiaalisessa mediassa. Ainoa huomattava ero on vastaajien tyytyväisyys portfolionäkökulmasta toteutettuun palveluun, jonka luotetaan kokoavan portfolioon liittyvä sisältö yhteen tarkoituksenmukaisesti ja selkeästi.

Portfolioyhteydessä sosiaalisen median motivoiviksi ominaisuuksiksi voidaan tulosten valossa nähdä sille tyypilliset yhteisöllisyys, suuri säilytystila, integroituvuus palveluiden välillä, saavutettavuus eri teknologioin, ilmaisuus, pelillisuus, julkaisemisen

ja tiedon saamisen helppous ja blogin kaltaiset reflektiota tukevat alustat. Motivoivaksi voidaan nähdä myös vapaus valita käytettävät palvelut ja vuorovaikutustavat omien mieltymysten mukaan monipuolisen tarjonnan joukosta. Sosiaalinen media auttaa suunnittelemaan ja toteuttamaan omaa näkyvyyttään ja tuo julki ammatilliset verkostot, minkä perusteella sen voidaan katsoa olevan soveltuvan osaksi ammatillista prosessiportfoliota.

Sosiaalisen median kohdalla negatiivisena nähdään sisällön hajallaan oleva luonne ja se, että sosiaalinen media ei palvele passiivista sisällöntuottajaa. Sekä sosiaalisen median että suljetun portfoliojärjestelmän kohdalla tyytymättömyyttä aiheuttaa tietoturva: epätietoisuus sisällön omistajuudesta ja säilyvyydestä. Mitä sisällölle tapahtuu, jos palvelu suljetaan?

On mielenkiintoista, että osa haastateltavista kokee sosiaalisen median käytön vaativan tietokonetaitoja, kun taas suljetun järjestelmän kohdalla tämä ei tullut esiin. Tämä korostui erityisesti vähän aikaa ja epäaktiivisesti sosiaalista mediaa käyttäneiden vastauksissa. Voidaan kuitenkin olettaa, että verkossa käytettävä suljettu digitaalinen portfoliojärjestelmä vaatisi käyttäjältään yhtäläistä osaamista kuin sosiaalisiksi mediaksi ymmärrettävät verkkopalvelut. Voidaankin pohtia, selittyykö ilmiö siten, että itselle vieras koetaan lähtökohtaisesti vaikeana ja sitä kautta epämotivoivana.

4.5 Tulokset motivaatioteorioiden näkökulmasta

Tuloksista johdettuja ominaisuuksia ja niiden motivaation laatua voidaan vielä tutkia jakamalla ne motivaatioteorioiden pohjalta luotuihin malleihin. Tulokset on luokiteltu Maslow'n tarvehierarkiasta johdettuun taulukkoon 7, josta on jätetty pois fysiologiset perustarpeen olettaen, että tutkimuksessa käsiteltävät ominaisuudet kuuluvat jollekin tarvehierarkian korkeammalle tasolle.

Malliin on virallisen teorian ulkopuolelta otettu mukaan Maslow'n usein esiin tuoma lisatarve, eli tarve tietää ja ymmärtää. Toinen teorian ulkopuolinen lisatarve, esteettisyys, on jätetty pois, koska tutkimuksessa ei käsitellä mallien käyttöliittymällisiä tai ulkonäöllisiä ominaisuuksia.

Taulukko 7. Tuloksista johdetut motivaatiota lisäävät ominaisuudet sijoitettuna Maslow'n tarvehierarkiasta johdettuun luokitteluun.

1.	turvallisuuden tarve	malli herättää luottamusta
2.	liittymisen tarve	yhteisöllisyys, jakaminen, monipuoliset vuorovaikutustavat
3.	arvostuksen tarve	maineen saavuttaminen, tiedon jakamisen helppous, ammatillisten verkostojen esittely, näkyvyyden suunnittelu ja toteuttaminen
4.	itsensä toteuttamisen tarve	pelillisyyys, tilaa vievän multimediasisällön käytön mahdollisuus, tiedon koostamisen mahdollisuus, reflektion mahdollisuus, toiminnan monikanavaisuus ja mallin integroituvuus muihin palveluihin, runsas palveluvalikoima
5.	tarve tietää ja ymmärtää	yhteisöllisyys, jakaminen, monipuoliset vuorovaikutustavat

Maslow'n tarvehierarkian pohjalta voidaan päätellä, mitä ominaisuuksia ympäristöltä edellytetään, jotta seuraavan tason motivaatio voi toteutua. Taulukosta 7 nähdään, että mahdollistaakseen muut motivaatioon vaikuttavat seikat tulisi mallin ensisijaisesti herättää luottamusta. Teoriaa tukee haastatteluvastauksissa korostunut epäluulo itselle tuntemattomia ominaisuuksia kohtaan ja se, että tutulta vaikuttavaa portfoliomallia pidettiin erityisen hyvänä.

Kun luottamus mahdollistuu, siirrytään motivaation seuraavalle tasolle, jolla ratkaisevia olisivat jaottelun perusteella sosiaaliseen vuorovaikutukseen perustuvat teemat kuten yhteisöllisyys, jakaminen ja näiden monipuolisuus. Kolmannella tasolla käyttömotivaatioon vaikuttavat arvostuksen tarpeeseen vetoavat seikat kuten näkyvyys, maine ja ammatilliset verkostot sekä näiden esiintuomisen helppous.

Varsinaisen tarvehierarkian ylin taso, eli itsensä toteuttamisen tarve, saavutetaan arvostuksen tarpeen tullessa riittävän tyydytyksi. Itsensä toteuttamisen tarpeeseen liittyvät ominaisuudet, joille yhteistä voidaan katsoa olevan tietynlainen lisäarvo. Käyttäjän omat valinnat, kuten vapaus valita käytettävät palvelut ja teknologiat, korostuvat. Mahdollisuus sisällön koostamiseen, reflektioon ja multimediasisällön hyödyntämiseen liittyvät olennaisesti yksilön henkilökohtaiseen kehittymiseen. Kiinnostuksen pelillisyyteen voi myös katsoa vastaavan itsensä toteuttamisen tarpeeseen.

Kun varsinaisen tarvehierarkian motivaatiota ylläpitävät tasot on täytetty, on motivaation korkein taso teorian mukaan saavutettu. Tämän jälkeen voidaan kuitenkin Maslow'n mukaan siirtyä tasolle, jossa yksilöllä on tarve tietää ja ymmärtää.

On mielenkiintoista havaita, että tutkimuksen tulosten perusteella tällä tasolla toistuvat täsmälleen samat ominaisuudet kuin kolme tasoa alempana, liittymisen tarpeen yhteydessä. Tämän voi selittää tutkimuksen otoksen pienuus, jonka vuoksi listattuja ominaisuuksia on rajatusti: suuremmalla otoskoolla olisi voitu löytää uusia motivoivia ominaisuuksia, jotka olisivat istuneet vain kyseiseen luokkaan. On kuitenkin syytä olettaa, että vuorovaikutuksen kautta tapahtuva tiedon ja ymmärryksen lisääntyminen motivoi yksilöä uudelleen myös tarvehierarkian korkeammalla tasolla, ollen näin merkittävä osa kokonaismotivaatiota.

Maslow'n tarvehierarkian ulkopuolelle jäi koko joukko ominaisuuksia, joiden ei voitu katsoa sopivan millekään hierarkian tasolle. Tästä syystä kyseinen luokittelu ei riitä kuvaamaan koko ilmiötä motivaation osalta. Maslow'n perinteisen mallin vastapainoksi tulokseksi saatuja ominaisuuksia on tarkasteltu myös puhtaasti sisäsyntyisten motivaatioteorioiden näkökulmasta luokittelemalla ne Decin ym., Harterin ja Nuttinin (ks. edellä s. 12) sisäsyntyisten motivaatioteorioiden pohjalta muodostettuun taulukkoon 8.

Kognitiivisen motivaatioteorian mukaisten autonomian, kompetenssin ja läheisyyden lisäksi yhdeksi luokituksiksi on valittu uteliaisuus, joka toistuu sekä Harterin että Nuttin teorioissa. Harterin teorian mukainen tarve itsenäiseen toimintaan ja halu kohdata haasteita sekä Nuttin teorian mukainen sosiaalisuus voidaan sisällyttää kognitiiviseen arviointiteoriaan autonomian ja kompetenssin alle, eikä niille ole nähty tarpeelliseksi tehdä omia lisäluokituksia.

Taulukko 8. Motivaatioon positiivisesti vaikuttavat ominaisuudet taulukoituna sisäsyntyisten motivaatioteorioiden pohjalta johdettuun luokitteluun.

	Auto- nomia	Kompe- tenssi	lähei- syys	Uteli- aisuus
Sisällön ilmaisuus	x			
Mahdollisuus reflektioon		x		
Riittävästi tilaa isoille tiedostoille	x	x		
Vuorovaikutus eri palveluiden välillä	x		x	
Toimii monikanavaisesti	x			
Käytettävät palvelut vapaasti valittavissa	x	x		
Palvelee aktiivista sisällöntuottajaa	x	x		
Auttaa suunnittelemaan näkyvyyttä	x	x	x	
Tuo julki ammatilliset verkostot		x	x	x
Tiedon saamisen helppous	x	x	x	x
Tiedon jakamisen helppous	x	x	x	
Vuorovaikutustapojen monipuolisuus	x	x	x	
Yhteisöllisyys		x	x	x
Pelillisuus		x	x	x
Muuntautuvuus	x			
Maineen saavuttamisen mahdollisuus		x	x	
Tulevaisuuteen soveltuva		x		x

Tiedon saamisen helppous on ominaisuus, jonka voidaan katsoa soveltuvan kaikkiin neljään luokitukseen. Tästä syystä on tarpeen tarkastella, voisiko se olla motivaation kannalta merkittävin ominaisuus. Samalla periaatteella vain yhteen luokitukseen soveltuvat muuntautuvuus, monikanavaisuus, mahdollisuus reflektioon ja ilmaisuus olisivat motivaation kannalta vähemmän merkittäviä.

On kuitenkin huomattava, että tiedon saamisen helppous nousi aineistosta esiin vain yhden skenaarion kohdalla, kun taas esimerkiksi monikanavaisuutta ja reflektiomahdollisuutta korostettiin useissa skenaarioissa. Onkin pohdittava, kertooko ominaisuuksien sovittaminen sisäsyntyiseen motivaatioteoriaan totuutta niiden

merkityksestä toisiinsa nähden. Toisaalta teemojen voidaan katsoa vetoavan yksilön motivaatioon usealla eri tasolla, joiden olemassaolo voi paljastua vasta todellisessa tilanteessa, ei hypoteettisen skenaarion arvioinnin yhteydessä.

Kaikkia aineistosta johdettuja ominaisuuksia ei voitu sijoittaa Maslow'n hierarkiaan, mutta ne kaikki istuivat sisäsyntyiseen motivaatioteoriaan perustuvaan luokitteluun; osa useammin kuin kerran. Tämän perusteella ominaisuuksien voidaan katsoa vastaavan sisäsyntyisiä motivaatioteorioita Maslow'n ulkosyntyistä motivaatiomallia paremmin. Tämän pohjalta voidaan päätellä, että tutkimustuloksena löydettyt sosiaalisen median motivoivat piirteet ovat pääsääntöisesti sisäsyntyistä, eli pysyvää motivaatiota aikaansaavia.

On toki muistettava, että molemmat taulukoinnit kertovat eri asioita: Maslow'n teorian pohjalta voidaan selvittää, minkä tarpeen tyydyttäminen edellyttää seuraavan tarpeen syntymistä. Näin ollen luokittelua voidaan käyttää esimerkiksi kertomaan, mitkä motivaatiota ylläpitävät teemat portfolioympäristön tulee todentaa ja minkä toteutumista edellytetään ennen seuraavia. Sisäsyntyisten motivaatioteorioiden pohjalta johdettu taulukointi puolestaan kertoo esimerkiksi sen, mitkä teemat vetoavat mihinkin eri tarpeeseen. Molempia taulukointeja voidaan näin ollen hyödyntää esimerkiksi motivaatiota monipuolisesti ja tasapainoisesti tukevan portfolioympäristön suunnittelussa.

On myös huomattava, että molemmissa motivaatioteoriaa kuvaavissa taulukoinneissa luokituserot ovat tulkinnanvaraisia: ominaisuuksien luokkiin sijoittaminen tai sijoittamatta jättäminen onkin kiinni siitä, miten ominaisuutta tulkitaan. Tästä syystä luodun teorian ei voi katsoa olevan aukoton.

5 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksen tuloksia lähdekirjallisuuden valossa ja vastataan tutkimuskysymyksiin. Lisäksi käsitellään tutkimuksen luotettavuutta, tulosten hyödynnettävyyttä ja jatkotutkimuksen kannalta kiinnostavia aiheita.

5.1 Tulosten tarkastelu

Sosiaalisen median ja portfolion yhdistämisen tarpeesta kertoo verkon kehitys sosiaaliseen ja avoimeen suuntaan, mikä samalla on uudistanut ihmisten verkkoon kohdistamia odotuksia. Verkon käyttäjät ovat sosiaalisen median edesauttamina olleet jo pitkään sisällöntuottajia (ks. esim. Sirkkunen 2006, 142) ja verkkoon tuotetun sisällön voi katsoa olevan osa yksilön sosiaalista portfolioa. Koska sosiaalinen media määrittää tällä hetkellä ihmisten tavan käyttää verkkoa, onkin aiheellista pohtia, tulisiko verkossa käytettävä digitaalinen portfolio tuoda osaksi tätä kulttuuria. Sosiaalisen median yhdistämiselle verkossa toimivaan digitaaliseen portfolioon onkin nähtävissä selkeä tarve sekä lähdekirjallisuudessa että tämän tutkimuksen tuloksissa.

Verkottuneessa yhteiskunnassa portfolio saa monia merkityksiä. Työntekijät ovat työmarkkinoilla toistensa kilpailijoita, jolloin muista erottautuminen ja oman osaamisen esille tuominen nousevat tärkeiksi taidoiksi. Toisaalta verkostomaisessa toimintaympäristössä tarvitaan kykyä hakeutua joustavasti yhteistyöhön. (Aalto & Uusitalo 2010, 14.) Sosiaalisen median avulla digitaalisesta portfolioista voitaisiin tehdä näkyvä ja vaikuttava työkalu niissä kanavissa, joissa käyttäjä on ammatillisesti läsnä. Toisaalta ihminen toteuttaa henkilökohtaisesti merkittäviä portfolion osaksi miellettäviä prosesseja läpi elämänsä ja onkin nähtävissä tarve ympäristölle, joka tukee näiden prosessia tallentamista, reflektointia ja jakamista kooten portfoliosisällöt yhteen. Portfolioympäristön tulisi olla luonteva osa yksilön muuta elämää, minkä aseman sosiaalinen media vaikuttaa viime aikoina saavuttaneen.

Käyttömotivaatiota ylläpitävä portfolioympäristö

Yleinen ongelma portfolioissa on se, että käyttäjät eivät jatka niiden käyttöä. Sisäisen motivaation ruokkimisen kannalta olisi tärkeää, että yksilö kokisi portfolion ylläpitämisen itsessään motivoivana: tulisi saavuttaa vapaaehtoisuus sisällöntuotantoon

sen sijaan, että sisältöä tuotettaisiin ulkoisesta pakotteesta (Barrett 2004b). Tämä voidaan saavuttaa rakentamalla portfolioympäristö, joka vastaa käyttäjien muuttuviinkin tarpeisiin. Tutkimuksen tulosten perusteella korostunein ja näin ollen sisäisen motivaation kannalta merkittävin tarve, on halu tehdä asiat omalla tavalla. Samoin on nähtävissä, että motivaation kannalta suurimmat ongelmat aiheutuvat rajoitteista.

Tutkimustuloksista on löydettävissä monia perusteluita sille, että käyttömotivaatio lisääntyy valinnan vapauden myötä. Lähdekirjallisuuden perusteella portfolioikäyttöön suunnitellut ympäristöt ja niiden ominaisuudet, kuten muokkaus- ja jakamistoiminnot, usein turhauttavat käyttäjää ja vaikeuttavat oppimista, kun taas itse muokattavissa ja hallinnoitavissa oleva ympäristö lisää motivaatiota (Ahonen 2011; Ivanova 2008; Tosh ja Werdmuller 2004). Tutkimuksen tulokset tukevat tätä näkemystä osoittaen, että käyttäjillä on selkeä tarve portfolioympäristön toimintojen yksinkertaisuuteen, nopeuteen ja helppouteen. Toisaalta toimintojen halutaan olevan mahdollisimman monipuolisia ja rajoittamattomia.

Ahosen esittämään kysymykseen “Miksi minä jakaisin?” (ks. edellä s. 13) vastaa kognitiivinen arviointiteoria, jonka mukaan ympäristö, joka luo edellytykset kompetenssia vahvistavalle palauteprosessille, lisää motivaatiota. Voidaan ajatella, että palauteprosessia edellyttää tiedon jakaminen. Myös tämän tutkimuksen tulosten perusteella jakaminen koetaan olennaiseksi osaksi motivoivaa portfolioympäristöä. Jakamisen tulisi kuitenkin tapahtua mielekkäässä kontekstissa niin, että sen koetaan tavoittavan oikeat kohderyhmät. Useissa verkkopalveluissa jo vuorovaikuttavat henkilöt eivät koe hyödylliseksi vuorovaikuttaja uudessa, muista erillään olevassa palvelussa; etenkin, jos vuorovaikutus ei laajene koskemaan muuta verkkoelämää. Onkin nähtävissä, että sisällön jakamisen tulisi toteutua autonomisesti, antaen yksilön itse valita jakamiseen soveltuvat kanavat ja verkostot.

Sosiaalisten vuorovaikutusteemojen, kuten yhteisöllisyyden, jakamisen ja monipuolisten vuorovaikutuskanavien merkitys korostui tutkimuksen tuloksissa niiden vaikuttaessa motivaatioon usealla eri tasolla. Matikainen (2001) neuvoo, että vuorovaikutusvälineet pitäisi sovittaa kohderyhmän osaamistasoon. Tämän tutkimuksen

tulokset osoittavat, että vaikka sosiaalisen median käyttö on yleistynyt kaikissa ikäryhmissä⁵, sen käyttö on monilla yhä hyvin satunnaista ja sisällöntuotanto vähäistä. Tutkimus kuitenkin haastaa Matikaisen näkemyksen, sillä tuloksissa korostui vastaajien mielenkiinto erityyppisiä vuorovaikutusvälineitä kohtaan osaamistasoon katsomatta. Tuloksissa on havaittavissa epäluuloa tuntematonta teknologiaa kohtaan, mutta monipuoliset vuorovaikutuskanavat aiheuttavat tyytyväisyyttä teknologiasta riippumatta. Voidaankin siis sanoa, että yksilöillä on valinnan vapauden ja mielekkään toimintatavan valinnan, toisin sanoen autonomian tarve myös portfolioympäristön vuorovaikutusvälineitä kohtaan.

Portfolioyhteyteen kytketyn sosiaalisen median koetaan sekä tutkimuksen että lähdekirjallisuuden perusteella auttavan yksilön ammatillisen verkkopresenssin hahmottamisessa ja hallinnoimisessa. Sosiaalisen median yleistymisen myötä syytä huomioida, että asiantuntijuutta ei voi pitää ainoastaan yksilön ominaisuutena: se voi olla myös tiimin tai työyhteisön ominaisuutta, jossa on mukana useiden eri tekijöiden, kuten henkilöiden, välineiden ja ympäristön, keskinäistä vuorovaikutusta (Linnakylä & Kankaanranta 1999, 224). Tämän kaltaisen asiantuntijuuden esiintuominen vaatii usein kytköstä niihin ympäristöihin, jotka linkittyvät tapahtuneeseen yhteisötuotantoon.

On myös nähtävissä, että relevantti verkosto tukee ammatillista kehittymistä ja verkkopresenssin hallintaa, kun taas riittämätön määrä kontakteja ei tue motivaation kannalta merkittävän yhteisöllisyyden toteutumista (ks. esim. Aalto ja Uusisaari 2010). Siinä missä digitaalisessa portfoliossa sosiaalisuus ja yhteisöllisyys rajoittuvat usein palvelun sisäiseen vuorovaikutukseen, tarjoaa sosiaalinen media mahdollisuuden tarkoituksenmukaiseen verkkopresenssin hallintaan ja osaamista täydentävän laajan verkoston luomiseen. Onkin nähtävissä tarve koko verkkoelämän laajuisen sosiaalisen vuorovaikutuksen kytkemiselle portfolioon.

⁵ Facebookissa on arviolta noin 38 prosenttia kaikista suomalaisista. 13–64-vuotiaista Facebookissa on arviolta noin 55 prosenttia. Viimeisen vuoden aikana suurin kasvu käyttäjämäärissä on tapahtunut 40–64-vuotiaiden kohdalla, ollen suurimmillaan vanhimmissa vuosiluokissa: 64-vuotiaiden käyttäjämäärä kasvanut 40 prosenttia 1,5 vuodessa. Miehiä ja naisia käyttäjissä on lähes saman verran. (Pönkä 2013.)

Pelillisyyden ja virtuaalitilojen vaikutus motivaatioon on tutkimustulosten valossa kahtiajakoinen. Siinä missä pelillisyyden koetaan tuovan mukanaan kiinnostavia elementtejä, virtuaalitilat koetaan portfolio toteutuksena enimmäkseen hankaliksi ja tarkoitukseen sopimattomiksi. Tämä on ristiriidassa tutkimuskirjallisuudessa ilmenneiden oletusten kanssa, joiden mukaan virtuaalitilat lähes kriittittä soveltuvat sosiaalisiksi portfolioympäristöksi. Lähdekirjallisuuden oletukset pohjaavat usein yhteisöjen käytössä olleiden virtuaaliympäristöjen arviointiin, ja voikin olla, että henkilökohtaiseen ja elinikäiseen käyttöön tämän kaltainen ympäristö ei samalla tavoin sovellu. Selittävänä tekijänä voidaan tämän tutkimuksen tulosten pohjalta pitää sitä, että virtuaaliympäristö vaatii käyttäjältään liikaa aikaa, vaikuttaen täten negatiivisesti pitkäkestoiseen motivaatioon.

Tutkimuksen tulosten perusteella on nähtävissä, että portfolion käyttäjillä on tarve erityisen monimuotoiselle portfolioympäristölle. Voidaan päätellä, että sosiaalinen media kykenisi vastaamaan erilaisiin ja muuttuviin tarpeisiin perinteistä suljettua portfoliojärjestelmää paremmin. Sosiaalinen media mahdollistaa uusien vuorovaikutussuhteiden syntymisen, laajat yhteistyöverkostot sekä organisoitumisen. Sen voi katsoa sisältävän ihmisten välistä vuorovaikutusta helpottavia palveluita ja välineitä, jotka palvelevat pelkän tiedonvälityksen sijaan myös tekemistä. Kuten digitaalinen portfolio, myös sosiaalinen media on toiminta-alusta. (Kalliala & Toikkanen, 73; Aula, Matikainen & Villi 2006, 10; Majava 2006, 89.) Näiden alustojen ero on se, että sosiaalinen media edustaa sisäisen motivaation kannalta merkittävää rajoituksettomuutta ja autonomiaa.

On kuitenkin muistettava, että vaikka tutkimuksen tulokset nostavat sosiaalisesta mediasta runsaasti elämän mittaisen ja laajuisen portfolion pysyvän käyttömotivaation kannalta merkittäviä teemoja, löytyi myös sellaisia tarpeita, joita pelkkä sosiaalinen media ei edusta. Tutkimuksen tulokset ovat ristiriidassa esimerkiksi sen tutkimuskirjallisuudesta nousevan oletuksen kanssa, että pelkkä blogi muodostaisi riittävän prosessiportfolion. Tulosten perusteella portfolion käyttäjillä on tarve portfolionäkökulmasta uskottavaan ja luottamusta herättävään ympäristöön ja portfoliosisällön tarkoituksenmukaiseen yhteen tuomiseen. Onkin muistettava, että prosessiportfolioympäristön ensisijainen tarkoitus on muodostaa portfolio ja tukea kunkin yksilön sille määrittämiä tehtäviä.

Käyttömotivaatiota heikentävä ympäristö

On syytä huomioida, että sisäsyntyisten motivaatioteorioiden näkökulmasta ne asiat, jotka eivät lisää motivaatiota, vähentävät sitä. Tämän teorian pohjalta onkin nähtävissä, että sosiaalinen media voisi tuoda mukanaan myös motivaatiota heikentäviä tekijöitä. Tutkimuskirjallisuudessa ja tutkimuksen tuloksissa esiintyy runsaasti samoja digitaalisen portfolion ja sosiaalisen median hybridin käyttömotivaatioon mahdollisesti negatiivisesti vaikuttavia teemoja. Ne liittyvät erityisesti teknologiaosaamiseen, uuden palvelun käyttöönoton vaivalloisuuteen ja ajankäytön haasteisiin.

Linnakylän, Kankaanrannan ja Grantin (2007, 4) mukaan digitaalisen portfolion käyttäminen edellyttää tietyn tasoista tietoteknistä osaamista. Toisaalta he näkevät, että kyseiset taidot karttuvat digitaalista portfoliota käyttämällä, mutta tämä vaatii tuekseen mahdollisuuden jatkuvaan opastukseen ja käyttötukeen. Myös tutkimuksen tuloksissa korostuu huoli tarvittavan tietotaiton riittävydestä. Voidaankin nähdä, että rajoittunut teknologiaosaaminen tai toisaalta pelko tuntematonta teknologiaa kohtaan voivat johtaa motivaation vähenemiseen.

Havaintoja siitä, että heikommin tietotekniikkaa hallitsevat informantit tuntuvat suhtautuvan epäluuloisesti ja pelokkaasti heille tuntemattomaan teknologiaan portfolioissa, tukee myös Lepistön, Lammintakasen, Sarannon & Hietasen (2007) tutkimus. He ovat pyrkivät haastattelututkimuksella hahmottamaan digitaalisen portfolion käyttökokemuksia hoitoalalla ammatillisen osaamisen tukena. Tutkimuksessa selvisi, että digitaaliseen portfolioon suhtauduttiin aluksi varautuneesti ja sen hyötyjä kyseenalaistettiin, minkä lisäksi käyttäjät olivat epävarmoja kompetenssistaan toteuttaa oma portfolio. Käyttäjien teknisen osaamisensa karttuessa ohjelman käytön myötä he alkoivat kokea portfolion tekemisen kiinnostavana ja hyödyllisenä. Onkin mahdollista, että luottamuksen kasvaessa omia taitoja ja käytettävää ympäristöä kohtaan, voi käyttömotivaatio jälleen parantua.

Tämän tutkimuksen perusteella onkin mahdotonta sanoa, mikä haastateltaville kuvatuista skenaarioista osoittautuisi käyttömotivaation kannalta parhaaksi tilanteessa, jossa he olisivat käyttäneet kaikkia skenaarioissa kuvattavia portfoliomalleja jo jonkin aikaa. Tutkimuksen ja lähdekirjallisuuden perusteella vaikuttaa siltä, että itselle tuttu tapa toimia koetaan ensisijaisesti motivoivana. Voidaan kuitenkin myös olettaa

motiivien muuttuvan toisiksi tilanteessa, jossa kaikki vertailtavat ympäristöt olisivat käyttäjille tuttuja.

Sosiaalisen median aikakaudella yleiset maksuttomat verkkopalvelut ovat alkaneet määrittää tavan käyttää verkkoa. Tutkimuksen tulosten perusteella maksullisuus koetaankin motivaatiota haittaavana ominaisuutena; erityisesti silloin, jos maksullisuudella rajataan jotakin pois. On kyseenalaista, kuinka pitkään yksilö haluaa käyttää maksullista palvelua. Näin ollen sen ei voida katsoa soveltuvan elämän mittaiseen käyttöön. On myös syytä pohtia, mitkä ominaisuudet tekisivät maksullisesta portfolioympäristöstä niin haluttavan, että käyttömotivaatio säilyisi verkon ollessa täynnä ilmaisia vaihtoehtoja.

Käyttömotivaation kannalta paras muoto sosiaalisen median yhdistämiselle digitaaliseen portfolioon

Suljettu digitaalinen portfoliojärjestelmä on käyttömotivaation kannalta haasteellinen. Tutkimuksen tulosten pohjalta on nähtävissä, että pitkäaikaisen käyttömotivaation säilymisen vuoksi verkossa toimiva portfolio tulisi kytkeä osaksi muuta verkkoelämää. Ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa kommunikaatioon ja tuottamansa sisällön tallentamiseen ja esittämiseen, ja onkin selvää, että tuon sisällön monistaminen digitaaliseen portfolioon olisi aikaa vievää ja työlästä vaikuttaen portfolioon käyttöhalukkuuteen negatiivisesti (Kim ym. 2010, 4).

Toisaalta pelkät sosiaalisen median palvelut voivat muodostaa toimivan prosessiportfolioon ainoastaan siinä tapauksessa, että käyttäjän sisällöntuotanto sosiaalisessa mediassa on ammatillisesti riittävän aktiivista. Lisäksi portfolioonäkökulmasta toteutettu palvelu herättää käyttäjissään luottamusta. Tutkimustulosten pohjalta voidaan siis olettaa, että ihanteellinen portfoliototeutus olisi näiden kahden yhdistelmä: sen tulisi edustaa sosiaalisen median motivaatiota lisääviä ominaisuuksia ollen samalla portfoliomielessä uskottava.

Pysyvän käyttömotivaation kannalta hyvä toteutusmuoto olisikin PCB:n (ks. edellä s. 28) kaltainen mashup-käyttöliittymä, joka toimisi yhteenvetosivuna kaikista käyttäjän tietovarastoista. Se kokoaisi yksilön portfoliosisällöt ja verkostot yhteen kaikilta elämän eri osa-alueilta, kuten sosiaalisen median palveluista, kiintolevyiltä, mobiililaitteista, ohjelmistoista ja muiden ihmisten portfolioympäristöistä. Toisaalta se myös

mahdollistaisi vuorovaikutuksen eri palveluiden välillä yhdestä käyttöliittymästä. Toimiakseen elämän laajuisesti ympäristön tulisi olla saavutettavissa ajasta ja paikasta riippumatta esimerkiksi mobiililaitteilla. Käyttäjälle tulisi antaa vapaus valita ne tietovarastot ja vuorovaikutuskanavat, jotka hän kulloinkin kokee tarpeellisiksi. Ympäristö tulisi kuitenkin toteuttaa nimenomaan portfoliotarkoitukseen siten, että se tukee prosessiportfoliolle ominaisia tehtäviä, eikä vain kokoa eri sisältöjä tarkoituksettomasti samaan näkymään.

Tutkimustulosten perusteella verkossa avoimesti toimiva, sosiaalista mediaa hyödyntävä portfolioympäristö palvelisi parhaiten käyttäjää, jolla on aiempaa käyttökokemusta ja jatkuva käyttötarve sekä sosiaaliselle medialle että digitaaliselle portfoliolle. Tämän kaltainen henkilö suhtautuu todennäköisesti avoimesti kuvailtua toteutusta kohtaan. Edellä kuvattu toteutus palvelisi kuitenkin käyttäjiä sosiaalisen median käyttöasteeseen katsomatta sen tarjotessa autonomisen mahdollisuuden valita itse ne tietovarastot, joita ympäristö hyödyntää – kytkös sosiaaliseen mediaan ei ole ympäristön toiminnan kannalta välttämätön.

Perinteisiin digitaalisiin portfoliojärjestelmiin totuneelle ajatus sosiaalisen median hyödyntämisestä ja mashup-koosteena toteutetusta portfolioympäristöstä saattaa vaatia ajatusmallin muutosta. Pilvipalveluissa, verkostopalveluissa ja muualla sosiaalisessa mediassa ylläpidettävä sisältö muodostaa kuitenkin nykypäivänä monelle verkon käyttäjälle merkityksellisen ja henkilökohtaisen elämän mittaisen ja laajuisen prosessiportfolion ytimen, johon yksilön käytössä olevien portfolioympäristöjen sisältö vain osaltaan kuuluu. Käyttömotivaation kannalta paras vaihtoehto olisikin tuoda ammatillinen prosessiportfolio esimerkiksi sosiaalisen median avulla osaksi muuta elämää, eikä muuta elämää pala kerrallaan prosessiportfolioon.

Motivoivan sosiaalista mediaa hyödyntävän portfolioympäristön suunnitteluperiaatteet

Tutkimuksen tulokset noudattavat Jafarin (2004) kaavaa, jonka mukaan digitaalisen portfolion käyttömotivaatiota voidaan parantaa tekemällä työkalusta

- a) helpon käyttää,
- b) riittävän monipuolisen, nykyaikaisen ja toiminnoiltaan houkuttelevan,
- c) toiminnaltaan vakaan ja ylläpidosta elinikäisen sekä

d) yhteensopivan muiden järjestelmien kanssa.

Ahonen (2011) tutkii väitöskirjassaan, miten digitaalinen portfolio soveltuisi innovaatioympäristöksi. Ahosen tutkimuksen yhteydessä on toteutettu innovaatioportfoliomalli nimeltä iPortfolio, jonka on tarkoitus tukea päivittäistä ideointia ja henkilökohtaista kehittymistä pitkällä aikavälillä. iPorftolion rakentamisessa Ahonen on hyödyntänyt Vavoulan ja Sharplesin (2002) mallia Lifelong Learning Organizers (LLOs) ja EiffELin (2013b) menetelmää Interoperability framework. Näiden pohjalta Ahonen on kehittänyt suunnitteluperiaatteet, joiden mukaan portfolion tulisi:

- a) olla helposti siirrettävissä (saavutettavuus eri järjestelmillä, päätelaitteesta riippumaton),
- b) keskittyä läpi elämän jatkuvan oppimisen tukemiseen,
- c) tukea sekä henkilökohtaista että yhteisöllistä panosta,
- d) tarjota mahdollisuus identiteetin hallintaan,
- e) tukea sosiaalisen verkoston hallintaa,
- f) tukea staattisen ja dynaamisen sisällön julkaisemista,
- g) tukea syötteitä ulkoisista järjestelmistä ja
- h) tukea ideoiden yhteistä arviointia ja tarjota työkalut ideoiden kehittämiseen.

Myös Ahosen esittämät periaatteet vastaavat tämän tutkimuksen tuloksia ja toisaalta puhuvat sosiaalisen median hyödyntämisen puolesta.

Tutkimuksen tuloksista nousee Jafarin ja Ahosen listaamien periaatteiden lisäksi esiin myös uusia teemoja. Tulosten pohjalta onkin Jafarin ja Ahosen tapaan toteutettu suunnitteluperiaatteet pysyvää käyttömotivaatiota ylläpitävän portfolioympäristön suunnittelun tueksi. Niiden mukaan ympäristön tulee vastata:

1. Turvallisuuden tarpeeseen, ollen
 - a. Uskottava ja luottamusta herättävä.
 - b. Pysyvä ja tietoturvallinen.
 - c. Käyttäjän osaamistasoa vastaava.
 - d. Toteutettu portfolionäkökulmasta.
2. Liittymisen tarpeeseen, ollen
 - a. Saavutettavissa aina ja kaikkialla.
 - b. Vuorovaikutusvaihtoehtoiltaan monipuolinen.

- c. Kytettävissä eri verkostoihin.
 - d. Maksuton.
 - e. Monikanavainen.
3. Arvostuksen tarpeeseen, mahdollistaen
- a. Maineen saavuttamisen.
 - b. Helpon tiedonjakamisen.
 - c. Ammatillisten verkostojen ylläpitämisen ja esittelyn.
 - d. Näkyvyyden suunnittelun ja toteuttamisen.
4. Itsensä toteuttamisen tarpeeseen, ollen
- a. Helppo ja nopea käyttää.
 - b. Rajoittamaton.
 - c. Monipuolinen.
 - d. Tarpeenmukaisesti muunneltavissa.
 - e. Kytettävissä eri tietovarastoihin.
 - f. Tiedon yhdistelemiseen ja reflektioon soveltuva.
 - g. Pelillinen ja leikkilinen.

Motivoivan ympäristön suunnittelussa on myös tärkeää muistaa, että sen tulee kaikilta osin tukea

- a) autonomiaa
- b) läheisyyttä
- c) kompetenssia ja
- d) uteliaisuutta.

Edellä mainittujen suunnitteluperiaatteiden voidaan katsoa sopivan sovellettavaksi muistilistana sisäistä motivaatiota tukevan portfolioympäristön suunnittelun yhteydessä Jafarin ja Ahosen listaamien suunnitteluperiaatteiden ohella.

5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen raportoinnin yhteydessä on syytä arvioida myös tutkimuksen eettisyyttä ja luotettavuutta, joiden voidaan katsoa liittyvän olennaisesti yhteen: Tutkimuksen tulee olla eettisesti kestävä, jotta se voi olla luotettava (Tuomi & Sarajärvi 2002, 159). Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ja eettisyyttä tarkasteltaessa perinteinen tapa

arvioida validiteettia ja realibiliteettia voidaan Hirsjärven ja Hurmeen (2009) mukaan hylätä. He katsovat sopivimmaksi realibiliteetin osoituksesi mahdollisimman läpinäkyvää ja havainnollistavaa kuvausta tutkijan toiminnasta analyysivaiheessa. Realibiliteetti onkin pyritty huomioimaan analyysimenetelmien avaamisen ja tulosten analysoinnin yhteydessä. Validiteettia Hirsjärvi ja Hurme (2009) kehottavat testaamaan triangulaatiolla, jossa saatuja tuloksia suhteutetaan muuhun kirjallisuuteen ja verrataan samojen teemojen toistuvuutta. Tämän aineiston kohdalla erityisesti validiteetin voidaan katsoa olevan korkea samojen teemojen noustessa esiin sekä tuloksissa että useissa aihetta koskevissa tutkimuksissa ja teksteissä.

Tutkimukseen valittujen informanttien sähköpostikysymyksiin tarjotaan vastauksiin ei näyttäisi sisältyvän selkeitä väärintulkintoja. Skenaariot on ymmärretty oikein ja molempiin esitettyihin haastattelukysymyksiin on vastattu kaikissa tapauksissa. Osassa vastauksia käsiteltiin tehtävänannosta huolimatta käyttöliittymällisiä ominaisuuksia, jotka rajattiin analysoitavien vastausten ulkopuolelle. Vastauksissa esiintyneet skenaarion toteutumisen todennäköisyyttä koskevat arviot valittiin mukaan analyysiin vain niiltä osin, joiden voitiin katsoa koskevan käyttömotivaation säilymistä. Jokaisen skenaarion oletettiin olevan yhtenevästi saavutettavissa ajasta ja paikasta riippumatta eri päätelaitteilla. Osa käyttäjistä kyseenalaisti tämän eri skenaariomallien kohdalla, mikä nousikin tulosten tarkastelussa merkittävään asemaan motivaation säilymisen kannalta.

Aineisto rakentuu taustatietolomakkeesta ja haastatteluvastauksista. Taustatietolomake on täytetty kaikissa tapauksissa yhtenevästi ilman poikkeavuuksia, joten informantteja kyetään vertailemaan sen tietojen pohjalta. Tutkimukseen hyväksytyt haastatteluvastaukset ovat riittävän laajoja. Oli riskinä, että haastateltavat eivät vastaa kysymyksiin riittävän monisanaisesti, jolloin vastauksia ei kyettäisi vertailemaan tai niistä ei kyettäisi poimimaan erilaisia teemoja. Kyseiseltä riskiltä vältyttiin, eikä myöskään lisäkysymyksiä nähty tarpeelliseksi esittää.

Teemahaastattelussa oletetaan, että haastateltavat ymmärtävät teemat samalla tavalla (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77). On ennakkoon vaikea arvioida, miten tekstimuodossa kuvatussa skenaariossa esitellyt teemat käsitetään. Voidaan pohtia, vaikuttaako vastauksiin se, millaiseksi malli piiryy lukijan päässä. Saatujen vastausten perusteella voidaan kuitenkin katsoa jokaisen vastaajan ymmärtäneen skenaarioissa esitetyt teemat samankaltaisesti.

Jonkinlainen ero on havaittavissa siinä, miten informantit käsittivät tehtävänannon prosessinomaisen portfolion osalta: Kaikkien voidaan katsoa ymmärtäneen tehtävänannon, mutta se vaikuttaa merkitsevän eri yksilöille eri asioita. Toiset korostivat vastauksissaan näyteportfoliolle tyypillisiä omaa osaamista esille tuovia teemoja. Vastausten perusteella heidän voi nähdä pitävän näitä itselleen merkittävinä elämän mittaisen ja laajuisen portfolion osana. Toiset taas kokevat tärkeämmäksi esimerkiksi oman psyykkisen prosessin kirjaamisen. Tarve oman osaamisen kehittämiseksi, ajattelulle ja vuorovaikutukselle on jokaisen vastaajan kohdalla erilainen: toiset tekevät sen tuottamansa tekstin, toiset työnäytteidensä avulla. Haastatteluvastaukset ovat kuitenkin tehtävänannon mukaisia ja tämänkaltaisen vaihtelun voidaan katsoa tuovan tuloksiin heterogeenistä näkökulmaa prosessiportfolion erilaisten käyttötarkoitusten piirissä.

On myös syytä tarkastella onko aineisto yleisesti heterogeenistä vai homogeenistä: Tulosten laadun näkökulmasta aineiston suotaisiin olevan heterogeenistä, jolloin tutkittavaa ilmiötä voidaan kuvailla sen erityispiirteiden kautta ja motivaatioon vaikuttavat eri tekijät kyetään löytämään. Toisaalta aineiston homogeenisyys kertoisi motiivien olevan yhtäläisiä ja että niitä on vain vähän. Tulokset osoittautuivat osittain sekä heterogeenisiksi että homogeenisiksi. Erityispiirteitä löydettiin runsaasti, mutta niissä oli myös selviä yhtäläisyyksiä eri vastaajien kesken.

Luonnollisesti skenaarioita ei pystytty toteuttamaan niin, että ne toisintaisivat kaikkia niitä ominaisuuksia, joiden voidaan katsoa liittyvän sosiaaliseen mediaan. Tutkimuksen voikin katsoa olevan tietynlainen suunta antava, pientä joukkoa edustava otanta, joka luo suppean katsauksen ilmiöön. Jos tuloksista haluttaisiin yleistettävämpi, tulisi toteuttaa laajempi tutkimus, jossa käytettäisiin useampaa skenaariota erilaisilla ominaisuuksilla sekä suurempaa ja monipuolisempaa informanttijoukkoa, joka valottaisi ihmisten toiveita portfolioa kohtaan tätä tutkimusta laajemmin.

Tulosten yleistettävyyden kannalta on hyvä, että vastaajien ikähaarukka jakaantuu tasaisesti useille eri vuosikymmenille. Samoin tulosten heterogeenisyyden kannalta hyödyllistä on se, että digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmässä vastaajien kokemus sosiaalisesta mediasta oli tasaisen vaihtelevaa: yksi käyttää sosiaalista mediaa monipuolisesti ja aktiivisesti sekä työssä että vapaa-ajalla, toinen muutamaa palvelua jonkin verran kausittain ja kolmas ei koe olevansa aktiivinen käyttäjä. On vaikea sanoa

vaikuttaako tuloksiin se, että kaikki digitaalisen portfolion käyttäjien edustajat ovat sairaanhoitoalalla. Voidaan ajatella, että käyttömotivaatioon vaikuttavat tekijät olisivat yhtenevät ammattialasta riippumatta. On myös huomattava, että sosiaalisen median ammattilaisten ryhmässä kaikki vastaajat ovat miehiä, kun taas digitaalisten portfolioiden käyttäjien ryhmässä kaikki ovat naisia. Näin pienessä otannassa on mahdotonta sanoa, vaikuttaako tämä tulosten toistettavuuteen tai yleistettävyyteen.

Koska otoskoko on kohtuullisen pieni, on tulosten yleistettävyys kyseenalaista. Suuremmissa otoskoissa yhtenevien teemojen löytyminen olisi voinut kertoa motivaatioon vaikuttavista seikoista luotettavammin ja tarjonnut mahdollisuuden niiden määrälliseen vertailuun ja analyysiin. Nyt määrällistä analyysiä on lähes mahdoton tehdä luotettavasti, sillä saman teeman esiintyminen esimerkiksi kahdella vastaajalla ei vielä kerro ilmiön merkityksestä tai laajuudesta ja voi olla vain poikkeama.

Eräs riski tulosten luotettavuuden kannalta oli sosiaalisen median edelläkävijöiden ryhmän potentiaalinen mieltymys sosiaalisen median käyttöön kritiikittä. Tältä kuitenkin vältyttiin vastauksissa ryhmän antaessa monipuolisia vastauksia sekä tyytyväisyyden että tyytymättömyyden osalta. Toisaalta myös kritiikittömyys olisi ollut tutkimustulos kertoen siitä, miten sosiaalista mediaa enemmän tuntevat suhtautuvat sen käyttöön. Laajemmassa tutkimuksessa olisi mielenkiintoista käyttää suurempaa määrää digitaalista portfolioita käyttäneitä informanteja säilyttäen sosiaalisen median ammattilaisten ryhmäkoon pienenä. Näin saataisiin suurempi otos henkilöistä, joilla olisi yhtenevä tuntemus digitaalisten portfolioiden osalta ja vaihteleva tuntemus sosiaalisen median osalta. On kuitenkin muistettava, että ei olla tutkimassa käyttäjiä tai sitä, millaiset käyttäjät pitäisivät sosiaalisesta mediasta ja millaiset eivät. Tutkimus pyrkii selvittämässä motivaatioon vaikuttavia ominaispiirteitä ja niitä voidaan tarpeen mukaan analysoida demografian perusteella, mutta käyttäjäanalyysi ei ole pääosassa.

On luonnollista, että yksilö pitää konkreettista palvelua josta hänellä on käyttökokemusta luotettavampana, kuin skenaarion kautta hahmoteltua kuvitteellista palvelua. Onkin todennäköistä, että skenaarion 1 kohdalla digitaalista portfolioa aiemmin käyttäneet peilasivat vastauksiinsa käyttämiään portfolioita ja niiden hyviä ominaisuuksia. Vastauksissa nousi esiin seikkoja, joita skenaariossa ei kuvailtu. Tämän kaltaisia vastauksia olivat sisällöntuotannon ja päivittämisen helppouteen liittyvän kommentit, kuten “valmiit pohjat ja mallit tekevät sisällön päivittämisestä helppoa”.

Voikin olla, että informantit ovat vastanneet kysymyksiin käyttämiensä digitaalisten portfolioiden pohjalta sen sijaan, että olisivat kuvitelleen portfoliomallin puhtaasti skenaarion pohjalta. Tämän voi katsoa vaikuttaneen vastauksiin etenkin luottamusta herättävien ominaisuuksien kohdalla. Tutkimuksen kannalta tämä tarkoittaa, että vastaukset saattavat skenaarion kohdalla olla positiivisempia, kuin ilman kyseistä vaikutinta. Toisaalta vastausten voidaan katsoa vastaavan tutkimuskysymykseen huolimatta siitä, pohjautuvatko ne esitettyyn skenaarioon vai vastaavanlaiseen digitaaliseen portfolioon.

5.3 Tulosten hyödyntäminen

Sosiaalisen median ja digitaalisen portfolion yhdistämistä ei tiettävästi ole tutkittu käyttömotivaation näkökulmasta. Verkon luonteen muuttuessa yhä enemmän sosiaaliseen ja avoimeen suuntaan on digitaalinen verkkoportfolio usein jääne ajalta, jolloin palvelut olivat organisaatiokäytössä ja tietoturvasyistä suljettuja. Prosessiportfolio on kuitenkin yhä useammin yksilön henkilökohtainen työkalu, joka säilyy käytössä työpaikkojen vaihtuessa. Tutkimuksen voidaan katsoa paneutuvat ajankohtaiseen aiheeseen, johon ei vielä ole etsitty eikä löydetty vastauksia.

Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää suunniteltaessa nykyaikaista verkossa käytettävää prosessiportfolioa, jonka halutaan säilyvän käytössä pitkään. Tutkimuksessa on kuvattu ominaisuuksia, joiden perusteella pystytään toteuttamaan pitkäkestoista käyttömotivaatiota tukeva portfolioympäristö. Lisäksi tutkimus osoittaa, minkälaisiin kohderyhmiin eri toteutusvaihtoehdot vetoavat.

Tutkimus tarjoaa myös suunnitteluperiaatteet, joiden avulla motivaatiota ylläpitävää tai lisäävää portfolioympäristöä voi lähteä toteuttamaan.

Teknologia tarjoaa runsaasti erilaisia vaihtoehtoja, joiden avulla digitaalisessa portfolioista voi tehdä jännittävän, vuorovaikutteisen ja mielekkään. Kuten Wiedmer (1998) toteaa, oman vision havainnollistamista rajoittaa ainoastaan yksilön mielikuvitus.

Tutkimustulosten voidaan katsoa olevan merkittäviä myös interaktiivisen median tutkimuksen näkökulmasta. Tutkimus avaa ovia aihepiiriin, jota ei ole aiemmin tutkittu.

Toisaalta tutkimus tekee aiheeseen vasta pintaraapaisun tarjoten lukuisia jatkotutkimuksiin soveltuvia aiheita.

5.4 Jatkotutkimusaiheet

Tämä tutkimus pystyy varmimmin vastaamaan siihen, millaisen portfoliopalvelun käyttöönotto koetaan motivoivana, mutta tutkimuskysymyksiin

- 1) mitkä olisivat käyttömotivaation säilymisen kannalta parhaat mallit sosiaalisen median yhdistämiseen prosessinomaiseen digitaaliseen portfolioon ja
- 2) millainen sosiaalisen median palveluita sisältävä prosessinomainen digitaalisen portfolioon muoto olisi käyttäjien mielestä motivoivin käyttää,

tutkimus ei pysty antamaan luotettavaa vastausta. Käyttökokemusta koskevan luotettavan tuloksen saamiseksi olisi toteutettava useampi toimiva portfoliopalvelu tai niitä vastaavat prototyypit, joiden pidempiaikaisia käyttökokemuksia vertailemalla kyettäisiin selvittämään motivaation säilyvyyttä.

Yksi mielenkiintoinen selvittämistä vaille jäävä aspekti on sosiaalisesti luodun sisällön omistajuus: mitä käyttäjällä on oikeus linkittää omaan portfolioonsa? Immateriaalioikeudet ja tekijänoikeudet yhteisötuotannossa ovat aihealue, joka vaatisi lisäselvitystä.

Tutkimusta voisi myös jatkaa perehtymällä henkilökohtaiseen ja semanttiseen verkkoon, jonka voidaan arvella olevan tulevaisuudessa yleistävä teknologia. Jatkotutkimuksessa voitaisiin esimerkiksi selvittää teknologian tämän hetkinen yleisyys ja sen mahdollisuuden käytettäväksi digitaalisen portfolioon yhteydessä.

Tuloksia tarkastellessa on huomattava, että paljon näin uutta aihepiiriä koskevaa tutkimusta on varmasti vasta tekeillä ja tulevaisuudessa tutkimuksen tuloksille löytynee vertailukohtia. Lisäksi on huomattava että tutkimuksessa käsiteltiin vain suomen- ja englanninkielisiä lähteitä, joten tutkimustulosten vertailun ja jatkotutkimuksen kannalta hedelmällisiä tutkimuksia lienee mahdollista löytää myös toisilla kielillä.

LÄHTEET

Aalto, T & Uusisaari, M. 2010. *Löydy – Brändää itsesi verkossa*. Helsinki: Avain.

Aalto-yliopisto. 2011. *Aalto-yliopiston pilvipalveluohje*. Saatavilla pdf-muodossa: <https://wiki.aalto.fi/download/attachments/58941866/Aalto_yliopiston_pilvipalveluohje.pdf> (Luettu 5.5.2013).

Ahonen, M. 2011. *Designing an Information System for Open Innovation. Bridging the Gap Between Individual and Organisational Creativity*. Tampere: Tampereen Yliopistopaino. Acta Universitatis Tamperensis: 1606. Saatavilla www-muodossa: <<http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8421-6>> (Luettu 25.05.2012).

Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. 2006. Teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.

Baker, S. C., Wentz, R. K. & Woods, M. M. 2009. Using Virtual Worlds in Education: Second Life as an Educational Tool. *Teaching of Psychology* 1 (36) 59–64. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00986280802529079#.UazPVOukeyQ>> (Luettu 18.1.2013).

Balkin, J. M. & Noveck, B. S. (toim). 2006. *The State Of Play: Law, Games and Virtual Worlds*. New York: New York University Press.

Barrett, H. 2004a. Conflicting Paradigms in Electronic Portfolio Approaches. Choosing an Electronic Portfolio Strategy that Matches your Conceptual Framework. Saatavilla www-muodossa: <<http://electronicportfolios.org/systems/paradigms.html>> (Luettu 16.1.2013).

Barrett, H. 2004b. Electronic Portfolios as Digital Stories of Deep Learning. Emerging Digital Tools to Support Reflection in Learner-Centered Portfolios. Saatavilla www-muodossa: <<http://electronicportfolios.org/digistory/epstory.html>> (Luettu 16.1.2013).

Barrett, H. 2009. ePortfolios for Learning. The New Family Album/Diary. Saatavilla www-muodossa: <<http://blog.helenbarrett.org/2009/12/new-family-albumdiary.html>> (Luettu 13.1.2013).

Barrett, H. 2010a. ePortfolios for Learning. Another question about "best" portfolio tools in higher ed. Saatavilla [www-muodossa: <http://blog.helenbarrett.org/2010/12/another-question-about-best-tools-in.html>](http://blog.helenbarrett.org/2010/12/another-question-about-best-tools-in.html) (Luettu 2.1.2013).

Barrett, H. 2010b. ePortfolios for Learning. PrPI and PCB: a new e-portfolio environment in the cloud? Saatavilla [www-muodossa: <http://blog.helenbarrett.org/2010/10/prpl-and-pcb-new-e-portfolio.html>](http://blog.helenbarrett.org/2010/10/prpl-and-pcb-new-e-portfolio.html) (Luettu 14.1.2013).

Barrett, H. 2010c. Your Digital Self: Web 2.0 as Personal Learning Environment and E-Portfolio. *Slideshare*. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.slideshare.net/eportfolios/aaeebl2010-web2>](http://www.slideshare.net/eportfolios/aaeebl2010-web2) (Luettu 13.1.2013).

Barrett, H. 2011a. Balancing the Two Faces of E-Portfolios. Saatavilla pdf-muodossa: [<http://electronicportfolios.org/balance/balancingarticle2.pdf>](http://electronicportfolios.org/balance/balancingarticle2.pdf) (Luettu 19.1.2013).

Barrett, H. 2011b. MacLearning. Blurring the Boundaries: Social Networking & E-Portfolio Development. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.maclearning.org/articles/48/blurring-the-boundaries-social-networking-e-portfolio-development>](http://www.maclearning.org/articles/48/blurring-the-boundaries-social-networking-e-portfolio-development) (Luettu 18.1.2013).

Barrett, H. 2012a. Interactive ePortfolios. Web 2.0 and social networking tools. *Slideshare*. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.slideshare.net/eportfolios/sotf-interactive-e-portfolios>](http://www.slideshare.net/eportfolios/sotf-interactive-e-portfolios) (Luettu 15.1.2013).

Barrett, H. 2012b. Mobile ePortfolios. Planning/goal setting, capturing the moment, reflecting on change over time. *Slideshare*. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.slideshare.net/eportfolios/sotf-mportfolios>](http://www.slideshare.net/eportfolios/sotf-mportfolios) (Luettu 13.1.2013).

boyd, d. & Ellison, N. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1). Saatavilla pdf-muodossa: [<http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>](http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf) (Luettu 10.2.1013).

Boyd, S. 2005. Stowe Boyd. Are you ready for social software? Saatavilla [www-muodossa: <http://www.stoweboyd.com/post/2325281845/are-you-ready-for-social-software>](http://www.stoweboyd.com/post/2325281845/are-you-ready-for-social-software) (Luettu 6.6.2011).

Chaplin, H. 2010. The Future of Reading and Writing is Collaborative. *Spotlight on Digital Media and Learning*. Saatavilla [www-muodossa: <http://spotlight.macfound.org/featured-stories/entry/the-future-of-reading-and-writing-is-collaborative/>](http://www.muodossa: <http://spotlight.macfound.org/featured-stories/entry/the-future-of-reading-and-writing-is-collaborative/>) (Luettu 27.1.2013).

COSS. 2013. COSS – Suomen avoimen lähdekoodin keskus. Avoin lähdekoodi. Saatavilla [www-muodossa: <http://coss.fi/avoimuus/avoin-lahdekoodi/>](http://www.muodossa: <http://coss.fi/avoimuus/avoin-lahdekoodi/>) (Luettu 13.5.2013).

Davis, J. A. 1971. *Elementary survey analysis*. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NY.

Davies, J. & Merchant, G. 2007. Looking from the inside out: academic blogging as new literacy. Teoksessa Lankshear, C. & Knobel, M. (toim.) *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. 1999. A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin* 125 627–668. Saatavilla [pdf-muodossa: <http://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/1999_DeciKoestnerRyan_Meta.pdf>](http://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/1999_DeciKoestnerRyan_Meta.pdf) (Luettu 15.2.2013).

Dillenbourg, P. 1999. Introduction: What do you mean by "collaborative learning"? Teoksessa P. Dillenbourg (toim.) *Collaborative Learning: Cognitive and computational approaches*. Oxford: Elsevier, 1–19. Saatavilla [pdf-muodossa: <http://tecfa.unige.ch/tecfa/publicat/dil-papers-2/Dil.7.1.14.pdf>](http://tecfa.unige.ch/tecfa/publicat/dil-papers-2/Dil.7.1.14.pdf) (Luettu 21.5.2012).

DiMarco, J. 2006. *Web Portfolio Design and Applications*. Hershey: Idea Group Publishing.

Drake, C. 1999. Values Education and Life Wide Learning. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.livingvalues.net/reference/learning.html>](http://www.muodossa: <http://www.livingvalues.net/reference/learning.html) (Luettu 29.1.2013).

Efimova, L. 2009. *Passion at work: blogging practices of knowledge workers*. Enschede, Netherlands: Novay.

EIFEL. 2013a. EIFEL – European Institute for E-Learning. e-Portfolio Interoperability Framework. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.eife-l.org/publications/standards/interop>](http://www.muodossa: <http://www.eife-l.org/publications/standards/interop>) (Luettu 16.12.2012).

ElfEL. 2013b. ElfEL – European Institute for E-Learning. Europortfolio. Saatavilla
www-muodossa: <<http://www.eife-l.org/about/europortfolio> > (Luettu 28.05.2012).

Erkkola, J-P. 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Pro Gradu -tutkielma. Taideteollinen
korkeakoulu. Medialaboratorio. Saatavilla pdf-muodossa:
<http://mlab.taik.fi/pdf/ma_final_thesis/2008_erkkola_jussi-pekka.pdf> (Luettu
27.05.2012).

Erm, L. & Mäyrä, F. 2005. Fundamental Components of the Gameplay Experience:
Analysing Immersion. DiGRA 2005 Conference Changing Views: Worlds in Play.
Vancouver: DiGRA 2005. Saatavilla pdf-muodossa:
<<http://www.digra.org/dl/db/06276.41516.pdf>> (Luettu 17.1.2013).

Garrett, J. 2002. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web*.
United States of America.

Gee, J. 2007. Teoksessa Gee, J. (toim.) *Good Video Games + Good Learning: Collected
essays on video games, learning and literacy*. New York: Peter Lang.

Grant, A. 2007. Teoksessa Kankaanranta, M., Grant, A. & Linnakylä, P. (toim.) *E-
Portfolio. Adding value to Lifelong Learning*.

Grant S., Richardson, H. & Wilson, S. 2008. Social portfolios supporting professional
identity: Implications for education. Saatavilla www-muodossa:
<<http://www.simongrant.org/pubs/2008-02Medev/>> (Luettu 16.2.2013).

Griffin, E. 2008. *Foundations of Popfly: Rapid Mashup Development*. Berkeley:
Apress.

Gruber, H., Boshuizen, E. & Bromme, R. 2004. Teoksessa Gruber, H., Boshuizen, E. &
Bromme, R. (toim.) *Professional development: Gaps and transitions on the way from
novice to expert*. Dordrecht: Kluwer Academic Press.

Harris, Dolan & Fairbairn. 2001. Reflecting on the use of student portfolios. *Nurse
Education Today* 21 (4) 278–286. Saatavilla www-muodossa:
<[http://www.researchgate.net/publication/222385988_Reflecting_on_the_use_of_stude
nt_portfolios?ev=dept_pub](http://www.researchgate.net/publication/222385988_Reflecting_on_the_use_of_student_portfolios?ev=dept_pub)> (Luettu 13.11.2012).

- Harter, S. 1981. A new self-report scale of intrinsic versus extrinsic orientation in the classroom: motivational and informational components. *Developmental Psychology* 17 300-312. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.citeulike.org/user/dtbrookes/article/7619294>> (Luettu 10.11.2012).
- Hermida, A. 2010. From TV to Twitter: How Ambient News Became Ambient Journalism. *M/C Journal* 13 (2). Saatavilla www-muodossa: <<http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/220>> (Luettu 15.1.2013).
- Hilzensauer, W., Hornung-Prahauser, V. & Schaffert, S. 2006. Requirements for a personal development planning in e-portfolios supported by Semantic Web technology. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.90.4786&rep=rep1&type=pdf>> (Luettu 2.2.2013).
- Hintikka, K. 2008. Sosiaalinen media. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali. Jyväskylän yliopisto. Saatavilla www-muodossa: <<http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>> (Luettu 21.1.2013).
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. *Teemahaastattelu*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hsu, C.-L., & Lin, J.C.-C. 2008. Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management* 45 (1) 65–74.
- Hyvönen, E. 2004. Semanttinen Web – Mitä se on käytännössä? *ATK – Tietotekniikkaa yliopistoille* 2 38-42. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.seco.tkk.fi/publications/2004/hyvonen-semanttinen-web-2004.pdf>> (Luettu 19.5.2013).
- Hyysalo, S. 2006. *Käyttäjätieto ja käyttäjätutkimuksen menetelmät*. 1. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hämäläinen, P. & Heikkilä, J. 2011. *Sosiaalisen median käytön ohjeistus: Katsaus internetissä julkaistuihin turvallisuus- tai työhyvinvointialan ohjeisiin*. VTT. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.vtt.fi/inf/pdf/workingpapers/2011/W186.pdf>> (Luettu 7.1.2013).

Ivanova, M. 2008. Learning ePortfolio deployment in social network NING. Electronics' 2008. Bulgaria: Sozopol. Saatavilla pdf-muodossa: <http://ecad.tu-sofia.bg/et/2008/ET2008_Book3/Education%20in%20Electronics/187-Paper-M_Ivanova.pdf> (Luettu 15.5.2012).

Jafari, A. 2004. The 'Sticky' ePortfolio system: tackling challenges and identifying attributes. *Educause Review* 39 (4) 38–49. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.educause.edu/ero/article/%E2%80%9Csticky%E2%80%9D-eportfolio-system-tackling-challenges-and-identifying-attribute>> (Luettu 14.1.2013).

Johnson, L., Levine, A. & Smith, R. 2009. *The 2009 Horizon Report*. Austin: The New Media Consortium.

Kalliala, E. & Toikkanen, T. 2009. *Sosiaalinen media opetuksessa*. 1. painos. Helsinki: Finn Lectura.

Kankaanranta, M. & Linnakylä, P. 1999. Verkkoportfolioita kokemassa. Digital portfolios as a means to share and develop expertise. Teoksessa Linnakylä, P. Kankaanranta, M. & Bopry, J. (toim.) *Portfolioita verkossa – portfolios on the web*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kaye, B. 2007. Blog Use Motivations: An Exploratory Study. Teoksessa Tremayne, M. (toim.) *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*. New York: Routledge.

Kim, P., Ng, C.K. & Lim, G. 2010. When cloud computing meets with Semantic Web: A new design for e- portfolio systems in the social media era. *British Journal of Educational Technology* 41 (6) 1018–1028. Saatavilla pdf-muodossa: <http://eport.uaa.alaska.edu/BJET_PRPL_Eportfolio.pdf> (Luettu 17.1.2013).

Kjellberg, S. 2010. I am a blogging researcher: Motivations for blogging in a scholarly context. *First Monday* 15 (8). Saatavilla www-muodossa: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2962/2580>> (Luettu 28.1.2013).

Korhonen, V., Kohonen, V., Tolkki, L., Syvänen, A. & Ahonen, M. 2007. e-Portfolios within Life-wide Professional Development. Teoksessa Kankaanranta, M., Grant, A. & Linnakylä, P. (toim.) *E-Portfolio. Adding value to Lifelong Learning*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Koskinen, I. 2006. Teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.

Lepistö, A., Lammintakanen, J. Saranto, K. & Hietanen, A. 2007. Evaluation of professional competencies with e-portfolio: nurses' and nurse managers' expectations and experiences. Teoksessa Kankaanranta, M., Grant, A. & Linnakylä, P. (toim.) *E-Portfolio. Adding value to Lifelong Learning*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. *Hypermedia Laboratory Net Series 17*. Tampere: Tampereen yliopistopaino. Saatavilla www-muodossa: <<http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7320-3>> (Luettu 29.3.2013).

Linnakylä, P. 1994. Mikä ihmeen portfolio? Arvioinnin ja oppimisen liitto. Teoksessa Linnakylä, P. Pollari, P. & Takala, S. (toim.) *Portfolio arvioinnin ja oppimisen tukena*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Linnakylä, P., Kankaanranta, M. & Grant, A. 2007. e-Portfolios for personal and professional development. Teoksessa Kankaanranta, M., Grant, A. & Linnakylä, P. (toim.) *E-Portfolio. Adding value to Lifelong Learning*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Mahara. 2013a. Home – Mahara ePortfolio System. Saatavilla www-muodossa: <<https://mahara.org/>> (Luettu 4.6.2013).

Mahara. 2013b. Mahara ePortfolio System. Who is Using Mahara? Saatavilla www-muodossa: <<https://mahara.org/showcase>> (Luettu 4.6.2013).

Majava, J. 2006. Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.

Mannermaa, M. 1992. *Evolutionaarinen tulevaisuudentutkimus. Tulevaisuudentutkimuksen paradigmojen ja niiden metodologisten ominaisuuksien tarkastelua*. 1.–2. painos. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Mannermaa, M. 2004. *Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus*. 1.–2. painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Matikainen, J. 2001. *Vuorovaikutus verkossa. Verkkopohjaiset oppimisympäristöt vuorovaikutuksen näyttämöinä*. Helsinki: Yliopistopaino.

Mattila, K. & Ahvenjärvi, H-R. 1999. Digitaaliset portfoliot. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.cs.uta.fi/ipopp/www/ipopp99/ahvenjarvi-mattila/>](http://www.cs.uta.fi/ipopp/www/ipopp99/ahvenjarvi-mattila/) (Luettu 29.5.2012).

McArdle, G., Monahan, T. & Bertolotto, M. 2007. Using Multimedia and Virtual Reality for Web-Based Collaborative Learning on Multiple Platforms. Teoksessa Lytras, M. & Naeve, A. (toim). *Ubiquitous and Pervasive Knowledge and Learning Management*. Hershey: IDEA Group Publishing.

McCaffrey, M. 2011. Why Mobile is a Must. Saatavilla [www-muodossa: <http://thejournal.com/articles/2011/02/08/why-mobile-is-a-must.aspx>](http://thejournal.com/articles/2011/02/08/why-mobile-is-a-must.aspx) (Luettu 7.2.2013).

Messinger, P., Stroulia, E., & Lyons, K. 2008. A Typology of Virtual Worlds: Historical Overview and Future Directions. *Journal of Virtual Worlds Research* 1 (1) 1–18. Saatavilla [www-muodossa: <http://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/download/291/245>](http://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/download/291/245) (Luettu 14.2.2013).

Messinger, P., Stroulia, E., Lyons, K., Bone, M., Niu, R., Smirnov, K. & Perelgut, P. 2009. Virtual worlds — past, present, and future: New directions in social computing. *Decision Support Systems* 47 (3) 204–228. Saatavilla [pdf-muodossa: <http://individual.utoronto.ca/klyons/files/virtual-worlds-published-2009.pdf>](http://individual.utoronto.ca/klyons/files/virtual-worlds-published-2009.pdf) (Luettu 25.2.2013).

Mika, P. 2007. *Social Networks and the Semantic Web*. Springer.

Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. 2004. Why we blog. *Communications of the ACM* 47 (12) 41–46. Saatavilla [pdf-muodossa: <http://psych.stanford.edu/~mgumbrec/Why_We_Blog.pdf>](http://psych.stanford.edu/~mgumbrec/Why_We_Blog.pdf) (Luettu 4.5.2013).

Niikko, A. Portfolio oppimisen ja kasvun välineenä. Saatavilla www-muodossa: <<http://sokl.uef.fi/verkkojulkaisut/kipinat/AnneliN.htm>> (Luettu 17.8.2012).

Nummiaho, A., Rissanen, T. & Runonen, M. Oppimisympäristöjen käytettävyyden arviointi. Saatavilla pdf-muodossa: <http://koti.kapsi.fi/anummiah/files/portfolio/t-110_556/posteri_tiivistelma_nummiaho_rissanen_runonen.pdf> (Luettu 14.4.2012).

O'Reilly, T. 2005. O'Reilly Spreading the Knowledge of Innovators. What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Saatavilla www-muodossa: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>> (Luettu 19.4.2012).

Paulson, F., Paulson P. & Meyer, C. 1991. What Makes a Portfolio a Portfolio? *Educational Leadership* 48 (5) 60–63. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.stanford.edu/dept/SUSE/projects/ireport/articles/e-portfolio/what%20makes%20a%20portfolio%20a%20portfolio.pdf>> (Luettu 14.3.2012).

Peltonen, M. & Ruohotie P. 1992. *Oppimismotivaatio: Teoriaa, tutkimuksia ja esimerkkejä oppimishalukkuudesta*. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.

POMI. 2009. The Programmable Open Mobile Internet (POMI) 2020 Project. Saatavilla www-muodossa: <<http://cleanslate.stanford.edu/pomi2020>> (Luettu 14.1.2013).

Pönkä, H. 2013. Arvio suomalaisten Facebook-käyttäjien todellisesta määrästä + ikäpyramidi. Saatavilla www-muodossa: <<http://harto.wordpress.com/2013/02/27/-arvio-suomalaisten-facebook-kayttajien-todellisesta-maarasta-ikapyramidi/>> (Luettu 15.3.2013).

Pöyri, M. 2011. Facebook ohittaa LinkedInin työnhaun kanavana. Saatavilla www-muodossa: <<http://mapoyri.wordpress.com/2011/11/18/jobvite-facebook-ohittaa-linkedinin-tyonhaun-kanavana/>> (Luettu 21.1.2013).

Ruohotie, P. 1998. *Motivaatio, tahto ja oppiminen*. Helsinki: Oy Edita Ab.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>> (Luettu 15.2.2013).

Salmon, G. 2000. *E-tivities: The Key to Active Online Learning*. Great Britain: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn.

Schawbel, D. 2011. 5 reasons why your online presence will replace your resume in 10 years. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/21/5-reasons-why-your-online-presence-will-replace-your-resume-in-10-years/>](http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2011/02/21/5-reasons-why-your-online-presence-will-replace-your-resume-in-10-years/) (Luettu 11.2.2013).

Schmidt, J. 2007. Blogging practices: An analytical framework. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4). Saatavilla [www-muodossa: <http://dblp.uni-trier.de/db/journals/jcmc/jcmc12.html#Schmidt07>](http://dblp.uni-trier.de/db/journals/jcmc/jcmc12.html#Schmidt07) (Luettu 15.2.2013).

Shepherd, C. & Bolliger, D. 2011. The effects of electronic portfolio tools on online students' perceived support and cognitive load. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.editlib.org/p/53715>](http://www.editlib.org/p/53715) (Luettu 23.4.2012).

Silverman, R. 2012. No More Résumés, Say Some Firms. Saatavilla [www-muodossa: <http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203750404577173031991814896.html>](http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203750404577173031991814896.html) (Luettu 5.1.2013).

Sirkkunen, E. 2006. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.

Swallow, E. 2011. How Businesses Use Social Media for Recruiting. Saatavilla [www-muodossa: <http://mashable.com/2011/08/28/social-media-recruiting-infographic/>](http://mashable.com/2011/08/28/social-media-recruiting-infographic/) (Luettu 21.1.2013).

Tolvanen, P. 2012. Kolme erilaista intranet-konseptia: viestinnällinen intranet, sosiaalinen intranet ja sähköinen työpöytä. Saatavilla [www-muodossa: <http://viidestaso.wordpress.com/2012/12/11/kolme-erilaista-intranet-konseptia-viestinnallinen-intranet-sosiaalinen-intranet-ja-sahkoinen-tyopoyta/>](http://viidestaso.wordpress.com/2012/12/11/kolme-erilaista-intranet-konseptia-viestinnallinen-intranet-sosiaalinen-intranet-ja-sahkoinen-tyopoyta/) (Luettu 28.12.2012).

Tosh, D. & Werdmuller, B. 2004. Creation of a Learning Landscape: weblogging and social networking in the context of e-portfolios. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.eife-l.org/publications/eportfolio/documentation/doc/tosharticle>](http://www.eife-l.org/publications/eportfolio/documentation/doc/tosharticle) (Luettu 12.5.2012).

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi*. Helsinki: Tammi.

Vartiainen, M. & Nurmela, K. 2002. Tavoitteet ja tulkinnat – motivaatio ja palkitseminen työelämässä. Teoksessa Salmela-Aro, K. & Nurmi, J. E. (toim.) *Mikä meitä liikuttaa? Modernin motivaatiopsykologian perusteet*. Jyväskylä: PS Kustannus.

Vavoula, G. & Sharples, M. 2002. Requirements for the Design of Lifelong Learning Organisers. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.eee.bham.ac.uk/sharplem/Papers/vavoula%20sharples%20MLearn%202002.pdf>> (Luettu 27.6.2012).

Walker, J. 2006. Blogging from inside the ivory tower. Teoksessa Bruns, A. & Jacobs, J. (toim.) *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.

Wicks, D., Lumpe, A., Algera, H., Gritter, K., Barrett, H. & Saltee, J. 2011. bPortfolios: Blogging for Reflective Practice. Saatavilla www-muodossa: <http://sloanconsortium.org/effective_practices/bportfolios-blogging-reflective-practice> (Luettu 13.6.2012).

Wiedmer, T. 1998. Digital portfolios: capturing and demonstrating skills and levels of performance. Electronic validation of individual teacher performance. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://94.23.146.173/ficheros/4f16875cadba111440dd6a5e65108966.pdf>> (Luettu 15.1.2013).

Williams, D., Ducheneaut, N., Xiong, L., Zhang, Y., Yee, N. & Nickell, E. 2006. From Tree House to Barracks: The Social Life of Guilds in World of Warcraft. *Games and Culture* 1 (4). Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.nickyee.com/pubs/Tree%20House%20to%20Barracks%202006.pdf>> (Luettu 11.1.2013).

Yardi, S., Golder, S.A., & Brzozowski, M.J. 2009. Blogging at work and the corporate attention economy. *Proc. of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing*. USA: ACM Press. Saatavilla pdf-muodossa: <<http://www.hpl.hp.com/research/scl/papers/bloggng/chi2009/chi2009.pdf>> (Luettu 24.5.2013).

LIITE 1: HAASTATTELUN TEHTÄVÄNANTO

Kuvitellaan, että sinun tulisi löytää käyttöösi digitaalinen portfolio, jota käyttäisit ammatillisen urasi tukena. Portfolio ei olisi työnantajasi omistama, vaan sinun henkilökohtainen työkalusi, joka säilyisi käytössäsi läpi elämän työpaikkojen vaihtuessa.

Haluat löytää käyttöösi prosessiportfolion, joka ei ole pelkkä ansioluettelo tai kooste tekemistäsi töistä, vaan henkilökohtainen paikka oman osaamisen kehittämistä, ajattelua, vuorovaikutusta ja erilaisen tiedon tallennusta ja jakamista varten.

Edellisen kuvauksen valossa vastaa seuraaviin kahteen kysymykseen jokaisen kolmen skenaarion kohdalla.

Mihin olet tyytyväinen tässä mallissa?

Mihin olet tyytymätön tässä mallissa?

Vastaa mielellään mahdollisimman kuvailevasti ja perustellen: jos käytät ranskalaisia viivoja asioiden listaamiseen, avaa listattuja asioita vielä erillisessä tekstissä. Kaikki ajatukset ja ideat kannattaa kirjata. Voit tarvittaessa kysyä lisätietoja ja tarkennusta sähköpostilla (vaarala.heidi@gmail.com).

Huom: Skenaarioiden on tarkoitus kuvailla mallin peruseriaatteita: sillä, miltä käyttöliittymä näyttäisi, tai olisiko kyseinen malli teknisesti toteutuskelpoinen, ei ole merkitystä.

LIITE 2: TAUSTATIETOLOMAKE

Ikä:

Sukupuoli:

Koulutus:

Ammattiala ja -asema:

Oletko käyttänyt digitaalisia portfolioita?

Jos olet,

Millaista:

Mihin tarkoitukseen:

Kauanko:

Oletko käyttänyt sosiaalista mediaa?

Jos olet,

Mitä palveluita:

Kuinka pitkään:

Kuinka aktiivisesti:

LIITE 3: SKENAARIOT

Skenaario 1: Digitaalinen portfolio

Nykyaikainen digitaalinen verkkoportfolio.

Sinulla on käytössäsi henkilökohtainen verkkoportfoliosivusto, jonka avulla on mahdollisuus tuottaa ja ylläpitää erilaista sisältöä: voit lisätä palveluun omat tietosi, kirjoittaa blogia, päivittää ansioluetteloa ja osaamisia, ladata palveluun kuvia, videoita ja muita tiedostoja. Tallennettujen tiedostojen osalta käytössäsi on tietty määrä henkilökohtaista palvelintilaa: sivustolla kerrotaan, minkä verran tilaa on vapaana. Tilaa voi vapauttaa poistamalla tiedostoja tai ostamalla lisää palvelintilaa. Voit koostaa haluamiasi tietoja portfoliostasi yhteen ja jakaa niitä muiden palvelun käyttäjien kesken. Sosiaalista kanssakäymistä tukee mahdollisuus viestiä muiden palvelun käyttäjien kanssa keskustelupalstalla tai lähettää vain heille osoitettuja yksityisviestejä.

Skenaario 2: Sosiaalisen median mashup

Mashup-alustalle koottu kokoelma sosiaalisesta mediasta löytyvästä sisällöstä.

Digitaalinen portfolio muodostuu sinun omasta verkkopresenssistäsi, eli siitä, miten olet esillä verkossa ja millaista sisältöä olet tallentanut eri verkkopalveluihin. Työkaluna sinulla on mashup-alusta, eli verkossa toimiva koontityökalu, jonka avulla voit kerätä yhteen näkymään kaikki käyttämäsi sosiaalisen median palvelut niiltä osin, kuin itse haluat. Voit esimerkiksi yhdistää näkymään ylläpitämäsi blogin sisällön tai muiden käyttäjien blogeja, yhteisöpalvelun uutisvirran ja verkkoon lataamasi valokuvat, videot ja tiedostot. Voit myös tallentaa usein käyttämiäsi koostenäkymiä, joihin olet nostanut erilaiset palvelut, ja vaihdella niiden välillä tarpeen mukaan. Voit jakaa tallentamiasi näkymiä myös muille halutessasi esitellä omaa verkkopresenssiäsi valikoiduilla sisällöillä. Sosiaalisen median palveluita voit käyttää koontisivun kautta tai niiden omassa käyttöliittymässä: palvelujen sisällöt päivittyvät reaaliaikaisesti koontisivulle. Koontisivun kautta voit vuorovaikuttaa kaikkien eri palveluista löytyvien kontaktiesi kanssa.

Skenaario 3: Pelillinen sosiaalinen virtuaalimaailma

Sosiaalisen median sisältöjä hyödyntävä kolmiulotteinen pelimaailma.

Digitaalinen portfolio on virtuaalinen pelimaailma, joka toimii yhteistyössä verkkoon tallentamasi sisällön kanssa. Sinua edustaa kolmiulotteinen virtuaalihahmo. Tukikohtana sinulla on oma asunto, jota voit sisustaa omilla portfolioartefakteillasi: verkosta löytyvistä blogikirjoituksistasi voit koostaa kirjoja, kuvapalveluista löytyviä kuvia voit kehystää seinälle tai koostaa kuva-albumeiksi, videopalveluista löytyvistä videoistasi voit tehdä elokuvia ja katsella niitä valkokankaalta jne. Muiden virtuaalimaailmassa olevien ihmisten kanssa voi keskustella, jakaa portfolioartefakteja ja luoda niitä yhdessä.

Voit aina halutessasi järjestää kaikille pelaajille tai vain kutsutuille vieraille avoimen näyttelyn, jossa esittelet portfolioartefaktejasi. Näyttelyitä voi järjestää myös yhdessä muiden kanssa esimerkiksi koostamalla eri henkilöiden portfolioartefakteja yhteen tietyn aiheen ympärille tai tekemällä yhdessä kokonaan uusia sisältöjä. Näyttelyvieraille voi antaa mahdollisuuden arvostella ja kommentoida näyttelyä joko niin, että palaute on yksityistä tai julkista. Hyvin menestyneet eli paljon vieraita ja hyviä julkisia arvosteluita keränneet näyttelyt saavuttavat helposti mainetta sosiaalisessa pelissä.

Voit pelata peliä yksin tai yhteisöllisesti. Omien oppimisartefaktien tuottamisesta, muokkaamisesta ja jakamisesta saa pisteitä. Pisteitä saa myös yhteisöllisyydestä kuten toisten pelaajien kutsumisesta näyttelyihin, näyttelyissä vierailemisesta, yhteisiin näyttelyihin osallistumisesta ja näyttelyiden kommentoimisesta ja arvostelemisesta. Saavutettuja pisteitä ei vähennetä missään tilanteessa.