

SITRAN JULKISHALLINNON JOHTAMISOHJELMAN YHTEISÖLLISEN VIESTINNÄN KONSEPTI - KOTISIVUT JA SOSIAALINEN MEDIA



Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu, Medialaboratorio 1/2010
Jarno M. Koponen

ESIPUHE	1
1. UUSI JOHTAJUUS JA YHTEISÖLLINEN VIESTINTÄ	2
2. UUDEN JOHTAJUUDEN YHTEISÖLLINEN TARINA	3
2.1 Ydinviestit ja viestinnän keinot	5
2.2 Uuden johtajuuden tarina hanketasolla	9
2.3 Ohjelman brändi ja yhteisöllinen viestintä	9
Nimeämiskäytännöt ja näkyvyys	10
3. VIESTINNÄN MODUULIT	11
3.1 Sitran julkishallinnon johtamisohjelman kotisivut	12
Kotisivujen pää- ja perusosioiden sisältökuvaukset	13
Vaihtoehtoisten pääosioden sisältökuvaukset	18
Huomioita sivuston toiminnallisuuksia koskien	19
Ohjelman muiden viestintämoduulien näkyvyys kotisivuilla	20
Sivuston näkyvyys ja promotointi	20
3.2 Yhteisöllisen median ympäristöt	21
LinkedIn	24
Facebook	25
Youtube	26
Slideshare	27
Twitter/Qaiku	28
Flickr	30
Kotisivujen ulkopuoliset blogit	31
Ohjelman näkyvyyden ja vaikutuksien seuranta verkossa	31
3.3 Jatkokehitys	32
4. LÄHTEITÄ	33

ESIPUHE

Hyvät lukijat!

Sitra on käynnistänyt vuoden 2010 alusta Julkishallinnon johtamisohjelman. Ohjelman tavoite on lisätä kansalaisten vaikutusmahdollisuuksia ja valinnanvapautta, kehittää tuottavuutta parantavia ja uutta liiketoimintaa synnyttäviä monituottajamalleja, vahvistaa julkishallinnon sektorirajat ylittävää yhteistyötä ja päätöksentekoa sekä luoda tehokasta ja ihmisläheistä julkista hallintoa johtajuutta kehittämällä.

Nelivuotinen ohjelma kehittää ja kokeilee kuntien ja valtionhallinnon kanssa uusia tapoja ja konsepteja, joiden avulla asiakkaat, julkishallinnossa työskentelevät ja erilaiset palvelutarjoajat voivat tuoda oman osaamisensa ja näkemyksensä palveluiden kehittämiseen. Toteutusvoimaa uudistumiseen tuo aktiivinen ja vuorovaikutteinen viestintä ja jatkuva keskustelu kaikkien sidosryhmien kanssa. Kysymyksessä ei ole yhdensuuntainen tiedon levittäminen, vaan pikemminkin co-creation, yhdessä työskentely, jossa ideat jalostuvat kokeiluhankkeiksi ja kokeiluhankkeiden tulokset uusiksi sovelluksiksi jossakin toisaalla. Tämän kokemuksellisen oppimisen myötä on mahdollista synnyttää uutta suomalaista johtamisajattelua sekä rakentaa dialogia yksityisen ja julkisen sektorin johtamisen välille, joita erottaa johtamisvälineet, ei ehkä niinkään johtajuus.

Kehittäessään uusia toimintatapoja ja uudenlaista johtajuutta ohjelma haluaa myös hyödyntää uusimpia viestinnällisiä mahdollisuuksia, joita erityisesti sosiaalinen media tarjoaa. Niinpä päätimme pyytää viestinnällisten toimintatapojen pohdintaan mukaan valtakunnan parasta osaamista eli Aalto-yliopiston Taideteollisen korkeakoulun Media Labin. Media Labissa tehtävään tarttui tutkija Jarno Koponen, joka erittäin perusteellisen suunnittelutyön pohjalta rakensi ohjelmalle yhteisöllisen viestinnän konseptin. Työn lopputuloksensa ei ole vain sovellettava konsepti, vaan myös laajempi kuvaus siihen liittyvästä viestintäajattelusta. Uskomme, että käsillä olevassa raportissa ”Sitran Julkishallinnon johtamisohjelman yhteisöllisen viestinnän konsepti – kotisivut ja sosiaalinen media” kuvattu ajattelu on sovellettavissa muissakin yhteyksissä, ja avoimen keskustelun hengessä tarjoamme sen muidenkin käyttöön.

Haluan kiittää tutkija Jarno Koposta erittäin asiantuntevasta työstä sekä sujuvasta yhteistyöstä. Media Labin puolelta työtä ohjasi professori Teemu Leinonen, joka myös osallistui yhteisiin keskusteluihin. Julkishallinnon johtamisohjelman osalta työssä ovat allekirjoittaneen ohella olleet erityisesti Jonna Stenman, Kirsi Mäki ja Marjut Mutanen, joille myös osoitan parhaat kiitokseni. Lukijoille valaisevia lukuhetkiä!

Juha Kostiainen

ohjelmajohtaja

Julkishallinnon johtamisohjelma

1. UUSI JOHTAJUUS JA YHTEISÖLLINEN VIESTINTÄ

Sitran julkishallinnon johtamisohjelman yhteisöllisen viestinnän strategian ensisijaisena tarkoituksena on tukea julkisen sektorin johtamiskulttuurin kehittämistä vuorovaikutteiseen ja ihmislähtöiseen suuntaan. Ohjelman kotisivujen ja sosiaalisen median ympäristöjen kautta tapahtuvan vuorovaikutteisuutta korostavan viestinnän avulla pyritään kannustamaan, innostamaan ja ohjeistamaan julkisen sektorin johtoa ja työyhteisöjä johtamistapojen ja viestintäkulttuurin kehittämisessä. Tämän kautta osallistutaan kokonaisvaltaisesti julkisen sektorin uudistamiseen ja tulevaisuuden suomalaisen yhteiskunnan kehittämiseen.

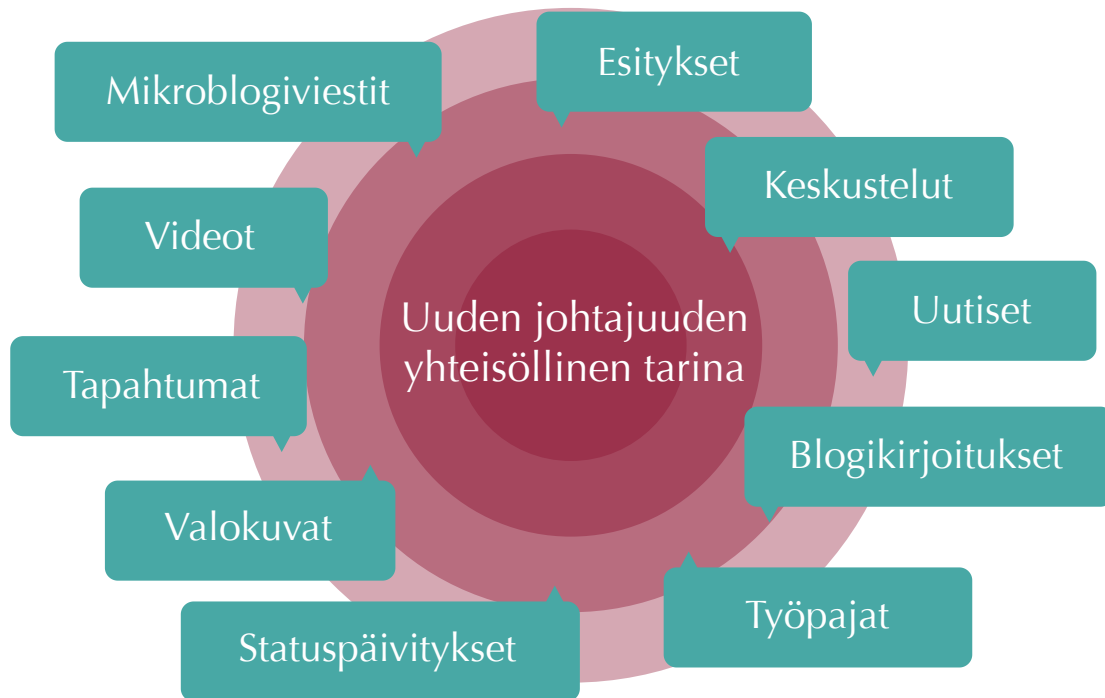
Tässä suunnitelmassa¹ kuvatun digitaalisen läsnäolon ja vuorovaikutteisen viestinnän avulla on tarkoitus rakentaa uuden suomalaisen johtajuuden yhteisöllinen tarina, joka luodaan yhdessä johtajien, kanssatekijöiden ja työyhteisöjen kanssa. Uuden johtajuuden yhteisöllisen tarinan avulla pyritään luomaan keskustelu- ja asenneilmapiiri, joka tukee johtamisen ja johtajuuden uudistamista. Samalla tarinan ympärille muodostuva verkosto kokoaa yhteen johtamisen kehittämisestä kiinnostuneet henkilöt, yhteisöt ja organisaatiot. Ohjelman aktiivinen läsnäolo erilaisissa sosiaalisen median ympäristöissä mahdollistaa moniäänisyyden ja näkökulmien rikkauden huomioimisen, vaalimisen ja hyödyntämisen. Näin avataan keskustelu johtamisen uudistamiseen liittyen laajalla rintamalla, erilaisten toimijoiden ja tekijöiden tarpeet, odotukset ja tavoitteet huomioiden.

Sosiaaliset mediaympäristöt vaikuttavat yhä enemmän johtamisen arkeen ja laajemmin työhön liittyvään viestintään. Johtamisen ja johtajuuden kehittämisessä on siten samaan aikaan kyse viestintä- ja asennekulttuurin uudistamisesta. Sitran julkishallinnon johtamisohjelma näyttää omalla toiminnallaan esimerkkiä ottamalla näkyvästi käyttöönsä uusia vuorovaikutteisia johtamisen ja viestinnän menetelmiä ja toimintamalleja. Yhteisöllisissä medioissa tapahtuvan kommunikoinnin kautta ohjelmanorganisaatio pystyy käytännön toiminnallaan konkretisoimaan välittämäänsä viestiä ja osoittamaan käytäntöihin perustuvaa arvo-, aate- ja tietojohtajuutta suomalaisen johtamisen ja johtajuuden uudistamisessa. Johdonmukaisesti kannustamalla luodaan henkeä, näkemyksien ja esimerkkien avulla innostetaan toimintaan käytännön tasolla.

Avoimuutta, läpinäkyvyyttä, ihmislähtöisyyttä ja kuuntelevaa läsnäoloa korostavien toimintaperiaatteiden ja niiden käytännön toteutuksen kautta Sitran julkishallinnon johtamisohjelma tekee kansainvälisellä tasolla urauurtavaa työtä julkishallinnon johtamis- ja viestintäkulttuurin kehittämisessä.

¹ Taustatutkimuksen ja konseptisuunnitelman teossa on hyödynnetty monipuolisesti sosiaalisen median mahdollisuuksia ja menetelmiä. Tutkimus- ja suunnittelutyötä taustoittava Johtoajatus-blogi löytyy osoitteesta: <http://johtoajatus.blogspot.com>.

2. UUDEN JOHTAJUUDEN YHTEISÖLLINEN TARINA



Kuva 1. Uuden johtajuuden yhteisöllinen tarina luodaan ja rakennetaan monikanavaisesti ja -äänisesti.

Sosiaalinen media rakentuu vuorovaikutteisista ja verkottuneista, jatkuvasti kehittyvistä tarinoista. Yhteisöllisen median väylät tarjoavat ainutlaatuisen ympäristön uuden johtajuuden tarinan luomiseen, jakamiseen ja vuorovaikutteiseen kehittämiseen.

Syntyvä kehityskertomus avautuu valaisevien keskustelujen ja osuvien kysymysten kautta, vastaukset ja ratkaisut etsitään yhdessä moniäänisyyttä ja vuorovaikutteisuutta korostavaa johtamis- ja viestintäkulttuuria edistäen ja vaalien.

Uuden johtajuuden tarina pyrkii avaamaan tuoreita näkökulmia johtajuutta ja johtamisen uudistamista koskevaan keskusteluun. Eri viestintämuotoja ja -ympäristöjä hyödyntävässä ja jatkuvasti kehittyvässä tarinassa etsitään, kehitetään ja esitellään toimintamalleja ja työkaluja johtamis- ja viestintäkulttuurin kehittämiseksi. Tarinan keskiössä on johtamisen käytäntöjen lisäksi johtajuuden uudistaminen. Johtajuuteen perinteisesti liitetyt ominaisuudet ja kyvyt sekä niitä koskevat käsitykset on uusien haasteiden edessä arvioitava ja muotoiltava uudelleen. Yhteisöllisesti luotavan tarinan kautta kehitetään aktiivisesti ja avoimesti julkisen sektorin johtamisen uutta paradigmaa.

Sosiaalinen media ja yhteisöllinen viestintä

Sosiaalisessa mediassa ei ole kyse yksittäisestä digitaalisesta palvelusta, ympäristöstä tai internet-sovelluksesta. Pikemminkin sosiaalinen media muodostuu verkottuneista ja verkottuvista viestinnällisistä ekosysteemeistä ja prosesseista. Siten sosiaalista tai yhteisöllistä mediaa tulisi lähestyä jatkuvasti kehittyvänä ja uusia muotoja saavana vuorovaikutteisen viestinnän prosessina, joka voidaan tuoda osaksi mitä tahansa olemassa olevaa toimintaa.²

Yhteisöllinen viestintä perustuu ihmisten aitoon läsnäoloon ja vuoropuheluun.

Sosiaalisen median ympäristöissä tarinat luodaan, kerrotaan ja kehitetään aktiivisesti yhdessä. Näiden ympäristöjen tarjoamien menetelmien avulla on mahdollisuus korostaa uuden johtamisen ja johtajuuden tarinan vuorovaikutteista ja yhteisöllistä luonnetta. Valittujen viestintäväylien (esim. kotisivut, Facebook, LinkedIn, Youtube, Slideshare) kautta esitellään tarinaelementtejä ja "tarinasiiementiä", joita voidaan luoda, muokata, jakaa ja kehittää yhteisöllisesti. Kyse on jatkuvan vuoropuhelun ja arkisen vuorovaikutteisuuden mahdollistamisesta.

Syntyvien tarinoiden kautta pyritään avaamaan uusia näkymiä johtajuuden ja johtamisen todellisuuteen. Avautuvat tarinat ja niiden mahdollistama keskustelu antavat julkishallinnon johtajille ja työyhteisöille mahdollisuuden omien näkökulmien esiintuomiseen ja avaamiseen ja samaan aikaan omien toimien perustelemiseen, arvioimiseen ja kehittämiseen. Uuden johtajuuden tarina pyrkii mahdollistamaan muutokset niin ajattelun kuin toiminnan tasolla.

Ohjelman ja sen piirin kuuluvien hankkeiden viestintää lähestytään ja kehitetään johdonmukaisesti uuden johtajuuden tarinan perspektiivistä. Ohjelman toimijat rakentavat uuden johtamisen kertomusta yhteisöllisesti mahdollistamalla ohjelman ja sen hankkeiden kannalta merkityksellisten toimijoiden osallistumisen sekä sosiaalisen median että muiden väylien kautta.

² Tässä dokumentissa sosiaalinen/yhteisöllinen media -käsitettä käytetään viitattaessa 1) vuorovaikutteiseen, digitaalisia ympäristöjä monipuolisesti hyödyntävään viestintäprosessiin ja 2) digitaalisiin yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutteisuutta korostaviin viestintäympäristöihin. Käsitteen tapauskohtainen merkitys avautuu käyttökontekstin kautta.

Sosiaalinen media johtamisen ja viestinnän tukena



Kuva 2. Sosiaalisen median hyödyntäminen johtamis- ja viestintäkulttuurin kehittämisessä tapahtuu vaiheittain: hyötymahdollisuuksien selvittämisen kautta kehitetään organisaatiolle sopivat käyttötavat ja sovellukset - aito vuorovaikutteisuus perustuu aktiiviseen ja kuuntelemaan läsnäoloon.

2.1 Ydinviestit ja viestinnän keinot

Uuden johtajuuden tarina rakennetaan yhdessä - se koostuu erilaisista näkökulmista, ajatuksista, puheenvuoroista ja kommentteista. Monipolvinen ja -muotoinen tarina muodostuu mm. videoista, valokuvista, blogikirjoituksista ja statuspäivityksistä, joiden kautta uuden johtajuuden tarina ja johtamisen kehittämisen agenda tuodaan työpöydälle, kokoushuoneisiin, kahvipöytiin ja lounaskeskusteluihin.

Uuden johtajuuden tarinan kautta tulee kertoa ytimekkäästi ja innostavasti:

- Miksi johtamis- ja -viestintäkulttuuria tulee uudistaa
- Miten johtamista ja viestintäkulttuuria voidaan uudistaa
- Kuinka digitaalisia työkaluja ja sosiaalisen median ympäristöjä voidaan käyttää julkishallinnon johtajuuden, johtamisen ja viestinnän kehittämisessä

Ohjelmaan liittyvän viestinnän tulee olla keskusteluun ja osallistumiseen kannustavaa. Ydinviestit tulee esittää siten, että ne mahdollistavat myös vaihtoehtoisten näkökulmien ja mielipiteiden esittämisen:

- Viestit tuodaan esille kertomuksien ja näkökulmien kautta lausuntojen ja yksioikoisen kasvottoman uutisoinnin sijaan.
- Tuotettuja sisältöjä voidaan aluksi kommentoida ohjelmaorganisaation toimijoiden puolesta. Näin istutetaan dialogisuuden ja vuorovaikutteisuuden kannalta tärkeitä siemeniä ja osoitetaan, että ohjelman toimijat ja tekijät ovat valmiita aktiiviseen vuoropuheluun.

Tietoisuutta luodaan tarjoamalla jäsenneltyä taustatietoa

Johtamiseen, johtajuuteen ja viestintään vaikuttavat toimintaympäristöjen ja -edellytysten muutokset:

- Taustoitetaan ja valaistaan tämän hetkisestä yhteiskunnallisesta, taloudellisesta ja kulttuurisesta tilanteesta (lokaalien ja globaalien muutosvoimien esittely) aiheutuvaa uudistumis- ja muutostarvetta
- Kerrotaan yhteisöllisten mediaympäristöjen vaikutuksesta johtamis- ja viestintäkulttuuriin

Uudistumista edistetään ja tuetaan tarjoamalla toimintamalleja ja neuvoja

- Tuodaan esille vaihtoehtoisia malleja johtamis- ja viestintäkulttuurin uudistamiseksi
- Esitellään ytimekkäästi ja selkeästi yhteisöllisten mediaväylien erilaisia käyttötapoja ja sovelluksia johtamisen ja viestinnän kehittämisessä
- Innostetaan, kannustetaan ja neuvotaan konkreettisten ja valaisevien esimerkkien (tutkimus, case-esimerkit) avulla

Tietoisuutta luodaan ja muutosta tuetaan vuorovaikutteisen läsnäolon kautta

- Annetaan kasvot ja ääni uudistumistarpeelle, uudistajille, päämäärille, tavoitteille ja ideoille
- Ohjelma näyttää omalla toiminnallaan esimerkkiä johtamis- ja viestintäkulttuurin kehittämisessä

Dialogiin kannustava vuorovaikutteisuus käytännössä

Jokainen ohjelman tuottama sisältöelementti tai sisällöllinen kokonaisuus (esim. video, tiedote, uutinen, blogikirjoitus) tuodaan esille synkronoidusti eri viestintäkanavissa viestintäympäristön ominaisuudet ja erityispiirteet huomioiden. Samalla jokainen viesti muokataan eri viestintämoduuleihin³ sopivaksi sekä sisältönsä että tyyliensä puolesta. Viittaamisen, kommentoinnin, ”taggaamisen” ja ristiinlinkittämisen avulla tarinan osat (tiedotteet, keskustelut, videot, käyttäjien luomat sisällöt jne.) liitetään toisiinsa verkostomaiseksi, jatkuvasti kehittyväksi tarinakokonaisuudeksi, jota voidaan lähestyä eri

³ Julkishallinnon johtamisohjelman digitaaliset viestintämoduulit: kotisivut, LinkedIn, Facebook, Youtube, Flickr, Slideshare, blogit, Twitter/Qaiku

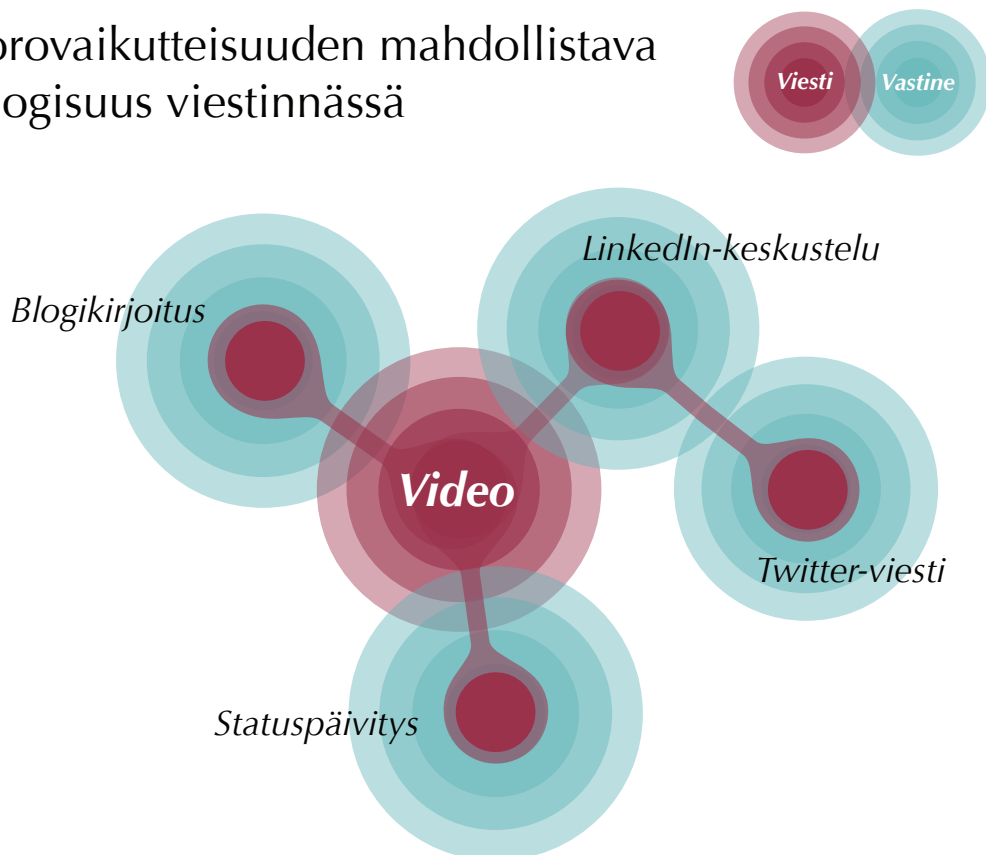
viestintämoduulien ja niihin kytkeytyvien sisältöjen kautta. Kokonaiskertomus rakentuu eri viestintämoduuleissa yhteisöllisesti luoduista ja kehitetyistä sisällöistä.

Viesti-vastine impulssit ja dialogin mahdollistava viestintä

Oikeat kysymykset ovat yhteisöllisen median ympäristöissä useimmiten täydellisiä vastauksia tärkeämpiä.

Uuden johtajuuden tarinan vuorovaikutteisuutta ja keskustelevuutta tuetaan dialogisilla viesti-vastine-impulseilla. Hankkeeseen liittyvien sisältömaterialien (video, tiedote, uutinen, presentaatio, blogikirjoitus) julkaisun yhteydessä sisällölle ja sen sisältämälle viestille luodaan dialoginen ja vuorovaikutteinen ulottuvuus sisältövästineen muodossa. Vastineita luodaan esimerkiksi videojulkaisua taustoittavan/kommentoivan/promotoivan 1) blogikirjoituksen 2) Facebook-/LinkedIn-ryhmässä aloitetun keskustelun 3) Twitter-viestin (tweet), 4) kotisivuilla toteutetun kyselyn tai 5) henkilökohtaisen Facebook-statuspäivityksen muodossa. Osa viestintämoduuleista tukee itsessään vuorovaikutteista sisällön jakamista (esim. Slideshare-esitysten ja Youtube-videoiden kommentointi- ja arviointitoiminnallisuudet).

Vuorovaikutteisuuden mahdollistava dialogisuus viestinnässä



Kuva 3. Jokaiselle sisällölle pyritään luomaan uusia näkökulmia ja dialogia mahdollistavia vastineita eri viestintäympäristöissä. Näin jokainen sisältö esitellään ja julkaistaan keskustelun mahdollistavassa hengessä.

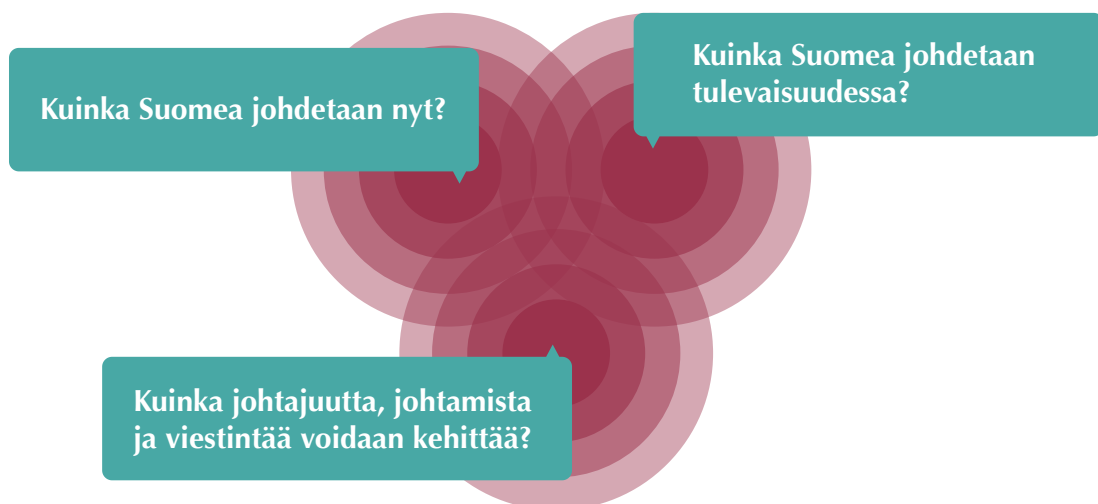
Kotisivuilla tai muissa viestintämoduuleissa nostetaan esille muiden toimijoiden luomia sisältöjä, näkökulmia ja kommentteja: esim. 1) kotisivujen blogikirjoituksessa vastataan, viitataan tai linkataan muiden tuottamaan mielenkiintoiseen materiaaliin (mielipiteet, näkökulmat, kommentit) 2) uudessa videossa vastataan ihmisten esittämiin kysymyksiin, 3) LinkedIn-/Facebook-ryhmässä huomioidaan ja nostetaan esille muiden käyttäjien tuottamia sisältöjä 4) mikrobloggausympäristössä (Twitter/Qaiku) reagoidaan muiden käyttäjien aktiivisuuteen kommentoimalla ja tai esim. välittämällä johtajuutta ja sen uudistamista käsitteleviä viestejä (“retweet”) ja materiaaleja.

Yhteisöllinen sisällöntuotanto

Yhteisöllistä sisällöntuotantoa tukevan viestintästrategian mukaan uuden johtajuuden kertomus rakentuu:

- Sitran julkishallinnon johtamisohjelman tuottamista sisällöistä
- ohjelman yhteistyökumppaneiden ja siihen liittyvien hankkeiden tuottamista sisällöistä
- johtamisen ja viestinnän uudistamisesta kiinnostuneiden yksilöiden, yhteisöjen ja organisaatioiden tuottamista sisällöistä

Yhteisöllisten sisällöntuotantoprosessien mahdollistamiseksi luodaan eritasoisia osallistumisen väyliä ja tapoja eri yhteistyö- ja sidosryhmille (päättöksentekijät, asiantuntijat, muutosagentit). Sisällöntuotantoprosesseja kuvataan tarkemmin viestintämoduulien esittelyn yhteydessä luvussa 3.



Kuva 4. Uuden johtajuuden tarinaa rakennetaan tuomalla esille johtamisen uudistamisen kannalta keskeisiä ilmiöitä, toimintamalleja ja tavoitteita sekä ohjelman että siihen liittyvien hankkeiden viestinnässä.

2.2 Uuden johtajuuden tarina hanketasolla

Jokaisen johtamisohjelmaan liittyvän hankkeen viestintää ja yhteisöllisen median aktiivisuutta pohditaan uuden johtajuuden tarinan ja siihen liittyvien päänäkökulmien kautta:

Kuinka Suomea johdetaan nyt? Kuinka Suomea johdetaan tulevaisuudessa? Kuinka johtajuutta, johtamista ja viestintää voidaan kehittää? Kuinka kyseinen hanke uudistaa johtajuutta?

Esimerkiksi Voimaantumis-kirja ja siihen liittyvät seminaarit esittelevät johtajuuden ja johtamisen uudistamiseen liittyviä menetelmiä, toimintamalleja ja niiden tarjoamia käytännön etuja. Hankkeeseen liittyvässä viestinnässä vastataan kysymyksen: kuinka johtajuutta, johtamista ja viestintää voidaan kehittää?

Johtamisohjelman viestintämoduulien kautta tapahtuva hankekohtainen viestintä suunnitellaan ja kehitetään yhdessä hankkeisiin liittyvien toimijoiden kanssa. Siten uuden johtajuuden tarinan kehittämisessä tuetaan hankekohtaista viestintää parhaalla mahdollisella tavalla. Samaan aikaan kyetään hyödyntämään hankkeeseen liittyvien toimijoiden asiantuntemusta ja verkostoja viestinnän yksityiskohtien suunnittelussa ja käytännön toteutuksessa.

2.3 Ohjelman brändi ja yhteisöllinen viestintä

Sitran julkishallinnon johtamisohjelman brändi on kiinteässä yhteydessä Sitran brändiin. Ohjelman kotisivujen ja muiden viestintämoduulien toimintaperiaatteiden ja ilmiön (nimi, URL, visuaalinen ilme, sisällöt, vuorovaikutteisuuden keinot) pitää olla linjassa ohjelman arvojen, toimintamallien ja tavoitteiden kanssa.

On suositeltavaa, että ohjelman digitaaliselle ulottuvuudelle luodaan vuorovaikutteisuutta ja ihmislähtöisyyttä korostava brändikokemus. Tämä tapahtuu sekä visuaalisen viestinnän että tuotettujen sisällöllisten kokonaisuuksien ja käyttökokemusten avulla. Brändin jatkekehityksessä tulee huomioida uuden johtajuuden tarinan ydinviestit ja yhteisöllistä viestintää korostavat painotukset.

Brändikonseptisynopsis:

Suomi ja julkishallinnon johtaminen on uusien haasteiden edessä. Tarvitaan uutta vuorovaikutteista ja mahdollistavaa johtajuutta. Tämän kautta kehitetään suomalaista yhteiskuntaa sen kaikilla tasoilla.

Julkishallinnon kehittämisohjelman näkyvyys digitaalisissa ympäristöissä kytkee Sitran brändin osaksi suomalaisen johtajuuden, johtamisen ja viestintäkulttuurin kehittämistä

(sisältöjen määrä hakutuloksissa, sisältöjen laatu esim. vertaisarvioinnit, blogikirjoitukset, kommentit, näkyvyys erilaisissa sosiaalisen median ympäristöissä).

Ohjelman brändin kannalta keskeiset avainsanat:

Uusi johtajuus, vuorovaikutteisuus, mahdollistaminen, ihmislähtöisyys, moniäänisyys, yhteisöllisyys, avoimuus, läsnäolo, aate-, arvo- ja asennejohtajuus

Nimeämiskäytännöt ja näkyvyys

Suoraan julkishallinnon johtamisohjelman toimintaan liittyvän nimeämiskäytännön tulee olla yhtenäinen eri viestintäympäristöissä sekä digitaalisissa että muissa viestintämateriaaleissa.

Esimerkki:

Sivuston nimi: uusijohtajuus.fi.

Facebook/LinkedIn-ryhmän nimi: Uusi johtajuus

Youtube/Slideshare/Flickr/Twitter/Qaiku-käyttäjänimi: Uusijohtajuus

Tagit ja kanavamerkit: #uusijohtajuus (Twitter-kanava), uusijohtajuus (muut ympäristöt)

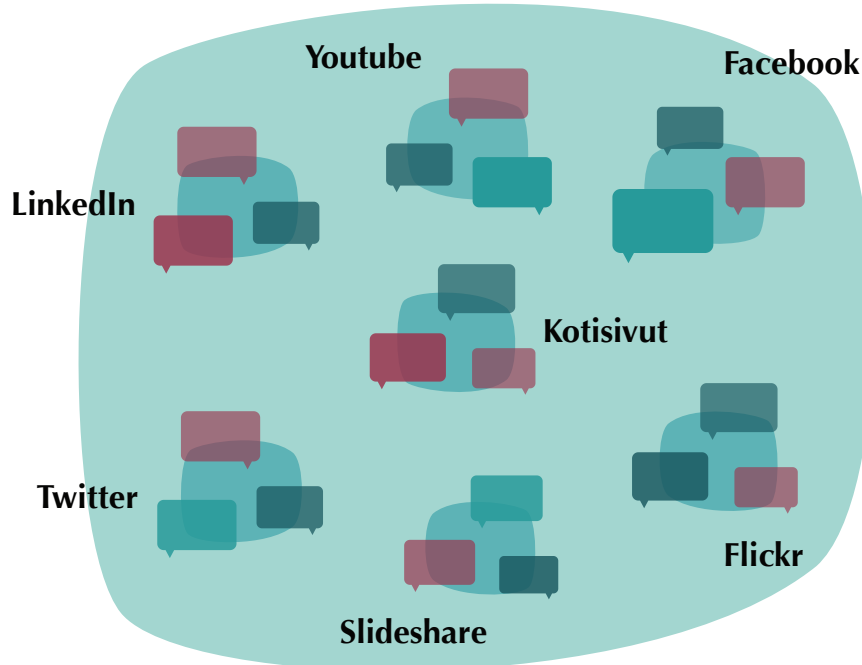
Kaikissa ohjelman viestinnänmoduuleissa on selvästi esillä linkit sekä ohjelman että Sitran kotisivuille mainitussa järjestyksessä. Ohjelmalle kehitettävä visuaalinen yleisilme on esillä kaikissa viestinnän moduuleissa.

Hankkeen piiriin kuuluvat toimijat viittaavat tuottamassaan ja luomassaan aineistossaan ohjelmaan ja Sitraan saman käytännön mukaisesti.

Esimerkki:

Ohjelman järjestämästä tapahtumasta tuotettu video merkitään kotisivuilla ja Youtubessa uusijohtajuus- ja sitra-tageilla. Tapahtumasta käytävä keskustelu blogissa tai Twitterissä merkitään uusijohtajuus/#uusijohtajuus-tagilla/kanavamerkillä.

Uuden johtajuuden yhteisöllinen tarina



Kuva 5. Uuden johtajuuden kertomusta luodaan ja rakennetaan yhteisöllisesti digitaalisia viestintäympäristöjä monipuolisesti hyödyntäen.

3. VIESTINNÄN MODUULIT

Julkishallinnon johtamisohjelma rakentaa viestintäänsä monikanavaisesti sosiaalisen median väyliä hyödyntäen. Ohjelman viestintämoduulien on tarkoitus toimia yhdessä ja rinnakkain, toisiaan täydentäen ja tukien. Ne muodostavat viestintäverkoston, jossa kullakin moduulilla on oma tehtävänsä ja painopistealueensa. Viestintämoduulien kautta rakennetaan uuden johtajuuden tarinaa, joka on mahdollisimman monen ihmisen tavoitettavissa hänen valitsemallaan tavalla, hänelle sopivassa ympäristössä.

Yhteisöllisten mediaympäristöjen avulla pyritään tuomaan uuden johtajuuden kehittäminen osaksi laajempaa tietoisuutta. Samalla luodaan erilaisia ja eri tasoisia osallistumismahdollisuuksia, joiden kautta tarinasta tulee vuorovaikutteinen, yhteinen ja yhdessä rakennettu.

3.1 Sitran julkishallinnon johtamisohjelman kotisivut

Ohjelman kotisivut ovat tärkein yksittäinen ikkuna sen toimintaan. Sisältöjä tulee tuottaa säännöllisesti ja kotisivujen aktiivisuuden tulee välittyä kaikkien viestintämoduulien kautta.

Sivuston sisältökokonaisuus kehittyy ajan myötä. Sivuston julkaisun yhteydessä tulee pyrkiä siihen, että sivuston eri osioista löytyy kattavasti ydinviestintää tukevaa materiaalia (videot, blogikirjoitukset, uutiset jne.). On tärkeää, että sivuille tuotetaan sisältöjä säännöllisesti ja johdonmukaisesti. Tämä koskee niin pääosioiden ydinsisältöjä kuin vastauksia käyttäjien kommentteihin ja tiedusteluihin.

Aktiivisen toiminnan, kohdennettujen sisältöjen, nopean reagoinnin ja eri viestintämoduulien kautta tapahtuvan verkostoitumisen avulla kotisivuista voidaan luoda johtajuuden ja johtamisen kehittämisen digitaalinen keskuspaikka.

Ydintehtävät:

Uuden johtajuuden tarinan esitleminen ja rakentaminen, tiedottaminen, uutisointi

Muut tehtävät:

Osallistumiskanavien ja mahdollisuuksien vuorovaikutteinen esitleminen ja avaaminen

Kotisivut on kokoava viestintämoduuli, jonka tarkoitus on

- Tarjota ajantasaista tietoa ohjelmaan liittyvästä toiminnasta
- Antaa käyttäjälle mahdollisuus osallistua ohjelman toimintaan ja uuden johtajuuden tarinan rakentamiseen käytännön tasolla (esim. sisältöjen kommentointi, keskustelut, tapahtumat, muu mahdollinen sisällöntuotanto)
- Ohjata käyttäjä oman toimintansa kannalta merkityksellisiin sisältömateriaaleihin ja vuorovaikutteisiin ympäristöihin (viestintämoduuleihin) sekä ohjelmaan liittyviin tapahtumiin

Pää- ja perusosiot:

Ohjelman esittely, Ajankohtaista, Videot, Blogi(t), Media, Palaute, Yhteystiedot

Vaihtoehtoiset osiot:

“Uusijohtajuus”-stream, Ideaboxi/Keskustelufoorumi, Tapahtumakalenteri, Materiaalivinkit

Eri osioiden välille tulee muodostaa dialogisia suhteita sekä sisällön että interaktioiden avulla (ristiinlinkitys osiosta toiseen). Esim. Blogi-osiossa kommentoidaan tuoreita uutisia, videoita ja niistä syntynyttä keskustelua. Tämän kautta vahvistetaan viestinnän vuoropuhelullista ja kertomuksellista ulottuvuutta.

Osioiden nimiä tulee vielä tarkentaa brändi- ja sivustokonseptin jatkokehityksen myötä.

Kotisivujen pää- ja perusosioiden sisältökuvaukset

Ohjelman esittely

Pääosio, jolla mahdollinen nosto etusivulla.

Kyseinen osio esittelee kootusti ja ytimekkäästi ohjelman, sen keskeiset toimijat, toimintamallit, päämäärät ja tavoitteet. Tältä sivulta voidaan linkata ohjelmaa, sen toiminta-alueita ja hankkeita tarkemmin esitteleville alasivuille ja muihin ohjelman toimintaa yksityiskohtaisemmin esitteleviin sisältöihin (esim. videot, blogikirjoitukset).

Uutiset/Ajankohtaista

Pääosio, jolla etusivun nosto ja RSS- ja/tai Atom-feed.⁴

Kyseessä on ajankohtaisiin aiheisiin, uutisiin ja tiedotteisiin keskittyvä osio. Pääsääntöisesti osion sisällöt tulee pitää iskevän lyhyinä ja tiivistettyinä - tarvittaessa syventävää sisältöä tai laajempi artikkeli löytyy lue lisää -linkin tai muiden linkkien kautta.

On tärkeää pohtia, mihin aihealueisiin ja materiaaleihin Ajankohtaista-osiossa keskitytään. Viitataan uutisnostoissa esim. ulkopuolisiin johtamisen ja viestinnän kehittämistä käsitteleviin tai sivuaviin uutisiin ja/tai uutislähteisiin?

Videot

Pääosio, jolla etusivun nosto ja RSS- ja/tai Atom-feed.

Lyhyiden videoiden kautta tapahtuva viestintä luo monipuoliset mahdollisuudet ohjelman ydinviestien välittämiseen. Videoissa keskitytään uuden johtajuuden tarinan avaamiseen taustatietojen, näkökulmien ja toimintamallien esittelemisen avulla. Videoissa pyritään ottamaan huomioon toimija- ja kansalaisnäkökulma. Audiovisuaalisina kokemuksina videot toimivat keskustelunavaajina, uuden johtajuuden tarinan siemeninä. Niiden kautta tarina saa konkreettisen, "elämän makuisen ja tuntuisen" ulottuvuuden.

Videoiden sisällöstä ja viestintäkeinoista

Videot ovat osa uuden johtajuuden tarinan dialogista ulottuvuutta - niiden kautta nostetaan esille ohjelman kannalta keskeiset hankkeet, esille nousevat näkökulmat, tärkeät toimijat sekä mielenkiintoiset ja puhuttelevat ilmiöt. Videohaastatteluissa ja tuokiokuvien kautta annetaan ääni ja kasvot muutostarpeelle, päämäärille ja muutoksen tekijöille, uudelle

⁴ <http://fi.wikipedia.org/wiki/RSS>. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Atom>

johtamis- ja viestintäkulttuurille. Samalla voidaan korostaa uuden johtajuuden käytännön vaikutuksia osana arkipäivän johtajuutta ja johtamista.

Sisältöehdotuksia:

1) Esitellään uutta johtajuutta "edustavia" ja johtamisen käytäntöjä uudistavia/uudistaneita organisaatioita, työyhteisöjä tai henkilöitä

- Esikuvien ja esimerkkien kautta annetaan kasvot ja konteksti johtamisen kehittämiseksi
- Esimerkkien kautta esitellään erilaisia näkökulmia ja vaihtoehtoisia menetelmiä johtamisen kehittämiseen liittyen (toimintamallien ja -tapojen monimuotoisuus, tiedonjakaminen ja levittäminen)

2) Esitellään ja haastatellaan eri julkishallinnon johtamiseen ja päätöksentekoon liittyviä työyhteisöjen jäseniä tekemisensä keskellä

- Henkilöhaastattelujen kautta tuodaan esille huomioita ja näkökulmia johtajuuden arkisiin käytäntöihin ja toimiin liittyen

3) Tehdään lyhyitä haastatteluja ohjelmaan liittyvistä tapahtumista ja seminaareista

- Näiden haastattelujen ja tuokiokuvien avulla avataan tapahtumat ja ohjelman toiminta laajemmalle yleisölle. Esille nousevien erilaisten näkökulmien kautta tuetaan vuoropuhelua ja moniäänisyyttä.

4) Ulkopuolisten toimijoiden tuottama videomateriaali osana uuden johtajuuden tarinaa

- Vuoropuhelun mahdollistamiseksi ja tukemiseksi Video-osiossa voidaan aktiivisesti kannustaa johtamisen ja viestinnän uudistamisesta kiinnostuneita yksilöitä, yhteisöjä ja organisaatioita tuottamaan omia tarinasiemeniä videoiden muodossa

Osa videoista voidaan toteuttaa tilaustyönä - näin käytetään resursseja tarinasiementen laadukkuuteen ja vetovoimaisuuden lisäämiseen (vrt. esim. TED, www.ted.com, Pekka Himasen Dignifi, <http://dignifi.posterous.com/>). Videoita voidaan toteuttaa myös kevyemmin - mukana kulkevaa videokameraa tai kamerakännykkää käyttäen voidaan tallentaa mieleenpainuvia ja aitoja hetkiä, ajatuksia ja huomioita. Arkipäiväisemmät, aidoissa tilanteissa tallennetut ex tempore -videot lisäävät läsnäolon ja avoimuuden tunnetta viestintää ajatellen. Useimmat mobiililaitteet mahdollistavat videoiden helpon siirtämisen digitaalisiin verkkoympäristöihin (esim. youtube.com, vimeo.com, bambuser.com).

Lyhyet videot (kesto 1-5 min) toimivat näkökulmien avaamisessa ja ajatuksien herättelijöinä. Pidempien videoiden (kestoltaan esim. 5-15 min) kautta syvennyttään fokusaiheisiin perusteellisemmin.

Reaaliaikainen webcasting osana Video-osiota:

Resurssien ja tarpeen mukaan kyseisessä osiossa voidaan tarjota reaaliaikaista videomateriaalia ohjelmaan ja sen hankkeisiin liittyvistä tapahtumista.

Teknisiä huomioita:

- Jatkokehityksessä tulee tarkentaa, tarvitaanko itse sivuille itsenäinen videoiden tallennus/toisto/streamaus -toiminnallisuus. Tällä on vaikutusta esim. sisältöjen esitystä ja

saatavuutta koskien (mm. ulkopuolisissa palveluissa olevat mainokset, ulkopuolisten palvelujen mahdolliset rajoitukset sisällön esittämistä ja esittämisympäristöä koskien)

- Kotisivujen sisällönhallintajärjestelmän tulee tukea videoiden helppoa "upottamista" eri sisältöosioihin. Toiminnallisuuden avulla ulkopuolisiin videopalveluihin (esim. Youtube, Vimeo) ladatut videosisällöt voidaan upottaa suoraan sivustolle.

Monitasoinen osallistumisen mahdollistaminen



Kuva 6. Sekä kotisivujen että muiden viestintämoduulien kautta pyritään luomaan erilaisia ihmislähtöisiä osallistumisen muotoja ja väyliä. Jokaisella on mahdollisuus osallistua uuden johtajuuden tarinan rakentamiseen omalla tavallaan.

Blogi(t)

Pääosio, jolla etusivun nosto ja RSS- ja/tai Atom-feed.

Blogin avulla taustoitetaan, kommentoidaan, argumentoidaan ja avataan uusia näkökulmia johtajuuden ja johtamisen kehittämiseen. Ohjelman kotisivujen blogin tai blogien avulla mahdollistetaan näkökulmien ja moniäänisyyden ilmaiseminen. Samalla blogin avulla on mahdollista esitellä syvällisemmin hankkeen sisäisiä ja siihen liittyviä toimijoita. Blogikirjoitusten kautta annetaan kasvot ja konkreettinen ääni ohjelman kannalta keskeisille toimijoille ja avataan aktiivisesti ohjelman toiminta ja uuden johtajuuden tarina vuoropuhelulle.

Kirjoittamisvastuuta voidaan jakaa esimerkiksi siten, että bloggaajat vaihtuvat vuoroviikoin. Tämän metodin avulla voidaan korostaa blogin dialogista luonnetta ja näkökulmien rikkautta. Blogista tulee areena aidolle vuoropuhelulle; kirjoittajat reagoivat, vastaavat ja viittaavat toisiinsa. Siten luodaan myös sivuston sisäistä linkitystä ja annetaan kävijälle mahdollisuus löytää itseään kiinnostavia sisältöjä mahdollisimman helposti, monipuolisesti avautuvan linkityksen avulla.

Sisältöehdotuksia:

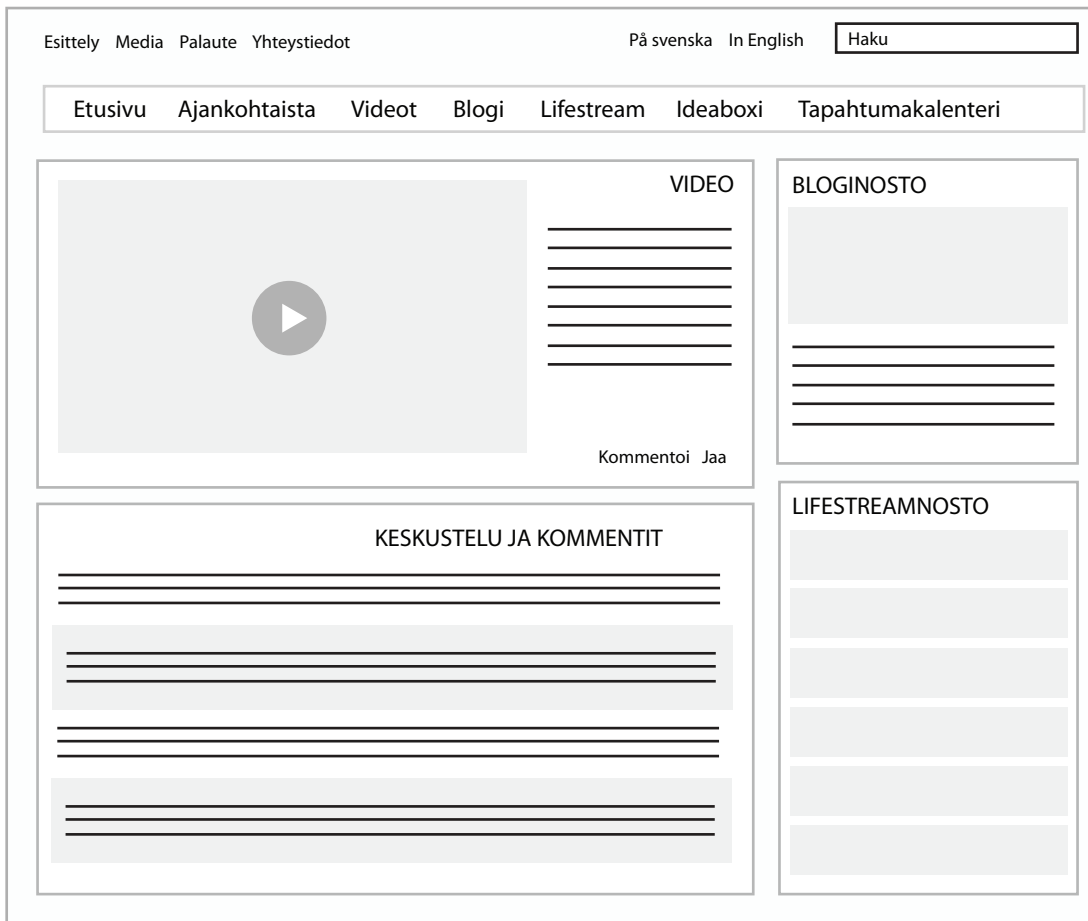
1) Taustatietoa ja näkökulmia johtamisen kehittämiseen liittyen sekä teorian että käytännön esimerkkien kautta (esim. Johtoajatus-blogi, johtoajatus.blogspot.com)
- kasvot ja ääni muutokselle; moniäänisyys uudistamisen voimavarana

2) Johtamisen uudistamiseen liittyvien käytäntöjen ja toimintamallien esitleminen (esim. johtajuuden uudistaminen paikkakunnalla X)
- yli sektori- ja kuntarajojen liikkuva tietotaito johtamisen ja viestinnän uudistamiseen liittyen

3) Johtajuus ja johtaminen nykypäivän ja tulevaisuuden julkishallinnossa
- Esitellään ja kuvataan millaisia toimintamalleja on käytössä tällä hetkellä ja kuinka niitä voidaan kehittää (muutostarve, -edellytykset, tavoitteet)



Kuva 7. Alustava wireframe-pohja sivuston etusivun pääelementtejä koskien (kyseessä ei ole sivun layoutin visuaalinen esitys vaan etusivulla näkyviä pääelementtejä koskeva "pohjapiirustus")



Kuva 8. Alustava wireframe-pohja sivuston Video-sivua koskien (kyseessä ei ole sivun layoutin visuaalinen esitys vaan sivulla näkyviä pääelementtejä koskeva "pohjapiirustus")

Media, Palaute, Yhteystiedot -osiot

Näissä osioissa ovat saatavilla ohjelman viestinnän ja kommunikoinnin kannalta tarpeelliseksi katsotut tiedot ja sisällöt (esim. pressikuvamateriaali).

Sisältöehdotuksia:

Yhteystiedot-osiossa voidaan esitellä hankkeeseen kuuluvat henkilöt kuvan ja esim. LinkedIn/Kotisivu/Facebook/Twitter -linkin kanssa. Näin annetaan toimijoille kasvot ja viitataan heidän läsnäoloonsa ja saavutettavuuteensa yhteisöllisissä viestintäympäristöissä.

Vaihtoehtoisten pääosioiden sisältökuvaukset

“Uusijohtajuus”-lifestream⁵

Osio, jolla etusivun nosto ja RSS- ja/tai Atom-feed.

Tässä osiossa sisältö (esim. valokuvat, blogikirjoitukset, videot, Twitter-viestit) haetaan kotisivuille yhteisöllisen median ympäristöistä tiettyjen ennakkoon määritettyjen avainsanojen, tagien tai muiden vastaavien teknologioiden (Wordpress Lifestream, Planet Wikimedia)⁶ avulla. Kyseessä on siis sisältöaggregaattori, joka suodattaa ja näyttää erilaisissa digitaalisissa ympäristöissä luotuja sisältöjä tarvittaessa reaaliajassa.

Lifestreamin avulla on mahdollista korostaa uuden johtajuuden tarinan vuorovaikutteisia yhteisöllisiä ominaisuuksia. Kyseisen osion moderoiminen ja ylläpitäminen voidaan pitää hyvin kevyenä. Samalla sen kautta saadaan tuotua automaattisesti esille käyttäjien ja ohjelmaan liittyvien toimijoiden ja verkostojen aktiivisuus erilaisissa ympäristöissä ja yhteisöllisen median välissä tiettyjen ennalta määritettyjen ja muokattavissa olevien parametrien (avainsanat, tagit, määritellyt ympäristöt) mukaisesti.

Ideaboksi/Keskustelufoorumi

Sivustolle voidaan luoda oma Ideaboksi/Keskustelu-osionsa. Osiossa annetaan käyttäjille aktiivinen mahdollisuus keskustella sivuston sisällöistä ja ohjelmaan liittyvistä asioista. Sen kautta voidaan kerätä ajatuksia ja näkemyksiä ohjelman toimintaan liittyen.

Huomioita:

- Keskustelu voidaan ohjata myös suoraan sisältökommentointiin (esim. uutisten, videoiden ja blogikirjoitusten kommentointiin) sekä kotisivuilla että sosiaalisen median kanavissa.

Tapahtumakalenteri

Osio, jolla mahdollinen etusivun nosto ja RSS- ja/tai Atom-feed.

Osiossa tiedotetaan ohjelman ja sen verkostojen toimintaan liittyvistä tapahtumista. Tapahtumakalenteri-osio voi sisältää kalenteri-elementin (päivämäärät, viikot, kuukaudet) ja lisäksi tarkempaa tietoa/linkin ohjelmaan liittyvästä kokonaisuikataulusta.

⁵ <http://en.wikipedia.org/wiki/Lifestreaming>

⁶ <http://wordpress.org/extend/plugins/lifestream/>. http://meta.wikimedia.org/wiki/Planet_Wikimedia

Materiaalivinkit

Materiaalivinkit osiossa tarjotaan linkkejä mielenkiintoisiin niin digitaalisiin kuin muihinkin sisältöihin. Tämän osion voi ajatella eräänlaiseksi jatkuvasti täydentyväksi "kirjastoksi", josta voidaan esim. erilaisten filttärinti- ja hakumenetelmien (sanahaku, teemakohtainen haku jne.) avulla tarjota kätevästi erilaisia johtamista ja viestintää koskevia sisältöjä. Materiaalivinkit-osion avulla voidaan luoda helposti käytettävissä oleva tietovaranto johtamisen uudistamisesta kiinnostuneille ja siihen osallistuville tahoille. Materiaalivinkit voidaan vaihtoehtoisesti toteuttaa esimerkiksi 1) osana Blogi-osiota eräänlaisen lukupäiväkirjan tms. muodossa 2) välittämällä materiaalilinkkejä esim. Twitter-viestien avulla.

Muita mahdollisia täydentäviä sisältöelementtejä tai toiminnallisuuksia:

Uutiskirje

Uutiskirjeessä kootaan yhteen ajankohtaisia aiheita tietoiskumaiseksi, selkeäksi ja ytimekkääksi kokonaisuudeksi. Uutiskirjeessä linkataan niin kotisivuilla kuin muissa viestintämoduuleissa oleviin lisäsisältöihin. Samaa uutiskirjettä voidaan sisältönsä puolesta käyttää soveltavasti eri viestinnän moduuleissa (esim. LinkedIn- ja Facebook-ryhmä).

Sähköpostilista

Kotisivujen nostoelementti, jonka kautta voi ilmoittautua ohjelmaan liittyvälle sähköpostilistalle. Sähköpostilista mahdollistaa kohdennetun tiedotuksen.

Huomioita sivuston toiminnallisuuksia koskien

- Sisältöjen kommentoitavuutta tulee voida säätää osiokohtaisesti sisällönhallintajärjestelmästä käsin
- Kotisivujen sisältöjen (uutiset, blogikirjoitukset, videot jne.) kommentointitoiminnallisuus voidaan toteuttaa esim. OpenId ja/tai esim. Facebook-autentikointia käyttäen. Ratkaisu helpottaa kommenttien moderointia (vähemmän asiattomia roskaposti-kommentteja) ja parantaa käyttäjien kommentointi-mahdollisuuksia. Samalla uuden johtajuuden tarina kytketään henkilöihin ja heidän tarinoihinsa. Tämän lisäksi/rinnalle voidaan toteuttaa captcha-pohjainen⁷ kommentointitoiminnallisuus, joka mahdollistaa myös anonyymien kommentoinnin.
- Sisällöt tulee voida "tagata" niihin liittyvin avainsanoin. Tämä parantaa sisältöjen löydettävyyttä ja saavutettavuutta tarjoten käyttäjälle monta reittiä itseään kiinnostavien sisältöjen ja sisällöllisten kokonaisuuksien äärelle.

Seuranta:

- Käyttäjämääriä voidaan seurata helposti esimerkiksi sivustolle asennetun Google Analytics -komponentin⁸ avulla. Kyseinen Googlen palvelu mahdollistaa mm.

⁷ <http://fi.wikipedia.org/wiki/CAPTCHA>

⁸ <http://www.google.com/analytics/>

webliikennestatistiikan helpon webpohjaisen seuraamisen ja jakamisen. Lisäksi erilaiset sisällönhallintajärjestelmät antavat mahdollisuuden käyttäjätilastojen seuraamiseen.

Nämä ratkaisut ovat usein riippuvaisia sivuston teknisestä toteutuksesta ja tarvittavista ominaisuuksista tulee neuvotella teknisen toimittajan kanssa jatkokehityksen yhteydessä.

- Ohjelman näkyvyys webissä ja muissa medioissa: mm. linkitykset, kommentit, artikkelit, viestit ja kirjoitukset erilaisissa sosiaalisen median ympäristöissä ja muissa viestintäympäristöissä

Ohjelman muiden viestintämoduulien näkyvyys kotisivuilla

Kotisivuilla on selvästi esillä linkit kaikkiin keskeisiin viestinnän moduuleihin.

- Mahdollisen lifestream-osion avulla kotisivut voidaan kytkeä tehokkaasti eri viestintämoduuleihin ja niissä tapahtuvaan toimintaan
- Ohjelman Twitter-stream voidaan laittaa omaksi nostoelementikseen kotisivuille/johonkin kotisivujen osioon. Siten Twitter-päivitykset ovat suoraan nähtävillä kotisivuilla. Tällä on positiivinen vaikutus oman aktiivisuuden ja näkyvän läsnäolon viestimisen kannalta.
- Sivustolle upotetut Youtube-videot voivat itsessään sisältää linkin kyseiseen videoon liittyviin muihin videoihin (related videos) ja ohjelman omalle Youtube-kanavalle
- Sivustolle upotetut Slideshare-presentaatiot sisältävät linkin ohjelman Slideshare-kanavalle

Sivuston näkyvyys ja promootointi

Ohjelman kotisivut ovat keskeisessä roolissa kokonaisviestinnän kannalta. Siten on tärkeää, että ohjelman sivusto ja siihen liittyvät viestinnän moduulit ovat esillä kaikissa viestintämateriaaleissa.

Ohjelman ja sen keskeisten viestintämoduulien nettiosoitteet ovat esillä kaikessa digitaalisessa viestinnässä (esim. sähköpostiviesteissä, tiedotteissa, videoissa, blogeissa). Nettiosoitteet ovat johdonmukaisesti esillä ohjelman ja siihen liittyvien hankkeiden tuottamissa fyysisissä materiaaleissa kuten esitteissä, ohjelmalehtisissä ja muissa mahdollisissa tiedotus- ja markkinointimateriaaleissa. Näin pyritään linkittämään kaikki merkittävä ohjelmaan liittyvä aktiivisuus sen ydinviesteihin ja uuden johtajuuden yhteisöllisen tarinan rakentamiseen.

Ohjelman kotisivujen osoite tuodaan aktiivisesti esille kaikissa eri viestintämoduuleissa tapahtuvassa viestinnässä ja samalla se liitetään johdonmukaisesti eri viestintämoduuleihin tuotettavaan materiaaleihin (esim. Youtube-videot, Slideshare-presentaatiot, LinkedIn-ryhmä).

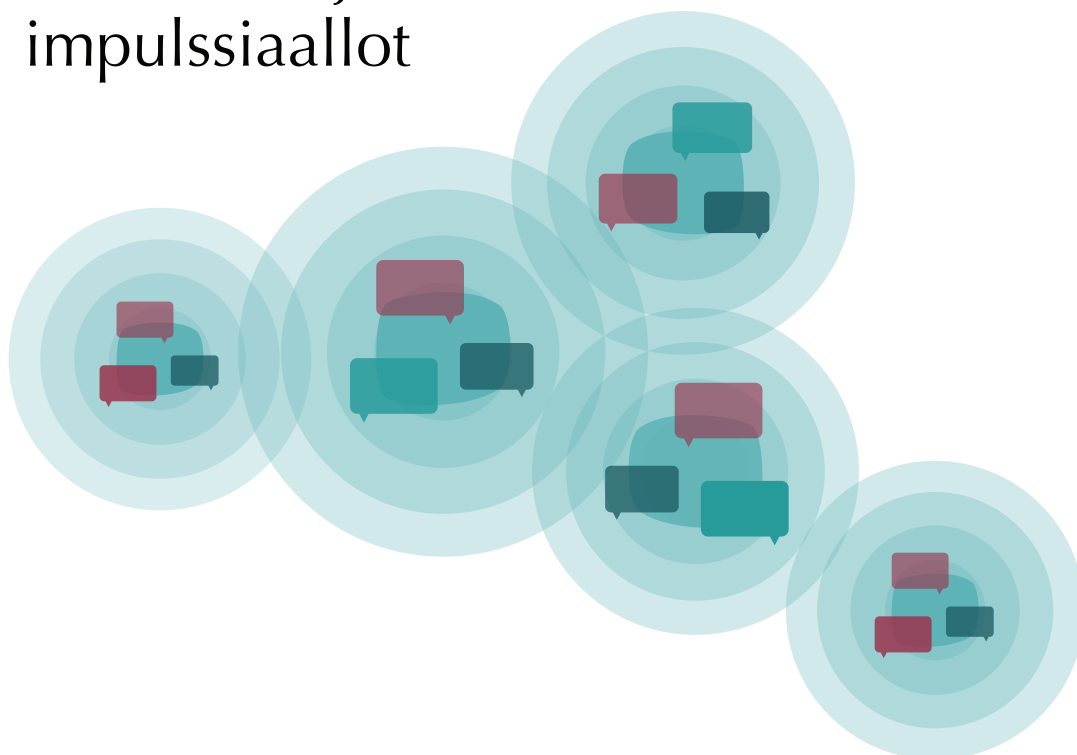
Ohjelma voi tuottaa ja teettää muuta digitaalisessa muodossa olevaa visuaalista materiaalia (esim. bannereita, merkkejä, visualisointeja), joita on helppo jakaa, levittää ja

upottaa yhteisöllisen median ympäristöissä. Samalla tuetaan aktiivisesti viestinnän “viraalia” ulottuvuutta ja lisätään ohjelman näkyvyyttä, saavutettavuutta ja löydettävyyttä.

Esimerkki:

Uusijohtajuus-merkki, jonka voi käyttäjä voi laittaa blogiin tai edustamansa toimijan kotisivuille, ja osoittaa näin tukevansa tai olevansa mukana suomalaisen johtajuuden ja johtamisen kehittämisessä.

Ydinviestit ja impulssiaallot



Kuva 9. Jokainen ydinviesti ja siihen liittyvät reaktiot vaikuttavat uuden johtajuuden tarinan leviämiseen, tulkintaan ja vaikutuksiin laajemmissa verkostoissa.

3.2 Yhteisöllisen median ympäristöt

Yhteisöllisen median ympäristöt voidaan ajatella viestinnän verkostoon kuuluvina synapseina, joiden kautta viestit ja uuden johtajuuden tarina välittyvät laajempien verkostojen tietoisuuteen. Niiden kautta vahvistetaan tarinan yhteisöllistä, osallistumisen mahdollistavaa ulottuvuutta. Kaikki johtamisohjelman viestinnän moduulit - kotisivut ja sosiaalisen median ympäristöt - muodostavat synapsien verkoston, jossa jokainen synapsi reagoi ja välittää ydinviestejä oman toimintaympäristönsä yhteisöllisiä ominaisuuksia hyödyntäen. Näin ydinviestit ja -viestintä, uuden johtajuuden tarina, saa aidosti

yhteisöllisen ulottuvuuden. Jokainen ydinviesti ja siihen liittyvät reaktiot tulevat esille impulssiaaltona viestinnän moduuleissa ja niihin liittyvissä laajemmissa verkostoissa.

Yhteisöllisten mediaympäristöjen avulla edistetään avoimuuden, läpinäkyvyyden ja kuuntelevan läsnäolon ilmapiiriä ja mahdollistetaan moniäänisyys johtamisen ja johtajuuden kehittämisessä.

Ohessa esitellyt sosiaalisen median ympäristöt tarjoavat monipuolisia yhteisöllisen ja vuorovaikutteisen viestinnän mahdollisuuksia. Ympäristöt on pyritty valitsemaan siten, että ne tukevat toiminnallisuuksiltaan ja ominaisuuksiltaan monitasoisesti ohjelman viestintää ja sen sisältämien ydinviestien välittämistä ja kehittämistä. Valitut viestintäympäristöt ovat vakiinnuttaneet käyttäjäkuntansa ja ovat tunnettuja laajemman yleisön keskuudessa.⁹ Siten niiden kautta pystytään tukemaan olemassa olevia ja luomaan uusia, ohjelman toiminnan kannalta hyödyllisiä viestintäväyliä ja verkostoja. Samaan aikaan sosiaalisessa mediassa tapahtuvan toiminnan kautta tuodaan aktiivisesti esille ohjelman dialogisuutta, avoimuutta, reagoitakykyä ja ihmiskeskeisyyttä korostava arvomaailma käytännön tasolla.

<i>Nimi</i>	<i>Kuvaus</i>	<i>Ydintehtävät</i>
LinkedIn http://www.linkedin.com	Ammatillisesti orientoitunut yhteisöllinen verkostopalvelu	Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo
Facebook http://www.facebook.com	Suosittu yhteisöllinen verkostopalvelu	Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo
Youtube http://www.youtube.com	Videoiden jakamiseen ja levittämiseen tarkoitettu verkostopalvelu	Uuden johtajuuden tarinaan liittyvien videoiden jakaminen ja levittäminen (vuorovaikutteiset tarinasiemenet)
Slideshare http://www.slideshare.net	Digitaalisten presentaatioiden jakamiseen ja levittämiseen tarkoitettu yhteisöllinen webpalvelu	Uuden johtajuuden tarinaan liittyvien presentaatioiden jakaminen ja levittäminen (vuorovaikutteiset tarinasiemenet)
Twitter / Qaiku http://twitter.com http://www.qaiku.com	Yhteisöllisiä mikrobloggauspalveluja	Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo, promotointi

⁹ http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf. http://www.youtube.com/t/fact_sheet. <http://mashable.com/2009/10/12/flickr-4-billion/>. <http://mashable.com/2009/08/05/twitter-guide-book-download/>

<i>Nimi</i>	<i>Kuvaus</i>	<i>Ydintehtävät</i>
Flickr http://www.flickr.com	Valokuvien ja videoiden jakamiseen ja levittämiseen tarkoitettu yhteisöllinen webpalvelu	Uuden johtajuuden tarinaan liittyvän kuvamateriaalin jakaminen ja levittäminen (vuorovaikutteiset tarinasiemenet)

Näiden ympäristöjen lisäksi viestinnän moduuleiksi voidaan luoda ja liittää uuden johtajuuden tarinaa rikastavia kotisivujen ulkopuolisia **bloggeja**.¹⁰

Sosiaalisen median ympäristöissä ylläpito- ja osallistumisvastuuta voidaan jakaa antamalla ylläpito-oikeudet tai tunnukset useammalle ohjelman sisäiselle henkilölle. Yhteisöllisissä medioissa osallistuminen tapahtuu myös henkilökohtaisten profiilien kautta. Siten on suositeltavaa, että ohjelmaan liittyvät LinkedIn/Facebook/Twitter-päivitykset liitetään osaksi päivittäisiä viestintärutiineita.

<i>Viestintämoduulien viesti-vastine-impulssiaalto käytännössä</i>		
1a. Videon ja taustatiedotteen* julkaisu kotisivuilla	1b. Videon julkaisu ohjelman Youtube-kanavalla	2a. Videolinkin julkaiseminen ja videota käsittelevän keskustelun aloittaminen LinkedIn/Facebook-ryhmässä
2b. Videolinkin ja esim. videota käsittelevien kommenttien ja huomioiden jakaminen ohjelman kotisivujen blogissa tai esim. Facebook-ryhmän "seinällä" (wall)	2c. Videota käsittelevän ja kommentoivan blogikirjoituksen julkaiseminen kotisivuilla tai ulkopuolisessa blogissa	2d. Videolinkin ja kommentin julkaiseminen Facebook-statuspäivityksessä, Twitterissä tai Qaikussa
3a. Videosta tai siihen liittyvistä aiheista syntyneeseen keskusteluun osallistuminen eri viestintämoduuleissa	3b. Syntyneeseen keskusteluun linkittäminen ohjelman kotisivuilla ja LinkedIn/Facebook-ryhmissä ja/tai LinkedIn/Twitter/Facebook-profiileissa	3c. Saadun palautteen huomioiminen ja hyödyntäminen ohjelman toimintaa kehitettäessä. Kertominen palautteen aiheuttamista reaktioista ja mahdollisista uudistuksista.

* kyseessä voi olla mikä tahansa ohjelman tai sen hankkeisiin liittyvän toimijan tuottama ja julkaistava sisältö. Prosessia säädetään kyseisen sisällön mukaisesti.

¹⁰ <http://fi.wikipedia.org/wiki/Blogi>. Ohjelmaan tiiviisti liittyvästä kotisivujen ulkopuolisesta blogista hyvä esimerkki on Johtoajatus-blogi: <http://johtoajatus.blogspot.com/>

Katso viesti-vastine-impulsseihin liittyen myös luku 2.1.

LinkedIn

Verkostoituva johtajuus ja johtaminen

Ydintehtävät:

Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo

Muut tehtävät:

Tiedottaminen, promotointi, yhteydenpito

1 tai useampia ylläpitäjiä

Toiminnan kannalta keskeiset ominaisuudet:

LinkedIn on ammatillisesti orientoitunut verkostoitumisympäristö ja siten sen kautta voidaan tehokkaasti luoda yhteyksiä erilaisiin johtamisen ja viestinnän kehityksestä kiinnostuneisiin henkilöihin, verkostoihin, yhteisöihin ja organisaatioihin.

LinkedIn-ryhmä mahdollistaa ihmislähtöisen, näkyvän verkostoitumisen, ryhmäkohtaiset keskustelut ja tiedottamisen sekä ohjelmaan liittyvien lisämateriaalien jakamisen ja levittämisen (esim. videot, valokuvat, blogikirjoitukset)

- Henkilökohtaisten profiilien kautta annetaan kasvot ja konkreettinen ääni ohjelmassa vaikuttaville henkilöille ja sen keskeisille toimijoille
- Johtajuuden kehittämisestä kiinnostuneet ihmiset voivat omalla nimellä ja kasvoillaan tulla osaksi uuden johtajuuden tarinaa
- Henkilökohtaisten profiilien kautta johtamisohjelma kytkeytyy osaksi tulevaisuuden johtajien ja tekijöiden henkilökohtaista verkkonäkyvyyttä

Aktiivisuus ja sisällöt:

Linked-ryhmän sivulla kerrotaan tiivistetysti ohjelman toiminnasta ja ohjelman keskeiset ydinviestit nostetaan esille esimerkiksi keskustelu-threadien avulla. Alusta asti on hyvä tarjota käyttäjille monipuolisesti lisämateriaalia esim. uutisten ja linkityksen kautta (videot, kuvat, blogikirjoitukset, linkit ulkopuolisiin materiaaleihin, tiedotteet), jonka avulla ohjelman toiminnasta viestitään selkeästi ja ymmärrettävästi. Samalla tarjotaan erilaisia väyliä ydinviestien ja -tehtävien äärelle.

Johdonmukainen ja näkyvä aktiivisuus innostaa ja kannustaa toimimaan LinkedIn-ryhmässä ja luo sen ympärille aktiivisen verkoston. Ohjelman sisäiset toimijat voivat aluksi käyttää omia LinkedIn-profiilejaan ryhmän esittelemiseen ja promotoimiseen. Samalla kannustetaan aktiivisesti ryhmän ja verkoston jäseniä osallistumaan ohjelman toimintaan. Tämä aktiivisuus luo laajempaa mielenkiintoa ja tietoisuutta johtajuuden kehittämistä koskien.

- LinkedIn-ryhmän kautta voidaan kohdennetusti tiedottaa ja promotoida ohjelmaan liittyviä sisältöjä/tapahtumia ja sen kautta voidaan nostaa esille päivitykset mm. kotisivujen sisältöihin liittyen
- Linked-ryhmän aktiivisuuteen kuuluu mm. uusien jäsenien tarvetulleeksi toivottaminen, kommentteihin vastaaminen, ulkopuolisiin lähteisiin linkittäminen jne.
- Ylläpitäjä voi harkinnan mukaan rekrytoida lisää ylläpitäjiä aktiivisten käyttäjien keskuudesta
- Toiminta voidaan pitää kevyenä: LinkedIn-aktiivisuus yhdistetään kiinteästi osaksi kaikkien viestintämoduulien päivitysprosessia. Samoja sisältöjä voidaan joko suoraan tai kevyesti muokaten käyttää eri viestintämoduuleissa (mm. päivitykset kaikissa ympäristöissä saman sisältömateriaalin pohjalta).

Seuranta:

Jäsenmäärä, keskustelut, kommentit, linkitykset

Facebook

Uusi johtajuus lähtee sieltä missä ihmiset ovat

Ydintehtävät:

Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo

Muut tehtävät:

Tiedottaminen, promotointi, yhteydenpito

1 tai useampia ylläpitäjiä

Ohjelmalla on oma FB-ryhmä/fani-sivu ja hankkeilla mahdollisesti omat FB-ryhmät.

Toiminnan kannalta keskeiset ominaisuudet:

FB-ryhmä mahdollistaa ihmislähtöisen, näkyvän verkostoitumisen. ryhmäkohtaiset keskustelut ja tiedottamisen sekä ohjelmaan liittyvien lisämateriaalien jakamisen ja levittämisen (esim. videot, valokuvat)

- henkilökohtaisten profiilien kautta annetaan kasvot ja konkreettinen ääni ohjelmassa vaikuttaville henkilöille ja sen keskeisille toimijoille
- johtajuuden kehittämisestä kiinnostuneet ihmiset voivat omalla nimellään ja kasvoillaan tulla osaksi uuden johtajuuden kertomusta
- johtamiskeskustelu tuodaan osaksi laajempaa elämänpiiriä ja kytketään se osaksi olemassa olevia asenteita ja ilmiöitä

Aktiivisuus ja sisällöt:

FB-ryhmän sivulla kerrotaan ytimekkäästi ohjelman toiminnasta. Alusta saakka on hyvä tarjota käyttäjille monipuolisesti lisämateriaalia (videot, kuvat, linkit ulkopuolisiin materiaaleihin, tiedotteet), jonka avulla ohjelman toiminnasta viestitään selkeästi ja ymmärrettävästi, ihmislähtöisesti ja vuorovaikutteisesti.

Johdonmukainen ja näkyvä aktiivisuus innostaa ja kannustaa toimimaan FB-ryhmässä sekä seuraamaan sen kehitystä. Ohjelman sisäiset toimijat voivat aluksi käyttää omia FB-profiilejaan ryhmän promotoimiseen ja sen toiminnasta kertomiseen. Samalla kannustetaan aktiivisesti ryhmän ja verkoston jäseniä osallistumaan ohjelman toimintaan. Ryhmän jäsenten kautta on mahdollista luoda siemenet vuoropuhelulle ja luoda laajempaa mielenkiintoa ja tietoisuutta johtajuuden kehittämistä koskien.

- Facebookissa tapahtuva viestintä voi olla vapaamuotoista, osallistumaan kannustavaa ja kommentoivaa
- FB-ryhmän aktiivisuuteen kuuluu mm. uusien jäsenien tarvetulleeksi toivottaminen, kommentteihin vastaaminen, ulkopuolisiin lähteisiin linkittäminen jne. Tähän toimintaan voidaan yhdistää FB-ryhmän muiden sisältöjen päivitys (esim. valokuvat, videot, muu lisämateriaali)
- FB-ryhmän kautta voidaan kohdennetusti tiedottaa ja promotoida ohjelmaan liittyviä sisältöjä ja tapahtumia. Lisäksi sen kautta voidaan nostaa esille päivitykset mm. kotisivujen sisältöihin liittyen.
- Ylläpitäjä voi harkinnan mukaan rekrytoida lisää ylläpitäjiä aktiivisten käyttäjien keskuudesta
- Toiminta voidaan pitää kevyenä: Facebook-aktiivisuus yhdistetään kiinteästi muuhun tiedotusprosessiin (päivitykset kaikissa ympäristöissä saman sisältömateriaalin pohjalta)
- Henkilökohtaiset tapahtumakutsut (FB-ryhmäläiset samoin kuin FB-ystävät voi kutsua kätevästi tapahtumiin)

Seuranta:

Jäsenmäärä, kommentoinnit ja muu aktiivisuus (esim. peukutus, linkitys)

Youtube

Uusi johtajuus omalla ruudulla

Johtamisen kehittämisohjelmalle luodaan oma Youtube-kanava, jonka toimintaa voidaan tukea käyttäjäkohtaisella (henkilökohtaiset käyttäjäprofiilit) aktiivisuudella sekä ohjelmaan liittyvien toimijoiden omien kanavien kautta.

Youtube-kanavaan voi hankkia maksullisia lisäominaisuuksia, joiden avulla sen ulkoasua ja toiminnallisuuksia voi muokata ohjelman tarpeiden ja brändin mukaan (esim. Barack Obama, <http://www.youtube.com/user/BarackObamadotcom>, TED Talks, <http://www.youtube.com/user/TEDtalksDirector>)

Yksi tai useampia ylläpitäjiä

Ydintehtävät:

Uuden johtajuuden tarinaan liittyvien videoiden jakaminen ja levittäminen (tarinasiemenet), näkökulmien avaaminen, taustoitus

Muut tehtävät:

Tiedottaminen, taustoitus, vuorovaikutteinen läsnäolo

Toiminnan kannalta olennaiset ominaisuudet:

Videoiden jakaminen ja niiden levittämisen mahdollistaminen: Youtube-videoita voidaan upottaa (embed) haluttuihin ympäristöihin (kotisivut, blogit jne.). Samalla Youtube mahdollistaa videoiden käyttäjäkohtaiset kommentit ja arvioinnit.

Youtube kytkee samaa aihepiiriä koskevat videot tagien ja avainsanojen avulla toisiinsa - tämä auttaa johtamisen kehittämisestä kiinnostuneita ihmisiä johtamisohjelman luomien ja lataamien videoiden ja niihin liittyvien sisältöjen löytämisessä.

Aktiivisuus ja sisällöt:

Ohjelman perustiedot ja linkit esille kanavan infisivulle.

Youtubeen voidaan ladata ohjelman ja sen toimijoiden tuottamia videoita. Videoiden yhteyteen voidaan sisällyttää niiden kannalta keskeisiä lisätietoja (esim. taustatiedot, "krediitit", lyhyt synopsis, linkitys) ja videot voidaan "tagata" niiden löytämisen ja kontekstualisoinnin helpottamiseksi.

Johtamisohjelman Youtube-kanavan käyttäjien on mahdollisuus tilata itselleen (subscribe) kanavaa koskevat video-päivitykset. Tämän toiminnallisuuden avulla uuden johtajuuden vuorovaikutteinen tarina "tulee käyttäjän luokse" reaaliajassa päivitettyinä.

Seuranta:

Videoiden katselukerrat, kanavan seuraajat, kommentit, katsoja-arviot (rating), linkitykset

Slideshare

Uuden johtajuuden avaavat esitykset

Ydintehtävät:

Uuden johtajuuden tarinaan liittyvien presentaatioiden jakaminen ja levittäminen (tarinasiemenet), näkökulmien avaaminen, taustoitus

Muut tehtävät:

Vuorovaikutteinen läsnäolo, tiedotus

Yksi tai useampia ylläpitäjiä

Toiminnan kannalta olennaiset ominaisuudet:

Presentaatioiden jakaminen ja niiden levittämisen mahdollistaminen: Slideshare-esityksiä voidaan upottaa (embed) haluttuihin ympäristöihin (blogit, kotisivut jne.). Samalla Slideshare mahdollistaa esitysten käyttäjäkohtaiset kommentit ja arvioinnit.

Palvelu kytkee samaa aihepiiriä koskevat esitykset tagien ja avainsanojen avulla toisiinsa - tämä auttaa johtamisen kehittämisestä kiinnostuneita käyttäjiä johtamisohjelman luomien ja lataamien esitysten löytämisessä.

Aktiivisuus ja sisällöt:

Ohjelman perustiedot ja linkit esille profiilisivulle.

Slideshareen voidaan ladata ohjelman ja sen toimijoiden tuottamia esityksiä. Niiden yhteyteen voidaan sisällyttää lisätietoja presentaatiota koskien (esim. taustatiedot, "krediitit", linkitys) ja esitykset voidaan "tagata" niiden löytämisen ja kontekstualisoinnin helpottamiseksi. Tämän lisäksi Slideshare "litteroi" eli poimii esityksestä tekstimuotoiset (ei grafiikka-tekstejä) sisällöt ja liittää ne tekstinä esityksen yhteyteen. Tämä helpottaa esitysten löydettävyyttä ja antaa mahdollisuuden niiden sisällön kursoriseen tarkasteluun.

Ohjelman tapahtumiin, seminaareihin ja konferensseihin liittyvät presentaatiot voidaan ladata Slideshareen ja siten ne ovat helposti saatavilla ja löydettävissä.

Slidesharessa voi seurata (follow) muita käyttäjiä, kommentoida ja arvioida heidän esityksiään. Ympäristö tarjoaa verkostoitumismahdollisuuden johtamisen kehittämisen kannalta mielenkiintoisten ja siitä kiinnostuneiden toimijoiden kanssa.

Seuranta:

Esitysten katselukerrat, kommentit, katsoja-arviot (favorite), upotukset (embeds), linkitykset

Twitter/Qaiku

Verkostoitumistuntosarvet

Ydintehtävät:

Verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo, promotointi

Muut tehtävät:

Tiedottaminen, taustoittaminen, markkinointi

1 tai useampia ylläpitäjiä/päivittäjiä

Ohjelmalla on oma Twitter- tai Qaiku-profiili ja niiden lisäksi ohjelman viestintään voidaan osallistua käyttäjäkohtaisten profiilien kautta

Taustaa:

Twitterin ja Qaikun käyttöönoton tulisi perustua ohjelman toimijoiden kannalta keskeisten toimijoiden (aktivointi- ja impulssiryhmät) tavoittamiseen.

Twitterin suosio on kasvanut merkityksellisesti viimeisen vuoden aika myös Suomessa. Käyttäjäkunta edustaa tällä hetkellä tiettyjä erikoisryhmiä, jotka käyttävät Twitteriä

tiedotus-, promotointi- ja markkinointikanavana, ja pyrkivät sen kautta lisäämään omaa näkyvyyttään ja tunnettuuttaan. Qaikun vielä suhteellisen pieneen käyttäjäkuntaan kuuluu merkittävä määrä viestinnästä ja teknologiasta kiinnostuneita ihmisiä.¹¹ Samaan aikaan molempien ympäristöjen käyttäjistä löytyy johtamisen kehittämisen näkökulmasta aktiivisia ja innovatiivisia toimijoita, joiden kannalta ohjelman läsnäolo kyseisissä ympäristöissä on perusteltua.

Toiminnan kannalta olennaiset ominaisuudet:

Twitter- ja/tai Qaiku-profiiliin kautta ohjelma ja sen toimijat voivat aloittaa, osallistua ja ylläpitää johtamisen ja johtajuuden kehittämistä käsitteleviä keskusteluja ja välittää ohjelmaan liittyvää materiaalia syntyville verkostoille.

Mikrobloggauspalveluissa kannattaa seurata tahoja, kanavia ja keskusteluja, jotka liittyvät ohjelman tai sen hankkeen kannalta olennaiseen aihe- ja fokusalueisiin. Verkostoitumista edistetään mm. tuottamalla ja välittämällä kiinnostusalueiden ja toimintafokuksen kannalta olennaisia sisältöjä (esim. retweets, linkit ulkopuolisiin sisältölähteisiin).

Aktiivisuus ja sisällöt:

- Käyttäjäkohtaisen aktiivisuuden kautta annetaan kasvot ja ääni ohjelman toiminnalle. Samalla korostetaan aktiivisuuden ja läsnäolon merkitystä näkyvän käytännön osallistumisen kautta.
- Mikrobloggauspalveluissa tapahtuva viestintä voi olla vapaamuotoista, osallistuvaa ja kommentoivaa. Kysymykset ovat näissä ympäristöissä useimmiten vastauksia tärkeämpiä.
- Twitteriä ja Qaikua voidaan käyttää seminaarien, konferenssien ja työpajojen reaaliaikaiseen raportointiin ja yhteisölliseen dokumentointiin. Twitter- (esim. #uusijohtajuus2010)¹² tai Qaiku-kanavan kautta voidaan luoda tapahtumaa tukeva ja valottava viestintäkanava, jonka kautta laajempi yleisö pääsee osallistumaan tapahtumaan vuorovaikutteisesti
- Tapahtumalle jne. voidaan määrittää Twitter/Qaiku-moderoija, joka ylläpitää ja päivittää reaaliajassa mikroblogikanavissa tapahtuvaa viestintää
- Mikrobloggauspalvelujen kautta voidaan avata uusia näkymiä tekemisen ja ajattelun ytimeen. Samalla mahdollistetaan laajempi keskustelua ohjelman kannalta keskeisiin aiheisiin ja tavoitteisiin liittyen.

Muita huomioita:

Uuden johtajuuden tarinan rakentamisen ja tukemisen kannalta Twitterin ja/tai Qaikun kautta tulee linkata johdonmukaisesti ja aktiivisesti ohjelman ja sen yhteistyötahojen/ seuraajien tuottamiin sisältöihin. Omia sisältöjä luotaessa ja välitettäessä tulee käyttää ohjelmalle määritettyjä tageja.

Seuranta:

Seuraajien määrä, retweetit (muiden käyttäjien uudelleen lähettämät/välittämät Twitter-viestit), kanavakohtaiset keskustelut (vastaukset/kommentit)

¹¹ <http://vierityspalkki.fi/2009/12/02/twitter-suomessa-122009-4000-suomalaista-kyttj/>. <http://www.mopaalikanava.net/blogi/Miksi-Twitter-on-suositu-Suomessa-vain-pienen-piirin-keskuudessa-.html>

¹² http://tuhsanaa.net/twitterin_lyhyt_kielioppi_rt_ja

Flickr

Ohjelman kuvamuisti

Ydintehtävät: Uuden johtajuuden tarinaan liittyvien valokuvien, videoiden ja muun kuvamateriaalin jakaminen ja levittäminen (tarinasiemenet)

Muut tehtävät:

Dokumentointi, verkottuminen, vuorovaikutteinen läsnäolo

1 tai useampia ylläpitäjiä/päivittäjiä

Ohjelmalle voidaan perustaa oma Flickr-tili, jonka kautta on helppo jakaa valokuvia. Flickrin ladattuja valokuvia voidaan hakea sovittujen tagien avulla erilaisiin ympäristöihin (esim. kotisivut, blogi) palvelun tarjoamien käyttäjäystävällisten minisovelluksien ja teknisten rajapintojen kautta.

Toiminnan kannalta olennaiset ominaisuudet:

Valokuvien ja videoiden jakaminen ja niiden levittämisen mahdollistaminen. Flickr mahdollistaa sisältöjen kommentoinnin ja arvioinnin.

Palvelu kytkee samaa aihepiiriä koskevat kuvasisällöt tagien ja avainsanojen avulla toisiinsa - tämä auttaa johtamisen kehittämisestä kiinnostuneita toimijoita johtamisohjelman luoman ja lataaman visuaalisen materiaalin löytämisessä. Ohjelmaan liittyvä, Flickrin kautta jaettavissa ja levitettävissä oleva kuvamateriaali lisää Sitran näkyvyyttä ja yhdistää sen brändinä visuaalisten kokemusten kautta johtamisen ja viestinnän kehittämiseen.

Aktiivisuus ja sisällöt:

- Flickr tarjoaa mahdollisuuden uuden johtajuuden tarinan kuvittamiseen ja dokumentoimiseen sekä ohjelman että sen verkoston toimesta
- Päivittyvän kuvavirran kautta (sekä ylläpitäjien että muiden käyttäjien tuottamat ja ohjelmaan yhdistämät kuvasisällöt) ohjelma saa konkreettisen ja helposti lähestyttävän visuaalisen ulottuvuuden
- Kuvakansioiden (set) ja muiden sisällönorganisointitoimintojen (esim. ryhmät) avulla on mahdollista dokumentoida järjestelmällisesti ohjelmaan liittyvää toimintaa

Seuranta:

Valokuvien katsontakerrat, kommentit, linkitykset

Kotisivujen ulkopuoliset blogit

Viestinnän peili

Ydintehtävät:

Mielipiteiden ja näkemyksien esittäminen, keskustelun herättäminen, taustoitus

Aktiivisuus ja sisällöt:

- Ohjelman sisäisen toimijan, hankkeen tai muun yhteistyötahon ylläpitämä "ulkopuolinen" blogi mahdollistaa uusien näkökulmien ja vaihtoehtoisten mielipiteiden esittämisen. Tällä toiminnalla on mahdollista tukea aktiivisesti viestinnän dialogista luonnetta.
- Kaikki ohjelman aiheuttamat ja luomat reaktiot ja niistä syntyneet sisällöt voidaan katsoa arvokkaaksi ohjelman näkyvyyden ja vaikuttavuuden kannalta esim. erilaisista asiantuntijanäkökulmista tuotettu sisältö, uuden johtajuuden käytännön toteutus, uutta johtajuutta koskeva kritiikki
- ulkopuoliset blogit voivat muodostaa oman, verkostomaisen viestinnän moduulin. Näissä blogeissa tuotettuja sisältöjä voidaan nostaa esille - niiden vaikuttavuuteen ja laadukkuuteen perusten - myös ohjelman kotisivuilla ja muissa viestinnän moduuleissa

Seuranta:

Lukijoiden ja kommenttien määrä, blogiin liittyvä muu aktiivisuus avoimissa sosiaalisen median ympäristöissä (esim. linkitys, kommentit muissa blogeissa, Twitter-viestit)

Ohjelman näkyvyyden ja vaikutuksien seuranta verkossa

Sosiaalisten medioiden seurantaan perustuvia data- ja trendianalysointimetoja, -teknologioita, -työkaluja ja -palveluja kehitetään kiihtyvällä vauhdilla.¹³ Vapaasti webissä käytettävissä olevien palvelujen ja työkalujen lisäksi tarjolla on lukuisasti myös maksullisia palveluja. Tämän lisäksi eri yritykset tarjoavat räätälöityjä sosiaalisen median dataan perustuvia trendianalyseja ja -raportteja alakohtaisesti. Ohessa on listattu muutamia webanalytiikkapalveluja sekä sosiaalisen median haku- ja trendianalytiikkatyökaluja ja -palveluja:

<i>Nimi</i>	<i>Kuvaus</i>
Google Analytics http://www.google.com/analytics	Googlen tarjoama webanalytiikkapalvelu, jonka avulla voi seurata esim. kotisivujen verkkoliikennettä ja kävijämääriä
PeopleBrowsr http://www.peoplebrowsr.com	Sosiaalisen median webanalytiikkatyökalu ja hakukone

¹³ <http://mashable.com/2009/04/19/social-media-analytics/>

<i>Nimi</i>	<i>Kuvaus</i>
Clicky http://www.getclicky.com	Reaaliaikainen webanalytiikkapalvelu ja -työkalu
HowSociable http://www.howsociable.com	Sosiaalisen median brändianalytiikkapalvelu
Socialmention http://socialmention.com	Reaaliaikainen sosiaalisen median haku- ja analytiikkapalvelu
Twitter Search http://search.twitter.com	Twitterin reaaliaikainen hakutyökalu
Klout http://klout.com	Twitteriä hyödyntävä reaaliaikainen haku- ja trendityökalu

3.3 Jatkokehitys

Tässä dokumentissa on kuvattu konseptitasolla uuden johtajuuden tarinan yhteisöllisen luomisen mahdollistavat keskeiset viestintäprosessit ja -ympäristöt.

Ohjelmalle ja sen toimijoille parhaiten soveltuvat viestintämoduulien käyttötavat ja yhteisöllisen viestinnän prosessit muotoutuvat sosiaalisen median suunnitelmallisen ja aktiivisen käytön myötä. Sosiaalisessa mediassa osallistumalla ja kokeilemalla oppii parhaiten - uteliaisuus ja aktiivisuus mahdollistavat aidon ihmislähtöisen yhteisöllisen viestinnän. Viestintäprosessien yksityiskohtia ja toimintamalleja voidaan tarkentaa sosiaalista mediaa ja sen soveltamista koskevien ohjeistusten ja oppaiden avulla. Samalla viestinnän prosesseja sekä viestintäkulttuuria kehitetään yhteistyössä syntyvän verkoston kanssa.

Kotisivujen konseptia ja osiokohtaisia sisältökuvauksia tarkennetaan ja muokataan yhdessä brändin ja sivuston suunnittelevan ja toteuttavan tahon kanssa. Sekä kotisivujen että sosiaalisten medioiden viestintämoduulien yksityiskohtaisia sisältöpainotuksia, -muotoja ja tarinankerrontaa kehitetään yhdessä viestinnän toteuttajien kanssa saadun palautteen ja kommenttien pohjalta.

Yhteisöllisen median ympäristöt kehittyvät jatkuvasti niin ominaisuuksiltaan, toiminnallisuuksiltaan kuin käyttäjäkuntansa osalta. Tietyn sosiaalisen median ympäristön brändin, käyttäjäkunnan, toiminnallisuuksien, suosion ja tunnettuuden muutokset vaikuttavat niiden toimintaan julkishallinnon johtamisohjelman yhteisöllisen viestinnän kanavina. Siten on tärkeää, että viestintästrategian käytännön toteutuksessa ja viestintämoduulien hyödyntämisessä huomioidaan kunkin yhteisöllisen mediaympäristön kehitys omalla toimintakentällään.

4. LÄHTEITÄ

Aalto, T., ja Uusisaari, M. Y. (2009). *Nettielämää: Sosiaalisen median maailmat*. Gummerus, Jyväskylä.

Chapman, G. (2009). *Shaping Technology for the 'Good Life'; The Technological Imperative versus the Social Imperative*. Johnson, D. G., and Wetmore, J, M. (toim.). *Technology and Society: Building Our Sociotechnical Future*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Drucker, P. F. (1996). *The Executive in Action*. HarperBusiness, New York.

Erkkola, J. (2008) *Sosiaalisen median käsitteestä*. Lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki.

Heckscher, C. C., ja Adler, P. S. (toim.) (2006). [The Corporation As a Collaborative Community: Organization in the Knowledge-Based Economy](#), Oxford University Press.

Heikkilä, J., ja Heikkilä, K. (2005). *Voimaantumisen työyhteisön haasteena*. Werner Söderström, Helsinki.

Huotari, M. (toim.) (2005). *Viestinnästä tietoon: tiedon luominen työyhteisössä*. Wsoy, Helsinki.

Kaptelinin, V., ja Nardi, B. A. (2006). *Acting with Technology: Activity Theory and Interaction Design*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Koponen, J. M. (2009). [FutureSelf: Reflections on a Personal Future Simulation System](#). Lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki.

Koponen, J. M. (2009-2010). Johtoajatus-blogi. <http://johtoajatus.blogspot.com/>

Kouzes, J. M., ja Posner, B. Z. (2002). [The leadership challenge](#). Jossey-Bass, San Francisco.

Möra, T., Salovaara-Moring, I., ja Valtonen, S. (toim.) (2004). *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. Gaudeamus, Helsinki.

A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint - March 2009
Global Faces and Networked Places: http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

Otala, L. (2008). *Osaamispääoman johtamisesta kilpailuetu*. WsoyPro, Helsinki.

Renninger, A. K., ja Schumar, W. (toim.)(2002). *Building Virtual Communities: Learning and Change in Cyberspace*. Cambridge University Press, Cambridge.

Sparrowe, R. T. (2005). *Authentic leadership and the narrative self*. *The Leadership Quarterly* 16 (2005) 419–439.