

Seppänen Eetu

**SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖSUUNNITELMA  
SUOMEN KUUROSOKEAT RY:LLE**

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Luonnontieteiden ala  
Tietojenkäsittely  
Kevät 2011



Koulutusala Luonnontieteiden ala	Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Tekijä(t) Eetu Seppänen	
Työn nimi Sosiaalinen median käyttösuunnitelma Suomen Kuurosokeat ry:lle	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot Järjestelmän ylläpito	Ohjaaja(t) Raimo Mustonen Toimeksiantaja Suomen Kuurosokeat ry
Aika 2.5.2011	Sivumäärä ja liitteet 35 + 1
<p>Tämän työn tarkoituksena on tutkia sosiaalisen median käyttösovelluksia Suomen Kuurosokeat ry:n toiminnassa ja kuurosokeiden sosiaalisen median käyttöä. Työn teoriaosuudessa käsitellään sosiaalisen median peruspiirteitä, historiaa ja yleisimpien palvelujen ominaisuuksia. Teoriaosan tarkoituksena on kertoa lukijalle, mitä on sosiaalinen media ja kuinka sitä voidaan käyttää tai on käytetty erilaisia organisaatioissa.</p> <p>Työn toisessa osassa käydään läpi sosiaalisen median etuja ja käyttötapoja Suomen Kuurosokeat ry:lle. Työssä tutkittiin myös sosiaalisen median käyttöä ruudunluku- ja suurennusohjelmilla Testattiin yleisimpiä sivustoja, Facebookia, YouTubea ja Twitteriä ruudunlukuohjelmilla, Jawsilla, NVDA:lla ja Supernovalla. Työhön kuuluneessa kyselyssä selvitettiin mitä sivustoja kuurosokeat ja kuulonäkövammaiset käyttävät, millä ohjelmilla sekä millaisia odotuksia heillä on järjestön sosiaalisen median käytöstä. Kyselyyn vastasi vain 11 ihmistä, minkä vuoksi sen tulokset eivät välttämättä ole täysin luotettavat. Kyselystä käy ilmi, että erityisesti nuoret käyttävät erilaisia sosiaalisen median palveluja ahkerasti ja heillä on monia odotuksia myös järjestön suunnalta. Sen sijaan vanhat ihmiset olivat jakaantuneet: toinen osa ei käyttänyt mitään sosiaalisen median palveluja ja piti sitä täysin turhana, kun taas toinen puolisko käyttikin sitä ja antoi ehdotuksia ja odotuksia järjestölle. Kyselyn mukaan suosituin sivusto on Facebook. Tuloksista ei voi kuitenkaan päätellä kuulonäkövammaisen asteen ja käytettyjen ohjelmien vaikutusta sosiaalisen median käyttöön.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	sosiaalinen media, kuurosokeat
Säilytyspaikka	<input type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Business	Degree Programme Business information technology
Author(s) Eetu Seppänen	
Title Social media and the Finnish Deafblind Association	
Optional Professional Studies System Maintenance	Instructor(s) Raimo Mustonen
	Commissioned by The Finnish Deafblind Association
Date 2 May 2011	Total Number of Pages and Appendices 35 + 1
<p>The purpose of this thesis was to find possible applications of social media for the Finnish Deafblind Association and to study the deafblinds' use of social media. The theory part discusses the main features of social media, its history and the features of the most common services. The aim of the theory part was to tell the reader how social media can be used, or has been used, in organizations.</p> <p>The second part deals with the advantages of social media in organizations and how to use it in the Finnish Deafblind Association. The thesis also discusses the use of social media with screen readers and screen magnifiers. The most common sites, Facebook, Youtube and Twitter were tested with screen readers, Jaws, NVDA and Supernova. The thesis also includes a survey that examines which sites the deafblind use and with which software. Only 11 people participated in the survey, so it may not be completely trustworthy. The survey shows that young people use social media regularly and they have expectations for the association. The old people however, were divided into two groups: one group did not use social media at all and found it useless and the other used it and had even suggestions and expectations for the association. Facebook was the most popular site according to the survey. One, however, cannot draw any conclusions about the impact of the degree of the visual and hearing impairment and the used software on the use of social media.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	social media, the deafblind
Deposited at	<input type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 SOSIAALINEN MEDIA	2
2.1 Mitä on sosiaalinen media?	2
2.2 Sosiaalisen median historiaa	4
2.3 Sosiaalisen median genret	5
2.3.1 Virtuaalimaailmat	5
2.3.2 Lisäosat	5
2.3.3 Yhteistoiminnallinen tuotanto	6
2.3.4 Sisällön jakelupalvelut	7
2.3.5 Sosiaalisen verkostoitumisen palvelut	8
2.3.6 Sisällön luomiseen ja julkaisemiseen tarkoitetut välineet	9
2.3.7 Keskustelualueet ja postituslistat	12
3 KUUROSOKEUS	14
3.1 Ketkä ovat kuurosokeita?	14
3.2 Kuurosokeuden syyt	14
3.3 Kuurosokeiden kommunikaatio ja apuvälineet	15
3.4 Näkövammaisten tietotekniset apuvälineet	16
3.4.1 Jaws	17
3.4.2 Zoomtext	18
3.4.3 SuperNova	18
3.4.4 NVDA	19
4 SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖSUUNNITELMA	20
4.1 Suomen Kuurosokeat ry	20
4.2 Miksi sosiaaliseen mediaan?	20
4.3 Kuinka sosiaaliseen mediaan?	22
4.4 Facebook	23
4.5 Twitter	24
4.6 Blogit	25
4.7 YouTube	25
5 KYSELYN TULOKSET	26

6 POHDINTA	29
LÄHTEET	33
LIITTEET	

## SYMBOLILUETTELO

Blogi	Sivusto, jota ylläpitää yleensä vain yksi ihminen. Blogin kirjoitukset julkaistaan julkaisujärjestyksessä uusin ylimpänä ja tekstien ominaispiirteitä on mm. henkilökohtaisuus
Facebook	Internetin suosituin yhteisösivusto
Twitter	Yhteisösivusto, jolle kirjoitetaan lyhyitä viestejä.
Tweetti	Twitterissä kirjoitettu lyhyt kirjoitus, korkeintaan 140 merkkiä
Youtube	Internetin suosituin videosivusto

## 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kuurosokeiden sosiaalisen median käyttöä ja tehdään käyttösuunnitelma Suomen Kuurosokeat ry:lle. Sosiaaliset mediat ovat Internet-palveluja, joiden toiminta perustuu käyttäjien vuorovaikutukseen ja joiden sisällön käyttäjät luovat itse. Tällaisten palvelujen merkitys on kasvanut 2000-luvulla ja nykyisin ne vaikuttavatkin useilla elämän aloilla ja ovat osa useimpien ihmisten arkielämää.

Tämä opinnäytetyö on kaksiosainen. Ensimmäisessä luvussa käsitellään sosiaalista mediaa, sen historiaa, genreja ja eri palveluja yleisellä tasolla. Todennäköisesti sisäinen ja ulkoinen viestintä ovat tärkeimmät sosiaalisen median sovellukset yrityksille ja muille organisaatioille. Tässä työssä keskitytään juuri ulkoiseen viestintään, erityisesti kuurosokeiden asiakkaiden näkökulmasta.

Sosiaalista mediaa voi hyödyntää markkinoinnissa ja kampanjoissa. Suomen Kuurosokeita markkinointi ei suoraan kosketa, mutta järjestö voi tiedottaa itsestään ja kuurosokeudesta sosiaalisen median kautta: Suuri osa suomalaisista käyttää joitakin sosiaalisen median palveluja ja esimerkiksi Facebook-ryhmän voi perustaa ilmaiseksi. Käytänkin joitakin esimerkkejä markkinoinnista ja kampanjoista osoittamaan kuinka sosiaalista mediaa voi käyttää lisäämään tietoisuutta asioista ja vaikuttamaan ihmisten mielipiteisiin.

Järjestön toiminnasta voi tiedottaa nopeasti sosiaalisen median kautta eri sidosryhmille. Blogilla tai Facebook-päivityksillä voi tiedottaa perinteisiä kotisivuja nopeammin muutoksista ja niiden kautta sidosryhmät voivat myös antaa nopeasti palautetta. Suomen Kuurosokeat ry:lle tärkeitä ulkopuolisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi Kansaneläkelaitos, sairaalat, Raha-automaattiyhdistys ja sosiaalitoimistot.

Käytännön osuudessa teen Suomen Kuurosokeat ry:lle ehdotuksen sosiaalisen median käyttötavoista teorian, apuvälineiden testausten ja kyselytutkimuksen perusteella. Tutkin millä tavoin Suomen Kuurosokeat voisi hyödyntää sosiaalista mediaa viestinnässä kuurosokeiden asiakkaiden kanssa ja muidenkin ryhmien kanssa. Tutkin erilaisia kuurosokeiden käyttämiä apuvälineitä ja sosiaalisen median palvelujen käyttöä niillä ja teen kyselytutkimuksen kuurosokeille asiakkaille.

Kyselytutkimuksessa selvitän Suomen Kuurosokeat ry:n palveluja käyttävien ihmisten kokemuksia sosiaalisesta mediasta ja odotuksia sen käytöstä järjestössä. Teoria perustuu muuten aiheesta tehtyihin aiempiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen. Sosiaalisen median alalla tulee koko ajan uutta tutkimusta ja ala muuttuu nopeasti. Tutkimukset tosin painottuvat kaupallisten yritysten näkökulmaan, esimerkiksi Jyväskylän Ammattikorkeakoulun opiskelija Antti Heimon opinnäytetyö yritysten markkinoinnista keväällä 2010. Valitsen sellaisia sosiaalisen median käyttöesimerkkejä teoriaosuuteen, joista uskon Suomen Kuurosokeat ry:lle olevan hyötyä.



## 2 SOSIAALINEN MEDIA

### 2.1 Mitä on sosiaalinen media?

Sosiaaliset mediat ovat Internet-palveluja, joiden sisällöstä suurin osa, tai kaikki, on palvelun käyttäjien tuottamaa. Sosiaaliset mediat rakentuvat kolmen tekijän, Web 2.0:n, yhteisön ja sisällön varaan. Kaikki nämä osat ovat oleellisia – jos yksikin puuttuu, sosiaalinen media ei voi toimia täydellisesti. (Laine 2009, 8; Lietsala & Sirkkunen 2008, 13.)

Eri lähteet voivat määritellä sosiaalisen median eri tavoin ja käsite onkin vaikea määritellä. Termille on myös useita synonyymejä, kuten sosiaalinen web, yhteisöllinen media, vertaismedia tai mikromedia. Käsitteenä sosiaalinen media sai alkunsa 2000-luvulla Web 2.0:n yhteydessä ja joskus sanat ymmärretään synonyymeiksi, mitä ne eivät ole. Web 2.0 on vielä löysemmin määritelty käsite, joka viittaa pikemminkin teknologioihin, eikä termi ota kantaa sosiaaliseen toimintaan tai tiedonvälitykseen. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 18; Laine 2009, 9.)

Web 2.0 ajatellaan olevan verkon toinen vaihe, jossa verkon käyttäjien ja tiedon tuottajien välinen raja on hämärtynyt erotuksena aikaisempiin tuottajakeskeisiin palveluihin. Puhutaan jopa Web 3.0:sta, joka taas tarkoittaa ubiikkia tietotekniikkaa ja semanttista verkkoa, jossa tietokoneet osaavat keskustella keskenään ja helpottaa käyttäjää löytämään etsimänsä tiedon. Ubiikki viittaa kaikkialla olevaa arkielämään sulautunutta tietotekniikkaa. (Haasio 2008, 159.)

Täsmällisen määrittelyn sijaan kannattaakin etsiä piirteitä, jotka yhdistävät sosiaalisen median palveluja tai suurinta osaa niistä. Lietsala & Sirkkunen listaavatkin viisi yleisintä piirrettä:

- Palvelussa on tilaa jakaa sisältöjä.
- Palvelun käyttäjät luovat, jakavat ja arvioivat kaiken tai suurimman osan palvelun sisällöstä.
- Palvelu perustuu sosiaaliselle vuorovaikutukselle.
- Kaikella sisällöllä on URL -linkki, jotta voidaan tehdä linkkejä palvelun sisältöön sen ulkopuolelta.

- Aktiivisilla käyttäjillä on profiilisivu, josta käyttäjä voi linkittää muihin käyttäjiin, sisältöön, alustaan tai mahdollisiin sovelluksiin.

Tämä lista ei suinkaan ole kattava, vaikka nämä ominaisuudet yhdistävät suurinta osaa sosiaalisen median palveluista. Lietsala ja Sirkkunen listaavatkin edellisten lisäksi yhteisöllisyyden, sisällön luokittelun avainsanojen eli tagien avulla ja uutissyötteen, joiden avulla palvelun sisältöä jaetaan ulkopuolisiin sivustoihin. Palvelun käyttäjät luovat ja jakavat sivuston sisältöä yleensä ilmaiseksi vapaa-ajallaan. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 24.)

Uutissyötteenä ovat XHTML-kielinen formaatti nopeasti päivittyvien tietojen, kuten uutisotsikoiden tai blogien seurantaan. Syötteistä käytetään yleensä lyhennettä RSS niiden yleisimmän variaation mukaan. Uutissyötteeseen löytyy linkki useimpien sivustojen ohesta ja niitä luetaan erillisillä ohjelmilla. Ohjelman kautta käyttäjä saa nopeasti tiedon seuraamiensa sivujen päivittymisestä ja voi lukea niitä keskitetysti. Yleisin RSS-muotoisen tiedon lähde on yksityishenkilöiden blogit, mutta RSS-syötteenä voi tilata myös uutissivustoja ja hakutuloksia esim. Googletta. Paitsi että uutissyötteenä antavat käyttäjälle mahdollisuuden seurata keskitetysti useampaa itse valittua nopeasti päivittyvää lähdettä ja monipuolistamaan tietolähteitään, ne antavat myös uuden kanavan käyttäjien oman sisällön välittämiseksi. (Aula, Matikainen & Villi 2006, 90 – 91.)

Sisältöjä luokitellaan sosiaalisessa mediassa tagien, eli käyttäjien itse valitsemien avainsanojen perusteella. Tagit eivät siis perustu ennalta määrättyyn sanastoon tai taksonomiaan, joten ne mahdollistavat henkilökohtaisten assosiaatioiden esittämisen. Vaikka ne eivät perustu valmiiseen luokitteluun, syntyy ajan kanssa tagien välisiä yhteyksiä. Näiden yhteyksien luomia järjestelmiä kutsutaan foksonomioiksi, taksonomioiden sijaan. Yksilön kannalta tagien etuna on se, että ne vapaamuotoisuuden ohella perustuvat käyttäjän omiin assosiaatioihin. Tämä helpottaa tiedonhallintaa ja parantaa informaation uudelleen löydettävyyttä. (Aula ym. 2006, 91 – 92.)

Haasion mukaan sosiaalisen median keskeisiä sovellustapoja ovat blogit, mashup, käyttäjien luomat sisällöt, omien sisältöjen jakaminen, pitkä häntä, kollektiivinen äly, tuotanto ja kehitys sekä PC-ohjelmien ja sovellusten toteuttaminen www-alustalla. Pitkä häntä tarkoittaa verkkoliiketoiminnan laajaa tuotevalikoimaa. Esimerkiksi verkkokirjakaupassa voi olla myynnissä miljoonia kirjoja, eli huomattavasti enemmän kuin perinteisessä kirjakaupassa. Mashupit ovat karttapohjalle tehtyjä sovelluksia. Esimerkkinä on Eniron karttapalvelu, jossa käyttäjä näkee

kartalta osoitteen lähellä olevat keskeiset paikat, kuten apteekit. Kollektiiviäly tarkoittaa sitä, kun käyttäjät jakavat omaa tietopääomaa verkkoon, esimerkiksi Wikipediaan. Tällöin tieto kerääntyy kaikkien käyttäjien yhteiseksi tietopääomaksi. (Haasio 2008, 157 - 159.)

Käsite on myös kohdannut kritiikkiä mediantutkijoilta – se kun ensinnäkin sisältää oletuksen perinteisestä mediasta epäsosiaalisena. Toisaalta on myös kyseenalaistettu, mihin sana media viittaa. Sosiaalinen media tarkoittaa lähinnä ”yhdeltä muutamalle” tai ”yhdeltä monelle” -viestintää. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17.)

Alasilta mainitsee verkkoviestinnän heikkoudeksi sen, etteivät keskustelijat näe eivätkä kuule toistensa sanatonta viestintää. Toisaalta eduiksi Alasilta listaa sen, että ihmiset voivat keskustella toistensa kanssa pitkistä maantieteellisistä välimatkoista huolimatta, palautetta voi saada välittömästi ja vuoropuheluun voi osallistua suurikin määrä ihmisiä. Näiden lisäksi kuka tahansa voi saada ajatuksensa maailmanlaajuiseen jakeluun. (Alasilta, 2002, 248 – 249.)

## 2.2 Sosiaalisen median historiaa

Käsitteenä sosiaalinen media on nuori – se sai alkunsa Web 2.0:n yhteydessä 2000-luvun alussa, kun Tim O’Reilly piti konferenssin nimellä Web 2.0. Sosiaalisen median juuret kuitenkin ulottuvat paljon syvemmälle: Alun perin verkkojen suosituimmiksi kaavailut toiminnot, tiedostonsiirto ja tietokoneiden etäkäyttö hävisivät suosiossaan sähköpostille ja sähköpostilistoille heti 1970-luvulla. IRC, Newsit ja keskustelualueet mahdollistivat sosiaalisen vuorovaikutuksen verkossa jo 1980- ja 1990-luvuilla. (Tirronen 2008, 10.)

Suomalaisittain mielenkiintoinen luku sosiaalisen median historiassa on IRC, eli Internet Relay Chat, joka on vanhimpia pikaviestinpalveluja. Sen kehittäjä oululainen Jarkko Oikarinen vuonna 1988. IRC:n ympärille rakentui myös myöhemmin nuorten suosima IRC-galleria. (Alasilta 2009, 49 - 50.)

Kunnolla sosiaaliset mediat löivät läpi vasta 2000-luvulla, jolloin helpot web-sovellukset vasta mahdollistivat web-sisältöjen luomisen ilman mitään erityistaitoja. Ennen 2000-lukua ongelmana olivat mutkikkaan julkaisun ohella hitaat Internet-yhteydet: vasta laajakaistayhteydet mahdollistivat hyvälaatuisesta musiikista ja videoista nauttimisen Internetin kautta. (Laine 2009, 8.)

### 2.3 Sosiaalisen median genret

Kun sosiaalisen median määrittely on vaikeaa, sen luokittelukaan ei ole yksiselitteistä. Erilaisia luokituksia on useita ja esimerkiksi Lietsala & Sirkkunen luokittelee sosiaalisen median kuuteen genreen: sisällön luomisen ja julkaisun välineisiin, sosiaalisen verkostoitumisen palveluihin, sisällön jakelupalveluihin, yhteistoiminnallisiin tuotantoihin, virtuaalimaailmoihin ja lisäosiin. Luokittelusta on jätetty ulkopuolelle chatit, sähköpostilistat, IRC ja keskustelualueet, joissa sosiaalisuus on mediaa keskeisempää. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 29 - 30.)

#### 2.3.1 Virtuaalimaailmat

Virtuaalimaailmat ovat Internet-palveluja, jotka antavat käyttäjilleen virtuaalisen ympäristön ja työkaluja siinä toimimista varten. Erona muihin sosiaalisiin medioihin on se, että virtuaalimaailmojen päätarkoitus ei ole vuorovaikutus käyttäjien välillä tai sisällön tuottaminen, vaan erilaisten virtuaalisten kokemusten hankkiminen. Esimerkkejä virtuaalimaailmoista ovat Second Life tai Habbo Hotel. On myös useiden käyttäjien itsensä luomia pelejä, kuten World of Warcraft. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 52.)

#### 2.3.2 Lisäosat

Lisäosat (add-ons) ovat sovelluksia, jotka toimivat jonkun toisen sivuston yhteydessä. Joskus ne saattavat toimia itsenäisinäkin palveluina, kuten Photobucket tai iLike, mutta mahdollisuus toimia muiden palvelujen yhteydessä on usein ollut edellytyksenä niiden suosiolle. Itsenäisinä palveluina lisäosat kuuluvat muihin luokkiin: edellä mainitut ovat itsenäisinä sivustoina sisällönjakelupalveluja. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 53.)

Lisäosat näyttävät parhaimmillaan sen palvelun osilta, jossa ne ovat. Ainoa ero on se, että niillä on eri tekijä, kuin palvelulla. Sivuston ylläpitäjä on antanut mahdollisuuden lisäosien asentamiseen, mutta ei ole välttämättä tilannut mitään tiettyä ohjelmaa erikseen. Ylläpitäjä ei välttämättä edes tunne lisäosien asentajaa tai tiedä, onko hän luotettava. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 53 – 54.)

Riskitekijänä lisäosissa niiden kehittäjälle on tietenkin se, että ne ovat riippuvaisia pääsivustosta. Sivuston ylläpitäjä voi milloin tahansa poistaa lisäosan sivustolta ja sivusto voi itse lakata toimimasta. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 57 - 58.)

Lisäosat on laskettu omaksi sosiaalisen median lajiksi, koska ne eivät ole vain pääsivuston osia tai sen ylläpitäjän luomia. Niiden sisällä voi myös syntyä omia yhteisöjä. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 58.)

### 2.3.3 Yhteistoiminnallinen tuotanto

Yhteistoiminnallisten tuotantojen sisältö on yleensä osallistujien keskenään tuottamaa. Projektin osanottajilla on yhteinen tavoite ja motivaatio sen saavuttamiseksi. Yhteistoiminnallisten projektien ideana on se, että osallistujat eivät lähetä erillisiä tiedostoja, vaan kaikki muokkaavat samoja sisältöjä. Esimerkiksi Wikipedian käyttäjät muokkaavat samoja sivuja, eivätkä lähetä omia versioitaan sivuista. Wikipedian ohella yhteistoiminnallisia toimintoja ovat esimerkiksi OhmyNews, Star Wreck ja Apricot Game Project. Näistä Wikipedia kuuluu myös wikinä sisällön luomisen työkaluihin, mikä osoittaa sen, ettei tämä sosiaalisen median jaottelu ole täydellinen. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 51 - 52.)

Wikipediassa on yli 14 miljoonaa artikkelia yli 240 kielellä. Suurin kieliversio on englanninkielinen Wikipedia. (Artman 2010.) Englanninkielinen Wikipedia perustettiin tammikuussa 2001 ja suomenkielinen versio seurasi perässä helmikuussa 2002. Alku oli kankea, sillä saman vuoden lopussa sivustolla oli viisi artikkelia, joista vain yksi yli 200 merkkiä pitkä. Artikkelimäärä lähti kasvuun vuoden 2003 alussa. 10 000 artikkelia tuli täyteen lokakuussa 2004 ja sadan tuhannen artikkelin rajapyykki saavutettiin helmikuussa 2007. (Wikipedia.)

Wikipedian artikkeleita voi kuka tahansa muokata, mikä on johtanut myös kritiikkiin sivuston luotettavuudesta, koska artikkelien tiedon alkuperää ei aina tiedetä. Usein korostetaan kuitenkin, että Wikipedian käyttäjät valvovat sivuston sisältöä ja ilmeiset virheet korjataan nopeasti. (Haasio 2008, 118 – 119.)

### 2.3.4 Sisällön jakelupalvelut

Sisällön jakelupalvelut muistuttavat sosiaalisen verkostoitumisen palveluja – niihin pitää rekisteröityä ja käyttäjä luo profiilin ja on yhteydessä muiden käyttäjien kanssa. Nämä palvelut ovat kuitenkin keskittyneet enemmän sisällön jakamiseen, kuin sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Tunnetuimpia esimerkkejä ovat YouTube, Flickr, Del.icio.us, Digg ja Dopplr. Palveluja yhdistäviä piirteitä:

- Käyttäjät voivat luoda, jakaa ja arvioida sisältöjä.
- Käyttäjät voivat olla keskenään sosiaalisessa vuorovaikutuksessa.
- Käyttäjät voivat saada monia elämyksiä.

Nämä palvelut ovat sosiaalisia siitäkin huolimatta, että osa käyttäjistä voi pitää kaiken sisällönsä yksityisenä. Julkisen tai edes pienille ryhmille näkyvää sisältöä on kuitenkin eniten ja kaikki palveluun tallennettu sisältö tulee oletusarvoisesti julkiseksi. Käyttäjän on erikseen merkittävä tieto yksityiseksi sitä halutessaan. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 42 - 46.)

Videopalvelu YouTube perustettiin helmikuussa 2005 ja lokakuussa seuraavana vuonna Google osti sivuston 1,65 dollarilla. Sivustolla katsottiin yli 2 miljardia kertaa päivässä toukuussa 2010 ja maaliskuussa sivustolle ladattiin vuorokauden verran videomateriaalia minuutissa. YouTubesta on lähetetty suoratoistona esimerkiksi Indian Premiere Leaguen kriketti-kausi, Obaman haastattelu ja U2-yhtyeen konsertti. (YouTube a.)

YouTubessa voi katsella, ladata ja kommentoida videoita ja ”tykätä” niistä. Kiinnostavimpien videoiden lataajien kanavia voi myös tilata. Tällöin kanavan uudet videot tulevat näkyviin etusivulle katseluhistorian mukaan tehtyjen muiden videoehdotusten ohella. Videoita voi katsoa myös koko näyttö -tilassa tai ponnahdusikkunassa. Sivusto ehdottaa videosivun ehdotukset -palkissa katsotun videon aiheeseen liittyviä videoita. YouTubeen videoita voi myös upottaa muille sivustoille tai blogeihin ja videoista voi luoda soittolistoja. Ladatuista videoista voi tehdä julkisia, yksityisiä tai piilotettuja. Piilotetun videon voi katsoa kuka tahansa, joka tietää sen osoitteen, rekisteröitymättä YouTubeen. Yksityiselle videolle voi määrittellä korkeintaan 25 kaveria, jotka saavat nähdä sen. YouTube tarjoaa myös videoiden tekstitysmahdollisuutta. (YouTube b.)

### 2.3.5 Sosiaalisen verkostoitumisen palvelut

Vaikka kaikki sosiaalisen median sivustot perustuvatkin ihmisten vuorovaikutukseen, osa niistä keskittyy erityisesti juuri olemassa olevien sosiaalisten verkostojen ylläpitämiseen tai uusien luomiseen. Näissä sosiaalisen verkostoitumisen palveluissa käyttäjät voivat luoda itselleen profiilin, joka voi olla kokonaan tai vain osittain julkinen. Isona erona sisällön tuottamiseen tarkoitetuille sivustoille on se, että profiilissa on lista käyttäjien yhteyksistä muihin käyttäjiin tuotetun sisällön jäädessä vähemmälle huomiolle. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 47.)

Tunnettuja palveluja ovat Facebook, IRC-galleria ja LinkedIn. Viimeisin palvelu on keskittynyt ammatillisiin suhteisiin ja kontakteihin. Sosiaalista mediaa käyttävistä yrityksistä 80 % hyödyntää LinkedIniä rekrytoinnissa (Repo 2010).

Facebookin käyttäjämäärä ylitti heinäkuussa 2010 puoli miljardia ja se onkin tällä hetkellä maailman suosituin yhteisöpalvelu (Linnake, 2010). Sivusto avattiin vuonna 2004 pienelle opiskelijayhteisölle, mutta lopulta se avattiin kaikkien saataville. Suomessa Facebookin suosio alkoi kasvaa vuonna 2007 ja seuraavana vuonna jo avattiin Facebookin suomenkielinen versio. (Heino 2010, 21 – 22.)

Facebookin käyttö perustuu yleensä jo arkielämässä syntyneisiin jo olemassa oleviin kontakteihin. Keskimäärin Facebookin käyttäjällä on 120 kontaktia, tai kaveria. Vaikka Facebookissa käytetäänkin termiä kaveri, voidaan luoda verkostoja myös täysin tuntemattomien ihmisten kanssa. Facebookin käyttö aloitetaan luomalla tunnus omalla nimellä, jotta muut käyttäjät voivat löytää käyttäjän hakutoiminnolla. Profiiliin voi liittää valokuvan ja monia henkilötietoja, kuten syntymäajan, asuinpaikan, musiikkimaun ja kiinnostuksen kohteet. Myös perheenjäsenet on lisättävissä, jolloin heidän nimet tulevat hyperlinkkinä profiiliin. Näiden linkkien kautta voi päästä myös heidän profileihin. Facebookin käyttäjä voi tehdä profiilissaan lyhyen kirjoituksen omista mielteistään jollakin hetkellä (tilapäivityksen) jakaa kuvia, videoita tai linkkejä seinällään. Muut käyttäjät voivat kommentoida tilapäivityksiä tai klikata peukalon kuvaa ”tykätäkseen” päivityksestä. Käyttäjät voivat myös liittyä ryhmiin tai faniyhteisöihin. Kun käyttäjän ystävistä moni liittyy johonkin ryhmään, se näkyy käyttäjälle muodossa ”Matti Meikäläinen ja 10 muuta henkilöä liittyivät ryhmään Suomen Kuurosokeat ry”. (Heino 2010, 22 - 23)

Facebookin ryhmät voivat olla julkisia, suljettuja tai salaisia. Julkisen ryhmän sisällön ja jäsenlistan voivat nähdä kaikki Facebookin käyttäjät ja se löytyy hakutuloksista. Sen sijaan suljetun ryhmän tiedoista vain nimi ja jäsenlista näkyvät kaikille Facebookin käyttäjille. Salainen ryhmä ei näy Facebookin hakutuloksissa eivätkä ryhmän ulkopuoliset näe mitään ryhmään liittyvää tietoa, mukaan lukien ryhmän nimeä. Ryhmä ei myöskään näy jäsenten profiileissa. Ryhmän ylläpitäjä voi milloin vain muuttaa ryhmän yksityisyysasetuksia. (Facebook a.)

Ryhmien lisäksi Facebookissa voi perustaa sivuja. Sivun voi edustaa ainoastaan olemassa oleva järjestö, artisti tai yhtye, toisin kuin ryhmä, jonka voi perustaa mistä aiheesta vain. Tämän lisäksi sivun saa perustaa ainoastaan sivun kohteen todellinen edustaja. Sivujen tarkoituksena on mahdollistaa julkinen tiedonvaihto järjestöjen, yhtiöiden, julkisuuden henkilöiden ja yhtyeiden ja niistä tykkäävien ihmisten välillä. (Facebook b.)

Yrityskäytössä Facebookia käytetään samalla tavoin kuin yksityiskäytössä vapaa-ajalla. Ainoa ero on se, että ryhmän tai sivun kautta voi lähettää ryhmäviestit kaikille kontakteille, mitä ei yksityiskäytössä ystäväkontakteille voi lähettää. (Heino 2010, 24.)

### 2.3.6 Sisällön luomiseen ja julkaisemiseen tarkoitetut välineet

Tähän luokkaan kuuluvat Lietsalan ja Sirkkusen mukaan blogit, wikit ja podcastit. Ne eivät ole Internet-palveluja, vaan ennemmin Internet-julkaisun mahdollistavia teknologioita. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 31.)

#### Blogit

Blogi on Internet-sivusto, johon kirjoitukset julkaistaan aikajärjestyksessä uusin ensimmäisenä. Vanhemmat tekstit säilyvät kuitenkin lukijan saatavilla. Luonteenomaisia piirteitä blogeille on henkilökohtaisuus, linkitys ja vuorovaikutus sekä kommentointimahdollisuus. Blogin kirjoittajat voivat tehdä linkkejä muihin Internet-sivustoihin ja erityisesti muihin blogeihin. Suositeltuja blogeja listataan ”blogrollissa”. Blogia voi tilata RSS-syötteen kautta, niin että sen lukijan ei tarvitse välttämättä käydä itse blogissa ollenkaan. Blogit ja blogien kirjoittajat muodostavat yhdessä blogosfäärin. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 31 - 32; Kemppainen 2007, 7.)



Blogeja kirjoittavat yksityiset ihmiset ja yritykset. Niiden kirjoittajissa on niin eri alojen asiantuntijoita kuin harrastajiakin. Myös poliitikot, viranomaiset tai järjestöt kirjoittavat blogeja. Oikeastaan kuka tahansa voi perustaa blogin. (Kempainen 2007, 7.)

Technorati -blogilistauspalvelun mukaan uusia blogeja syntyy sekunnin välein ja The Blog Heraldin mukaan blogeja oli helmikuussa 2006 noin 200 miljoonaa. PEW Internet & American Life -tutkimus paljasti vuonna 2005 että 19 % amerikkalaisista teini-ikäisistä kirjoitti omaa blogia ja 38 % luki blogeja. Kyse ei siis ole mistään pienestä ilmiöstä. (Merisavo, Raulas, Vesanen & Virtanen 2006, 185 – 186.) Suomalaisella blogilista-sivustolla on listattuna yli 35 000 blogia (Blogilista).

Yritys voi pitää blogia joko yrityksen sisäisesti intranetissä tai Internetissä. Bloggaamisen etuina yrityksille on sen nopeus ja kommentointimahdollisuus. Esimerkiksi henkilöstö voi kommentoida suoraan yrityksen johtajan blogiin yhtiön strategiaa. Blogiin kirjoitettu viesti menee myös suoraan ilman välikäsiä johtajalta henkilökunnalle. Yritysblogi edistää yrityksen avoimuutta ja parantaa keskustelua asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa. Esimerkiksi Microsoft hyödyntää blogeja saadakseen paremmin tietoa loppukäyttäjien tarpeista. (Kilpi 2006, 45 – 46.)

Nokia hyödynsi blogeja uuden kamerapuhelimen markkinoinnissa antamalla kamerapuhelimia suosituimpien valokuvablogien kirjoittajille. Näiden blogien kirjoittajat kirjoittivat kokemuksistaan ja paransivat tietoisuutta kännyköistä. (Merisavo ym. 2006, 188.)

Mikrobloggaus tarkoittaa lyhyiden blogimerkintöjen tekemistä. Suosituin mikrobloggauspalvelu on Twitter. Twitterissä käyttäjät kirjoittavat korkeintaan 140 merkin mittaisia viestejä, tweeteitä. Lyhyys on perua siitä, että Twitter kehitettiin alun perin tekstiviestipalveluksi. Tweettiin voi liittää myös kuvia ja videoita. Blogipalvelun ohella Twitter voidaan myös nähdä interaktiivisena keskusteluareenana, jossa kommentit ja tweetit sekoittuvat yhdeksi virraksi. Toisin kuin esimerkiksi Facebookissa, Twitterissä ei ole kavereita, vaan seuraajia. Seuraajaksi lisäämiselle ei tarvita hyväksyntää eikä suhde ole välttämättä molemminpuolinen. Ensimmäinen julkinen versio Twitteristä julkaistiin heinäkuussa 2006 ja käyttäjiä sivustolla on kymmeniä miljoonia ympäri maailman. Kesäkuun 2008 ja kesäkuun 2009 välisenä aikana sivuston käyttäjämäärä 20-kertaistui. Twitteriin liittyy uusia käyttäjiä joka päivä miljoonia, mutta toisaalta suurin osa jättää sivuston muutaman tweetin jälkeen. Suomessa Twitter ei ole saanut kovin laajaa suosiota ja käyttäjiä on joitakin tuhansia. Twitteriä voi käyttää mobiilisti, mikä

mahdollistaa ajankohtaisuuden – uusista tapahtumista voi raportoida välittömästi. Niinpä monesti merkittävät uutiset ehtivät Twitteriin ennen muuta mediaa. Twitterin etuna on myös hyvin yksinkertainen käyttö eikä sen mielekäs käyttö vaadi paljon aikaa. (Haavisto 2009, 6 – 11.)

Tärkeitä Twitteriin liittyviä termejä ovat hashtagit, retweetit, trending topics ja livetweettaus. Hashtagit ovat oikeastaan avainsanoja. Ne merkitään Tweetin perään risuaidalla (#, englanniksi hash). Hashtagiin kuuluvat sanat on kirjoitettava yhteen tai erotettava väliviivalla, koska välilyöntejä ei ole. Niitä voi myös lisätä niin paljon, kuin 140 merkin rajoituksella mahtuu. Hashtagien avulla on helppo seurata keskusteluja ja suosituimmat toimivatkin keskustelukanavina. Lisäksi ne toimivat linkkeinä, eli hashtagia klikkaamalla voi seurata mitä aiheesta on kirjoitettu. (Haavisto 2010, 29 – 30) Trending topics on listaus, joka näyttää Twitterin suosituimmat aiheet. Se kootaan hashtagien ja suosituimpien sanojen ja sanayhdistelmien mukaan (Haavisto 2010, 31).

## Wikit

Wiki on Internet-sivu, jota kuka tahansa voi muokata ja jonka eri versiot tallennetaan arkistoon. Wiki voi myös viitata teknologiaan, jolla wiki-sivustot on luotu. Tunnetuin wiki on Wikipedia. Wikipedian tavoin wiki voi olla kaikkien muokattavissa ja luettavissa, mutta oikeuksia voi myös rajoittaa. Yrityksissä wikiä voi käyttää intranetissä ja helpottaa HelpDeskien työtä ja tiedon jakamista yrityksen eri sidosryhmille. Wiki toimii hyvin erilaisissa ryhmätöissä yrityksissä. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 34.) Esimerkiksi Nokia on käyttänyt wikejä toiminnassaan vuodesta 2003 (Lietsala & Sirkkunen 2008, 68).

Wikejä muokataan tekstieditorilla, jonka käyttäminen ei ole tavallista tekstinkäsittelyä vaikeampaa. Editorit perustuvat vapaaseen koodiin ja ovat ilmaiseksi ladattavissa. (Haasio 2008, 171.)

## Podcastit

Podcastit ovat Internetissä julkaistuja video- tai äänitiedostoja, joita voi tilata ja kuunnella esim. tietokoneelta tai mp3-soittimelta. Podcasting on näiden tiedostojen julkaisemista ja podcaster on podcastien julkaisija. Sana Podcast tulee luultavasti sanoista iPod ja broadcast

(englantia, ”lähettää”). Tyypillistä podcasteille on niihin liitetty metatieto, jonka avulla RSS-syötteenlukija voi ladata uudet podcastit automaattisesti niiden käyttäjän koneelle. Käyttäjä voi tällöin tilata haluamansa tyyppisiä podcasteja ja kuunnella ne silloin kun haluaa. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 41 – 42; Merisavo ym. 2006, 188.)

Podcasting on kuin äänibloggausta ja podcasteja tekevät tavallisten ihmisten lisäksi monet organisaatiot. YLE tarjoaa radiossa jo lähetettyjä ohjelmia podcast-muodossa ja julkaisee osan ohjelmista ainoastaan podcasteina. Myös BBC tarjoaa joitakin ohjelmiaan podcasteina. Podcastit etuna voidaan pitää sitä, että käyttäjät voivat kuunnella juuri haluamansa sisällön milloin haluavat – ja missä haluavat: podcastejahan voi kuunnella monenlaisista laitteista, kuten iPodista. (Aula ym. 2006, 111 – 112.)

Myös kaupallisia podcasteja on jo useita – Suomessa ensimmäisen kaupallisen podcastin lähetti verkkolehti Stara.fi jo lokakuussa 2005. Markkinoinnissa podcastien käytössä ovat kunnostautuneet erityisesti autonvalmistajat. He tarjoavat asiakkaille podcasteja, kuten ilmaista musiikkia ja äänikirjoja, joiden kautta markkinoija saa tietää asiakkaiden makumieltymyksistä ja pystyy profiloimaan heitä sen mukaan. Tämä helpottaa markkinoinnin personointia ja kohdentamista. (Merisavo ym. 2006, 189.)

### 2.3.7 Keskustelualueet ja postituslistat

Joskus myös keskustelualueet lasketaan sosiaaliseksi mediaksi, näin tekee esimerkiksi Antti Heino opinnäytetyössään. Keskustelualueet ovat pohjia niiden käyttäjien välisille keskusteluille. Yleensä keskustelualueille on määritelty jokin tietty aihe, mutta keskustelua voidaan käydä muistakin aiheista. Keskustelualueiden aiheet voivat liittyä niin harrastuksiin kuin maailmankatsomukseen. Yleensä keskusteluihin täytyy rekisteröityä ja käyttäjä luo nimimerkin säilyttäen oman anonymiteetin. (Heino 2010, 9.)

Vanhimpia keskustelualueita Internetissä ovat uutisryhmät, eli newsit tai ”nyyssit”, jotka saivat alkunsa vuonna 1979. Uutisryhmien aihealueet vaihtelevat laajasti. News-palvelimia on yleisiä ja yksityisiä. Uutisryhmien käyttöön tarvitaan osoite News-palvelimelle ja News-lukuohjelman. Yleisiä palvelimia saa kaikilta Internet-operaattoreilta, kun taas yksityiset sopivat esim. yritysten ilmoitustauluiksi. Palvelimen osoitteita saa Internet-operaattorilta, tai et-

simällä vapaita osoitteita Internetistä hakuohjelmilla. Lukuohjelmia voi ladata Internetistä. (Hintikka, Kartinen ja Lepistö 2000, 159.)

Postituslista (jakelulistat, mailing lists) on sähköpostin kautta käytettävä keskustelufoorumin muoto. Postituslistojen aiheet vaihtelevat laidasta laitaan ja ne voivat olla julkisia, jolloin kuka tahansa listalle haluava pääsee mukaan, tai rajattuja. Postituslista voidaan perustaa joko keskustelua tai yksisuuntaista tiedotusta varten. Postituslista toimii niin, että käyttäjä lähettää viestinsä listapalvelimelle, joka kopio viestin ja lähettää sen kaikille listalle liittyneille. Listalta tulleeseen viestiin vastatessa pitää huomioida, tuleeeko vastaus koko listalle vai ainoastaan viestin lähettäjälle. Tässä on listoilla kahdenlaista menettelytapaa: jotkut listat eivät anna automaattisesti vastausosoitetta, jolloin vastaus menee automaattisesti vain lähettäjälle. Toinen käytäntö on se, että lista asettaa listan osoitteen vastausosoitteeksi automaattisesti, jolloin viesti menee koko listalle. (Korpela 2008.)

### 3 KUUROSOKEUS

#### 3.1 Ketkä ovat kuurosokeita?

Kuurosokeus tarkoittaa vaikea-asteista kuulonäkövammaa. Termistä huolimatta kuurosokeus ei tarkoita aina täydellistä kuuroutta ja sokeutta – suurimmalla osalla kuurosokeista on näön tai kuulon jäänteitä, tai kumpaakin. Kuurosokeus tulee ymmärtää yhtenä vammaana, eikä vain kahden yhdistelmänä: toinen pääaisteista ei pysty korvaamaan toista. Kuurosokeus aiheuttaa erityisiä ongelmia tiedonsaannissa, kommunikaatiossa, liikkumisessa ja tilaan orientoitumisessa. Kuurosokeat voidaan luokitella syntymästään kuurosokeisiin, myöhemmin kuurosokeutuneisiin, syntymästään kuulovammaisiin, joiden näkö on heikentynyt myöhemmin ja syntymästään näkövammaisiin, joiden kuulo on heikentynyt myöhemmin. (Suomen Kuurosokeat ry a.)

Suomen Kuurosokeat ry:n palvelujen piirissä on 850 kuurosokeaa henkilöä. Ikääntyneitä kuulonäkövammaisia ihmisiä voidaan olettaa olevan jopa 5000. (Suomen Kuurosokeat ry b.)

#### 3.2 Kuurosokeuden syyt

Yleisimmät kuurosokeuden aiheuttajat ovat Usherin oireyhtymä ja CHARGE (Suomen Kuurosokeat ry a). Usherin oireyhtymä on peittyvästi periytyvä suomalaiseen tautiperintöön kuuluva sairaus, joka on yleisin kuurosokeuden aiheuttaja Suomessa – se on noin puolella Suomen Kuurosokeat ry:n asiakkaista (Wetterstrand 2011, 5). Usherin oireyhtymään kuuluu sisäkorvaperäinen kuulovamma, vaihteleva tasapainoelimen häiriö ja etenevä verkkokalvon rappeutuma (retinis pigmentosa). Usherin oireyhtymää on kolmea tyyppiä, Usher I, II ja III. Tyypit on jaoteltu kuulovamman ja tasapainoelimen häiriöiden perusteella. Näkövamma etenee kaikissa tyypeissä melko samalla tavoin. Verkkokalvon rappeutuman ensioireina lapsuudessa on heikentynyt hämäränäkö ja hidas sopeutuminen valaistusmuutoksiin. Myöhemmin näkökenttä alkaa kaventua putkimaiseksi. (Wetterstrand 2011, 8.) Näkökenttämuutokset etenevät yksilöllisesti ja näönjäänteitä voi säilyä vanhuuteen asti (Wetterstrand 2011, 23 - 24).

Usherin tyyppi 1:ssä kuulovamma on synnynnäisesti vaikea ja sitä sairastavat kommunikoivat viittomin, ellei sisäkorvaistutetta ole asennettu. Myös tasapaino-ongelmat kuuluvat tähän

tyyppiin. Tyyppin 2 Usheriin kuuluu keskivaikea kuulovamma, joka tyypillisesti pysyy suurin piirtein samanasteisena koko elämän. Tasapainoelin toimii normaalisti. Tyyppiin 3 sisältyy vaihtelevia tasapainohäiriöitä ja etenevä kuulovamma. Se alkaa kehittyä yleensä vasta puheen oppimisen jälkeen ja voi edetä vaikeaksi kuulovammaksi saakka. (Wetterstrand 2011, 26.)

CHARGE-assosiaatio tai -syndrooma tarkoittaa useita samanaikaisesti esiintyviä synnyntäisiä oireita. Sana CHARGE muodostuu englanninkielisistä termeistä Coloboma, Heart Defect, Atresia Chonae, Retarded Growth and Development, Genital Hypoplasia ja Ear Anomalities/Deafness. CHARGE -oireyhtymään liittyy kuurosokeuden lisäksi monia muitakin ongelmia ja niiden aiheuttamat haitat vaihtelevat yksilöllisesti. Oireyhtymään liittyy myös muiden aistitoimintojen häiriöitä ja tasapaino-ongelmia. Kehitystaso vaihtelee normaalista vaikeaan kehitysvammaan. (Suomen Kuurosokeat c.)

Muita kuurosokeuden syitä ovat äidin raskauden aikana sairastamat tulehdussairaudet, kromosomihäiriöt tai muut raskauden tai synnytyksen aikana tapahtuneet häiriöt. Aivovammat ja -kasvaimet voivat aiheuttaa kuurosokeutta tai vaikeutta käsitellä aistien kautta tulevaa tietoa. Myös keskisuus voi aiheuttaa kuurosokeutta. Näiden lisäksi vanhuksilla näkö ja kuulo voivat heiketä iän myötä jopa kuurosokeuteen asti. Joskus kuurosokeuden aiheuttaja jää tuntemattomaksi. (Suomen Kuurosokeat d; Keskuspuiston ammattiopisto)

### 3.3 Kuurosokeiden kommunikaatio ja apuvälineet

Kuurosokean kommunikaatiokeino on riippuvainen siitä, millä aistilla hän tietoa vastaanottaa. Kieli voi olla puhuttua tai viitottua kieltä, tai niiden yhdistelmä. Täysin kuurosokean viestintäkeino on kädestä käteen -viittominen. Täysin kuurosokeat voivat lukea pistekirjoitusta ja liikkua valkoisen kepin kanssa. Joissakin maissa kuurosokeilla on punavalkoinen keppi, mutta tätä käytäntöä ei ole Suomessa. (Keskuspuiston ammattiopisto.) Myös vammautumisikä ja vammanlaatu vaikuttavat siihen, millä tavoin kuurosokea kommunikoi. Riippuen olosuhteista samakin henkilö voi vaihdella viestintätapaa: sopivissa tilanteissa hän voi seurata puhetta ja huuliota, mutta ryhmätilanteissa seurata viittomista. Mikäli valaistus on huono, hän voi siirtyä taktiiliin viittomiseen. (Koskinen 2000, 36.)

Viittomakieltä käyttävät lähinnä syntymäkuurot ja varhaislapsuudessa kuuroutuneet. Viittomakielellä on oma puhutusta kielestä poikkeava rakenne, eikä se ole kansainvälistä. On kui-

tenkin paljon kuvailevia viittomia, kuten ampuminen tai onkiminen, jotka ovat kaikkialla hyvin samanlaisia. Aikuisena kuuroutuneet voivat käyttää viitottua puhetta, joka tarkoittaa viittomista suomen kielen sanajärjestyksen mukaan. Kädestä käteen -viittomista käytetään, kun kuurosokean näkö ei riitä viittomien seuraamiseen. Siinä kuurosokea pitää käsiään viittojan käsien päällä ja kädet liikkuvat viittomien mukana. (Koskinen 2000, 36 – 38.) Näiden lisäksi saatetaan käyttää sormiaakkosia, kirjoittamista ja suuraakkosia, joka tarkoittaa kirjainten kirjoittamista kuurosokean kämmenselkään sormella (Koskinen 2000, 38 – 39).

Kuulon apuna kuulovammaisen voi käyttää kuulolaitetta, joka vahvistaa korvakäytävään tulevan äänen. Sen lisäksi on pienoissilmukoita, jotka poistavat kaiken muun äänen, kuin laitteen mikrofonin puhutun ja FM-laitteita, joka koostuu erillisestä vastaanottimesta ja mikrofonista. Ryhmätilanteissa käytetään huoneen osan tai koko huoneen kiertävää induktiota. Kaikkien ryhmässä olevien täytyy puhua mikrofonin, joten se joko kiertää puhujalta toiselle tai tulkki toistaa kaiken puhutun tai viitotun. (Koskinen 2000, 41.)

Vaikeasti kuulovammaiset voivat käyttää sisäkorvaistutetta, joka on leikkauksella asennettava sähköinen kuulokoje. Laite ohittaa toimimattoman sisäkorvan ja välittää sähköisessä muodossa kuulosignaalin suoraan kuulohermoon. Ulkoiset osat ovat mikrofoni, puheprosessori ja signaalilähetin. Kalloluuhun leikattavat sisäiset osat taas ovat magneetti, vastaanotin, stimulaattori ja yksi- tai monikanavainen elektrodiryhmä, joka johtaa signaalit vastaanottimesta sisäkorvaan. Sisäkorvaistute ei tee kuulosta normaalia, eikä poista vaikean kuulovamman määrittettä. Laitteesta saatava hyöty on myös yksilöllinen, mutta se mahdollistaa ympäristön äänien kuulemisen ja puheen oppimisen. (CI-toimikunta 2010.)

### 3.4 Näkövammaisten tietotekniset apuvälineet

Näkövammaiset voivat käyttää tietokonetta erilaisten ohjelmien ja lisäosien kanssa. Parhaimmillaan sopivan kokoinen näyttö ja näyttöteline mahdollistamaan näytön siirtäminen sopivalle etäisyydelle ja sopivaan kulmaan voivat riittää. Myös Windowsin näytön ulkoasun asetuksia voi muokata sopiviksi. Näkövammaisille on myös pistenäytöt, ruudunlukuohjelmat, suurennusohjelmat ja puhesyntetisaattorit. (Näkövammaisten keskusliitto.)

Suurennusohjelma suurentaa kaiken näytöllä olevan, tekstin ohella myös kuvat ja grafiikan jopa 16-kertaiseksi. Muita ohjelman ominaisuuksia ovat esimerkiksi hiirikohdistimen suuren-

nus, voimakaskontrastiset värit, näytön värien ja kirjasintyyppien muuttaminen ja puhetuki. Ohjelma voi esimerkiksi toistaa kursorin alla olevan tekstin, näppäimet kirjoittamisen aikana ja pitkän tekstin voi lukea ääneen. (Näkövammaisten keskusliitto.)

Ruudunlukuohjelmilla on suurennusohjelmia paremmat lukuominaisuudet. Ne tulkitsevat ja välittävät näytöllä olevan tekstin pistenäytölle tai puhesyntetisaattorille. Ruudunlukuohjelma tai pistenäyttö ei toimi ilman puhesyntetisaattoria. Se toimii äänikortin avulla ja muuttaa näytöllä olevan tekstin puheeksi. (Näkövammaisten keskusliitto.)

Pistenäyttö muuttaa näytöllä olevan tekstin pistekirjoitukselle. Näyttö on rivinäyttö ja sille mahtuu kerrallaan 44:stä 84:ään merkkiä, eli aina koko rivi ei mahdu kerralla. Pistenäytössä on omat näppäimet näytölle liikkumiseen, joten lukemista voi ohjata. (Näkövammaisten keskusliitto)

Suomen Kuurosokeat ry:n asiakkaiden käyttämät ohjelmat ovat Jaws, Zoomtext, Supernova ja NVDA. Näitä ohjelmia testattiin tässä työssä. Testeissä käytettiin selaimena ainoastaan Internet Exploreria.

### 3.4.1 Jaws

Jaws on ruudunlukuohjelma ja se toimii esimerkiksi Office-ohjelmien kanssa ja Internet Explorerin kanssa. Pikanäppäinten avulla voi ohjata luettavia tekstejä ja valita tavataanko sana vai luetaanko se. Tietokoneen kohdistimen lisäksi on Jawsin oma kohdistin. Ohjelmassa on myös pikanäppäimet vastaamaan hiirinäppäimiä.

Sivustoista kannattaa käyttää mobiili- tai tekstiversioita. Sivulla olevat linkit, kehykset, lomakkeet ja otsikot voi avata omaan listaansa, josta käyttäjä voi valita haluamansa linkin. Facebookissa ja Twitterissä osa otsikoista on nimetty niin, ettei niiden sisältöä voi arvata ja osalla linkeistä on samat nimet. Kuitenkin listaus on linkkien todellisen järjestyksen mukainen, mikä helpottaa niiden tunnistamista. Esimerkiksi listassa voi olla peräkkäin käyttäjän Facebook-kaverin nimi ja tykkää ja kommentoi -linkit. Sivustolla olevia linkkejä voi selata myös tabulaattorin avulla ja Enter-painike avaa valitun linkin. Jawsin ollessa päällä Internetissä kirjoittaminen onnistuu vasta kun ohjelman laittaa kirjoitustilaan.



### 3.4.2 Zoomtext

Zoomtext on suurennus- ja ruudunlukuohjelma. Suurennus toimii ohjelmasta riippumatta, mutta ruudunlukijalla on ongelmia Internet Explorerissä. Kaikki tärkeimmät toiminnot, kuten suurennuksen tarkkuus tai sijainti näytöllä toimivat käyttöliittymän valikkojen lisäksi pikanäppäimin.

Zoomaus on mahdollista 1,25-kertaisesta 36-kertaiseksi. Suurennuksen voi tehdä ohjelman käyttöliittymän näppäintä klikkaamalla tai omalla näppäinyhdistelmällä. Myös ohjelmien omat suurennukset toimivat Zoomtextin kanssa. Suurennustapoja on useita. Kokonäyttötilassa koko näytöllä näkyy vain osa näytöstä. Linssi suurentaa vain sen osan näytöstä, jossa kohdistin on. Suurennuksen voi avata myös omaan paikoillaan pysyvään ikkunaan, joka näyttää suurennettuna näytöstä sen kohdan, jossa kohdistin on.

Puhesyntetisaattori lukee valikot ja työkalurivit, jos osoitin on niiden kohdalla. Luettavia kohteita voi hallita pikanäppäimin. Zoomtextissä on myös Appreader, Docreader ja SpeakIt -työkalut. Appreaderin avulla asiakirjan tekstin voi lukea kokonaan läpi automaattisesti, mutta tekstistä voi myös valita yksittäisiä sanoja. DocReader avaa erillisen ohjelman. SpeakIt -työkalu lukee painikkeiden, valikoiden ym. tekstit, mutta sen ollessa päällä nämä linkit eivät toimi. Alueet -toiminto tallentaa osan näytöstä, jonka tekstin voi lukea myöhemmin.

Näytön värejä voi muokata sopiviksi. Myös osoitinta voi muokata sopivaksi ja parantaa sen näkyvyyttä. Hakutoiminnon avulla tekstistä voi hakea tiettyjä sanoja.

### 3.4.3 SuperNova

SuperNova on suurennusohjelma ja ruudunlukija. SuperNovassa on ohjelman oma näennäinen kohdistin varsinaisen kohdistimen lisäksi. Käyttäjän kannattaa käyttää vain jompaakumpaa. SuperNovan muista ominaisuuksia on kohdistimen muokkaaminen ja näytön värien muokkaaminen. Suurennuksen voi tehdä kokonäyttötilassa, linssinä tai omassa ikkunassaan.

Pikanäppäinten avulla voi määritellä esimerkiksi lukunopeutta, kuinka paljon luetaan ja mitä luetaan. Koko sivun tai asiakirjan voi lukea asiakirjalukutoiminnolla, jolloin ohjelma lukee

tekstin otsikosta tai valittuna olevasta kohdasta lähtien. Rivitilassa näytöllä näkyy vain yksi rivi kerrallaan.

SuperNovalla voi etsiä sivun otsikot ja linkit oman listaustoiminnon avulla. Twitterissä se ei kuitenkaan löydä otsikoita. Facebookissa osa otsikoista on nimetty niin, ettei niiden sisältöä voi arvata ja osalla linkeistä on samat nimet. Tilapäivityksiä ei löydy otsikkohauulla, eikä linkkilistauksessa, joten parhaiten ne löytyvät vain näön avulla. Asiakirjanluku -toiminto toimii Facebookissa ja Twitterissä, jolloin SuperNova lukee tilapäivitykset, tapahtumat ja muut tiedot valitusta kohdasta lähtien.

Jos käytetään ruudunlukijaa tai näennäistä kohdistinta, Facebookin tai Twitterin tavallinen käyttöliittymä ei toimi, joten on käytettävä mobiiliversiota. Mobilessa ei ole automaattisesti retweet tai vastauslinkkejä, ne pitää merkitä erikseen tweettiin.

#### 3.4.4 NVDA

NVDA on ruudunlukuohjelma, jonka ominaisuuksia on mm. se, että se lukee kaiken hiiren alla olevan tekstin. Näin huonollakin näöllä netissä voi surffaila hiiren avulla. Toisaalta ohjelmalla ei ole otsikoiden ja linkkien listaustoimintoa, mutta oma kohdistin löytyy. Pikanäppäinkomentoja löytyy runsaasti ja erilaisia toimintoja on paljon.

Ruudunlukijan kanssa kannattaa käyttää sivustojen mobiiliversioita. NVDA lukee enemmän kuin Jaws, mutta siihen ei saa linkkilistausta. Selaaminen vie siis pitemmän aikaa. Twitterissä se ei lue Tweetteihin liittyvien linkkien nimiä, joten linkkien järjestys on opeteltava ulkoa. Tabulaattorin avulla voi selata Twitterin tweettien tai Facebookin tilapäivitysten tekijöiden nimimerkkejä. Sopivan nimimerkin kohdalla voi käynnistää jatkuvan luvun, jolloin tweetti tai tilapäivitys luetaan kokonaan.

NVDA alkaa lukea automaattisesti näytön sisältöä, mutta luvun voi myös keskeyttää ja etsiä linkkejä tabulaattorin avulla. Kun oikea linkki löytyy, se aukeaa enterin avulla.

## 4 SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖSUUNNITELMA

### 4.1 Suomen Kuurosokeat ry

Suomen Kuurosokeat ry on kuurosokeiden ja vaikeasti kuulonäkövammaisten yhdistys, joka tuottaa heille palveluja, valvoo heidän oikeuksiaan ja toimii kuurosokeusalan asiantuntijana Suomessa. Järjestö järjestää kuurosokeilla ja kuulonäkövammaisille palveluja riippumatta siitä, ovatko he järjestön jäseniä. Palvelujen piirissä on noin 800 henkilöä ja varsinaisia jäseniä järjestössä oli lokakuun 2009 lopussa 289. (Suomen Kuurosokeat ry e.) Järjestön toiminta-ajatuksena on “Kuurosokeiden omaehtoinen, itsenäinen, hyvä elämä tasavertaisessa yhteiskunnassa”. Päätös- ja äänivalta on varsinaisilla kuurosokeilla jäsenillä, mutta kuurosokeiden lisäksi jäsenenä on myös kuurosokeiden omaisia. (Suomen Kuurosokeat ry f.)

Järjestön ylin päätäntävalta on järjestön varsinaisilla jäsenillä. Jäsenistö kokoontuu kevät- ja syyskokouksiin ja valitsee hallituksen syyskokouksessa. Järjestön keskustoimisto on Helsingissä, jonne on keskitetty hallinnon lisäksi taloushallintopalvelut, järjestötoiminta, tiedotus ja lehtien toimitus sekä kommunikaatiopalvelut. Järjestössä on kuusi toimintayksikköä: kuntoutumis- ja asumispalvelut, taloushallintopalvelut, aluesihteeripalvelut, IT-palvelut, jäsen- ja järjestöpalvelut sekä kommunikaatiopalvelut. Kuntoutumis- ja asumispalvelujen toimintayksiköt ovat Kuurosokeiden Toimintakeskus Tampereella ja Kuulonäkövammaisten Kuntoutumiskeskus Muuramessa. (Suomen Kuurosokeat ry g.)

Aluesihteerit järjestävät kuurosokeille sopeutumisvalmennusta, ohjaavat kuurosokeita palvelujen piiriin ja tukevat kuurosokeiden toimintaedellytyksiä. Aluesihteeripiirejä on kymmenen. (Suomen Kuurosokeat ry g.)

### 4.2 Miksi sosiaaliseen mediaan?

Suhtautuminen sosiaaliseen mediaan vaihtelee eri yrityksissä. Toisaalta monet yritykset ovat kieltäneet sen käytön työajalla kokonaan. Sitä vastoin esimerkiksi Nokia ja Elisa suhtautuvat sosiaalisen median käyttöön hyvin myötämielisesti – Nokia jopa kouluttaa työntekijöitään sosiaalisen median käytössä. (Karjaluo 2010, 208.)

Sosiaalisen median riskitekijöiksi mainitaan heikko tietoturva, nettikeskustelun hallitsemattomuus ja negatiivisen viestinnän ja luottamuksellisen tiedon leviäminen. Yrityksissä saataan myös perustella pysymistä poissa sosiaalisesta mediasta sillä, että sen käyttö on ajanhukkaa tai sen käyttö ei sovi yrityksen imagoon. Myös oikeudellisia kysymyksiä saatetaan pelätä. (Karjaluo 2010, 210; Repo 2010.)

Teknologia-alan viestintään erikoistuneen konsulttiyritys Netprofilen partneri Christina Forsgård kumoaa suurimman osan väitteistä. Hänen mukaansa Internet-palvelujen tietoturva ei voi olla huono, koska niiden olemassaolo on siitä riippuvainen. Teknistä tietoturvaa enemmän kannattaa olla huolissaan sosiaalisesta tietoturvasta. (Repo 2010.) Tietoturvaongelmia voi välttää hyvällä ohjeistuksella.

McKinsey & Companyn tutkimuksen mukaan sosiaalisen median hyödyt on jaoteltu yrityksen sisäisiin tarkoituksiin, asiakkaille suunnattuun palveluun ja kolmansille osapuolille suunnattuihin aktiviteetteihin. Yrityksen sisäisessä toiminnassa edut ovat nopea pääsy tietoon kärsiksi, viestintäkustannusten alentuminen, nopeampi asiantuntijoiden tavoittaminen, matkustuskustannusten alentuminen ja työntekijöiden tyytyväisyyden lisääntyminen. Hyödyt ulkoiselle viestinnälle ovat aivan samat. (Karjaluo 2010, 210.) Asiakkaiden suuntaan hyödyllisimmiksi koetaan palvelut, joiden avulla voidaan jakaa nopeasti ja helposti tietoa ja kerätä palautetta. Tutkimus myös osoittaa, että hyöty Web 2.0:stä on sitä suurempi, mitä enemmän siihen on panostettu. Eniten web 2.0 hyödynnetään yritysten sisäisessä viestinnässä. (Karjaluo 2010, 209.)

Sosiaalisen median myötä aiemmin vähälle huomiolle jääneet asiat saavat laajempaa huomiota, kun nyt kuka tahansa voi julkaista tekstiä tai videota. Sosiaalisen median kautta myös erilaisen kampanjat ja markkinoijat voivat saada aiempaa laajempaa huomiota. Tästä esimerkkinä Turvatekniikan keskus Tukesin ilotuliteturvallisuuskampanja vuonna 2009. Tukes järjesti YouTubessa kilpailun, jossa etsittiin parasta tietoiskuvideota. Kampanjan videot pyörivät sitä varten perustetulla ilotulite.info -sivustolla, josta oli myös linkit Twitter- ja Facebook-profiileihin sekä blogeihin. Blogeissa asiantuntijat käsitelivät turvallisuuskysymyksiä, uudistuvaa ilotulitelakia ja vastasivat käyttäjien kysymyksiin. Facebook-sovelluksessa käyttäjät pystyivät muokkaamaan profiilikuviaan ja Twitterissä jaettiin uutisia ja tiedotteita. Ennakkotietojen mukaan silmävammat ja palovahingot vähenivät edellisvuodesta huomattavasti. Toinen vastaava esimerkki on Sony Pictures Entertainment -yhtiön kokeilu sosiaalisessa mediassa mainostamisesta. Yhtiö mainosti elokuvia The Ugly Truth, District 9 ja Julie & Julia Face-

bookissa ja valikoi mainosten kohteet iän ja sukupuolen mukaan. Yrityksen mukaan online-mainonta lisäsi huomattavasti tietoisuutta elokuvista. (Kainuun Sanomat 2010.)

Sosiaalisen median edut Suomen Kuurosokeat ry:lle ja kuurosokeille ovat tiivistettynä:

- Entistä tehokkaampi kanava kuurosokeustiedottamiseen ja -tietoisuuden levittämiseen.
- Järjestö saa laajempaa näkyvyyttä ja kuurosokeat löytävät helpommin järjestön ja sen palvelut.
- Vertaistuki kuurosokeille

#### 4.3 Kuinka sosiaaliseen mediaan?

Karjasilta suosittelee aloittamaan sosiaalisen median käyttäminen yrityksen sisäisessä viestinnässä, josta voi siirtyä sidosryhmäviestintään ja ulkoiseen markkinointiin. Käyttö kannattaa aloittaa tutustumalla ja opettelemalla erilaisia kanavia. Hyödyntämiselle on asetettava selkeät tavoitteet ja myös epäonnistumiseen kannattaa varautua. Sosiaalista mediaa on vaikea hallita ja tämä on vain hyväksyttävä ja kaikki toimenpiteet on suunniteltava sen mukaisesti. (Karjaluoto 2010, 2011.)

Useimmilla työntekijöillä voi jo olla henkilökohtaiset profiilit sosiaalisessa mediassa. Yksityiselämää ja työtä varten voidaan tehdä erilliset profiilit, mutta on myös mahdollista käyttää samaa profiilia työ- ja yksityiselämää varten. Forsgård kehottaa päättämään linjan etukäteen. Työntekijää ei voida pakottaa ottamaan järjestön asiakkaita Facebook-kavereiksi. Yhtä profiilia voi päivittää useampikin työntekijä yhtä aikaa. Silloin on sovittava tarkasti miten tiliä ja salasanoja hallinnoidaan, mitä valokuviiin laitetaan, miten ylläpitäjät esitellään ja keitä otetaan kontakteihin. Forsgård varoittaa, että jaettu vastuu voi johtaa siihen, ettei kukaan kannu sitä. (Repo 2010.)

Panostaessaan sosiaaliseen mediaan yrityksen on ratkaistava ensin, kuka huolehtii sinne siirtymisestä ja huolehdittava henkilökunnan ohjeistuksesta. Strategia on suunniteltava yhdenmukaiseksi, ettei järjestössä ole pian useita irrallisia verkkoprojekteja ilman yhteisiä toimivia rajapintoja. (Pakkala 2010.)

Järjestön kannattaa valita muutama tärkein sivusto ja panostaa siihen. Facebook on suosituin sivusto, jolloin se kannattaa ottaa ensisijaiseksi sivustoksi, jonka kautta voi jakaa YouTube-videoita, blogi- tai Twitter-päivityksiä.

#### 4.4 Facebook

Facebookiin voi perustaa avoimia tai suljettuja ryhmiä tai sivuja. Suljettu ryhmä sopii hyvin järjestön jäsenten väliseen keskusteluun ja tiedonhankintaan. Hyvä ratkaisu on perustaa avoin sivu ja suljettu ryhmä. Sivulle voi liittyä kuka tahansa ja sen sisältö näkyy kaikille. Se toimii hyvin tiedottamisessa järjestön sidosryhmille ja kuurosokeustietoisuuden kasvattamiseen. Sivun osoitteen voi rekisteröidä, jos faneja on 25 (Repo 2010).

Facebookin mobiiliversio toimii ruudunlukuohjelmien kanssa. Linkkien hakemista helpottaa linkkien listaustoiminto, mutta ongelmana on huonosti nimetyt linkit: Kaikkien linkkien nimet eivät kerro mitään siitä, mitä linkin takana on. Toisaalta osalla linkeistä on samat nimet. Otsikot kuitenkin on listattu samassa järjestyksessä kuin ne ovat sivulla, mikä helpottaa oikeiden linkkien tunnistamista.

Facebookia voi käyttää pikanäppäimin. Näppäinsarjaan kuuluu selaimesta riippuvainen osuus ja numero, joka riippuu halutusta tapahtumasta. Internet Explorerissa näppäinkomento on Alt + # + Enter, Firefoxissa Shift + Alt + #, Safariissa ja Macintoshissa olevassa Firefoxissa se on Ctrl + #. Merkin # tilalle tulee numero seuraavan ohjeen mukaan: 0 – Ohjeet, 1 – Etusivu, 2 – Profiili, 3 – Kaveripyynnöt, 4 – Postilaatikko, 5 – Ilmoitukset, 6 – Tilin asetukset, 7 – Yksityisyysasetukset, 8 – Tietoa, 9 – Käyttöehdot. (Facebook)

Facebookin chatin käyttö ei onnistu ruudunlukuohjelman avulla teknisten ongelmien vuoksi. Facebook käyttää Jabber (XMPP) -teknologiaa, jonka avulla Facebook-kaverien kanssa voi keskustella minkä tahansa pikaviestinohjelman avulla. Tämä tapahtuu yhdistämällä käyttäjätili käytettävään pikaviestinohjelmaan, jonka jälkeen käyttäjän ei tarvitse edes kirjautua Facebookiin voidakseen keskustella kaveriansa kanssa. (Reiss 2010)

## 4.5 Twitter

Twitteriä Suomen Kuurosokeat voi käyttää samalla periaatteella kuin Facebookin avointa sivua. Twitterissä voi jakaa esimerkiksi linkkejä, tietoa ja raportointia tapahtumista ja käydä keskustelua eri ihmisten ja järjestöjen kanssa. Toisaalta Suomessa Twitter ei ole kerännyt kovin suurta suosiota – sillä on suomalaisia käyttäjiä vain muutamia tuhansia (Haavisto 2010, 8).

Twitteriä voi käyttää erilaisten tapahtumien reaaliaikaiseen raportointiin livetweettaamalla. Tapahtuman osallistujat kirjoittavat Twitteriin tapahtuman tunnelmasta, ilmapiiristä ja kohokohdista tai esimerkiksi konferenssin puheiden sisällöstä. Tapahtuman osallistujat saattavat keskustella keskenään tweettien avulla, tai tapahtuman ulkopuolisten kanssa. Osallistujat saattavat keskustella esimerkiksi siitä, missä olisi lähin ruokapaikka. Useimmiten tapahtumalla on oma hashtag, jonka avulla tweettejä on helpompi seurata. (Haavisto 2010, 33) Tagin kannattaa olla lyhyt, vain muutamia merkkejä eikä siihen tarvitse sisällyttää vuosilukua. Kannattaa myös tarkistaa, ettei hashtag ole jo jonkun toisen käytössä: Big Brother African katsojat ryhtyivät käyttämään tagia #bba, joka sattui olemaan jo Bread Baker Apprentice -nimisen leipurin tagina. Twitter-kommentit on hyvä myös näyttää isolla näyttöruudulla, jotta myös puhuja näkee ne. (Haavisto 2010, 60)

Tilejä voidaan perustaa enemmänkin kuin vain yksi ja yhtä tiliä voi ylläpitää useampi työntekijä. Mikäli ylläpitäjiä on useita, asia kannattaa kertoa profiilikuvauksessa ja nimikirjaimilla tweettien perässä. Saman Twitter-tilin ylläpitoon on ilmaisohjelmia, kuten GroupTweet, jonka avulla käyttäjä voi lähettää tweettejä riippumatta käyttämästään Twitter-ohjelmistosta. (Haavisto 2010, 43 - 44.)

Twitterissä voi seurata mahdollista kuurosokeuteen liittyvää keskustelua ja osallistua siihen ja vastaila ihmisten kysymyksiin liittyen kuurosokeuteen. Twitterissä voi myös saada suoraan palautetta ja ehdotuksia. Esimerkiksi Dell sai Twitteristä kritiikkiä siitä, että Enter ja heitto-merkki olivat eräessä kannettavassa liian lähellä toisiaan. Yritys korjasi ongelman seuraavassa mallissaan. (Haavisto 2010, 47.) Twitterin kautta työntekijät voivat keskustella myös keskenään ja esimerkiksi brainstormingissa Twitter on sähköpostia joustavampi työkalu (Haavisto 2010, 48).

Twitterin kautta voi kerätä nimiä adresseihin, etsiä sponsoreita, hankkia rahallista tukea toiminnalle ja löytää yhteyksiä vaikka poliitikoihin. Esimerkiksi Eri De La Cruzin sydämensiirtoon onnistuttiin keräämään noin miljoona dollaria, lähinnä Twitterin kautta. Tiistaisin Twitterissä on #charitytuesday, jolloin siis kannattaa olla erityisen aktiivinen. (Haavisto 2010, 52)

#### 4.6 Blogit

Karjaluoto listaa blogien käyttökohteeksi tapahtumien ja uutuustuotteiden markkinoinnin, vahvuudeksi helpon ja edullisen ylläpidon ja heikkoudeksi sen, että blogi vaatii paljon jatkuvaa päivittämistä. (Karjaluoto 2010, 209.)

Toisaalta blogeihin liitetty henkilökohtaisuus tekee blogista hyvän kanavan kuurosokeille kertoa omista elämäkokemuksistaan ja toimia vertaistuen kanavana. Blogeissa voi myös jakaa tietoa uusista apuvälineistä tai muutoksista palveluissa. Blogiin voi myös kutsua eri alojen asiantuntijoita tai työntekijöitä vieraileviksi kirjoittajiksi, joille lukijat voivat tehdä kysymyksiä. Blogin lukuoikeuksien rajoittaminen saattaa myös parantaa lukijoiden halua jakaa omia kokemuksiaan kuurosokeudesta.

#### 4.7 YouTube

Suomen Kuurosokeiden YouTube-kanavalla on tähän mennessä julkaistu kuvia ja videoita esimerkiksi järjestetyistä tapahtumista ja viittomakielinen runo. YouTubessa voi jakaa videoita kuvamateriaa tapahtumista ja leireistä. Videopalveluna YouTubea voi käyttää myös viestintään viittomakielisille ja viittomien opetukseen.

Suomen Kuurosokeat ry:n asiakkaiden käyttämissä ohjelmissa on ruudunlukija ja suurentaja yhdessä. Ruudunlukijan voi saada pois päältä, kun katselee ja kuuntelee videota. YouTubelle on suunniteltu näkövammaisia varten käyttöliittymiä, jotka löytyvät erillisiltä sivustoilta.



## 5 KYSELYN TULOKSET

Työn osana oli kysely kuurosokeille sosiaalisesta mediasta ja sen käytöstä järjestössä. Kysely lähetettiin kuurosokeiden jäsenpostilistan ja Suomen Kuurosokeat ry:n Facebook-ryhmän kautta. Siihen vastasi 11 ihmistä, joista viisi oli yli 60-vuotiaita. Alle 30-vuotiaista vastasi vain kaksi. Kolmikymppisiä vastasi neljä ja nelikymppisiä yksi. Yksi vastaajista oli sokea. Viisi oli kuuroja, joista neljällä oli sisäkorvaistute. Kaikki vastanneista käyttivät kommunikaatiokeinoon puhetta, osa tosin myös viittomia.

Vastaajista 7, eli yli puolet käytti Facebookia tai oli jäsenpostilistalla, tai kumpaakin. Facebookia käytti alle 40-vuotiaista 5 vastannutta. Vain yksi kolmikymppisistä ei ollut Facebookissa ja alle 30-vuotiaista molemmat käyttivät sivustoa. Youtuben sisältöä käytti yhdeksän vastaajaa. Sivustoa käyttämättömistä kummatkin olivat yli 60 ja toinen heistä sokea. Bloggeja vastaajista luki 5, mutta vain yksi kirjoittaa sellaista itse. Kaikki blogien lukijoista tai kirjoittajista olivat alle 40-vuotiaita. Twitteriä käytti vain yksi vastanneista ja podcasteja ei käyttänyt kukaan. IRC, chat ja keskustelualueet saivat myös muutaman maininnan alle 40-vuotialta vastaajilta. Yksi vastaajista käytti myös Foursquare-sivustoa. Kumpikaan alle 30-vuotiaista vastanneista ei ollut jäsenpostilistalla. Kolmikymppisistä taas kaksi oli. Sen sijaan yli 40-vuotiaista vastanneista kaikki olivat jäsenpostilistalla. Vastanneista kaksi ei käyttänyt mitään sosiaalista mediaa jäsenpostilistan ohella, molemmat yli 60-vuotiaita.

Kuusi vastaajista käytti ruudunluku- ja suurennusohjelmia. Vastausvaihtoehdoksi ei ollut erikseen annettu käyttöjärjestelmän tai selaimen omia asetuksia, kuten zoomausta, mutta viisi vastaajaa kertoi muokkaavansa asetuksia. Ruudunlukuohjelmia käytti vastanneista vain yksi. Hän ei käyttänyt sosiaalista mediaa THP:n ohella, ja olikin yli 60-vuotias. Kolme vastanneista käyttää ruudunsuurennusohjelmaa ja käyttävät sosiaalista mediaa. Kaksi heistä on Facebookissa ja yksi lukee bloggeja. Kaikki kolme käyttävät YouTuben sisältöjä. Aktiivisimmat sosiaalisen median käyttäjät selviävät tutkimuksen mukaan ilman apuvälineitä ja selainten tai käyttöjärjestelmän omat asetukset riittävät.

Facebook-ryhmän avoimuuden kannalla oli kaksi vastaajaa ja suljetun kannalla kuusi. Mutta kolme vastaajaa ehdotti sekä avoimen että suljetun ryhmän perustamista. Yksi vastaajista piti koko ryhmää tarpeettomana ja yksi ei osannut vastata. Sitä vastoin avoimen blogin kannalla oli viisi vastaajaa ja vain kaksi toivoi suljettua. Toisaalta yksi ehdotti kummankin blogin pe-

rustamista. Vain yksi vastaaja ilmoitti, ettei lukisi tuota blogia, loput vastasivat joko lukevansa sitä, tai olivat epävarmoja. Blogiin kirjoittamisesta oltiin epävarmempia: kaksi sanoi, ettei kirjoittaisi ja seitsemän ei osannut vastata. Vain kaksi oli valmiita kirjoittamaan siihen. Järjestön muille sidosryhmille viestintää ei yleisesti nähty huonona asiana ja seitsemän vastannutta hyväksyi sen. Kahden mielestä sosiaalista mediaa pitäisi käyttää vain asiakkaiden kanssa viestintään. Yksi ei osannut vastata ja yksi piti sosiaalisen median käyttöä turhana.

Suurimalle osalle vastaajista siis sosiaalinen media oli tuttua, vain kaksi pysyi poissa koska sivustojen käyttö tarvittavilla apuvälineillä katsottiin vaikeaksi, eikä vaivan arvoiseksi. Yksi vastaajista kertoi välttävänsä Facebookin käyttöä tietoturvaohjeiden vuoksi.

Sosiaalisen median eduksi suurin osa vastaajista katsoi helpottuneet viestinnän eri ihmisten kanssa, ei tietenkään vain muiden kuurosokeiden kanssa, vaikkakin vertaistuki tuli vastauksissa myös esille. Esille tuli myös ajatus, että sosiaalinen media mahdollistaa kuurosokealle viestinnän omin apuvälinein ja omin ehdoin. Vähemmän kuurosokeuteen liittyviä hyötyjä on helppo tapahtumien järjestäminen, tiedonsaanti, sisällön jakaminen ja kommentointi.

Eri medioiden käyttötavoista vastauksia eniten saatiin blogeista, Facebookista ja YouTubeista. Blogiin kaivattiin ihmisten arkielämän kokemuksia ja tunteita kuurosokeina. Uusista apuvälineistä haluttiin tietoa ja käyttäjäkokemuksia. Blogeissa voisi myös olla tietoa tapahtumista, koulutuksesta, työstä ja tutkimuksista liittyen kuurosokeuteen. Mahdollisuutta viittomakielisiin bloggauksiin myös kaivattiin.

Toisaalta blogien ajateltiin sopivan tiedotuskanavaksi yleisellä väestöllä kuurosokeuteen ja järjestöön liittyvissä asioissa ja uutisten kommentointiin kuurosokeiden näkökulmasta.

Facebookista odotettiin ajankohtaista tiedotusta uutisista, tapahtumista, kursseista ja muustakin toiminnasta. Eräs vastaaja erotti avoimen ja julkisen ryhmän käyttötavat: suljettu sopii jäsenten väliseen viestintään ja avoin tiedottamiseen, palautteen vastaanottamiseen ja kysymyksiin vastaamiseen.

Youtubeen taas vastauksien mukaan sopisi parhaiten tapahtumien dokumentointi ja tulevasta toiminnasta informointi, sekä kaikki viittomakielinen materiaali. Sinne kaivattiin myös käyttöohjeita, tapahtumien, tilojen ja työntekijöiden esittelyjä. Sen lisäksi ehdotettiin yleistä tiedotusmateriaalia tavallisille ihmisille kuurosokeudesta – esimerkkinä kuurosokean kohtaaminen erilaisissa tilanteissa.

Podcastit ja Twitter tunnettiin huonoiten, joten niistä tuli vastauksiakin vähiten. Podcastien kohdalla mainittiin tapahtumien dokumentointi ja Twitteriin suositeltiin linkkejä blogimerkintöihin ja muuta tehokasta tiedotusta. Jäsenpostalueen puolelta tuli ajatus, että siellä on jo oma vakiintunut keskustelijajoukkonsa eikä nyt toimivaa asiaa kannata muuttaa.

## 6 POHDINTA

Internetin yleistymisen 2000-luvulla on tuonut uusia välineitä viestintään ja yksi näistä on sosiaalinen media. Sosiaalisen median kautta ihmiset hakevat tietoa, keskustelevat, pitävät yhteyttä ystäviin ja sukulaisiin ja hankkivat uusia tuttavuuksia, tuovat omia mielipiteitään julkisuteen ja jopa vaikuttavat asioihin. Siitä on nopeasti tullut kiinteä osa ihmisten jokapäiväistä elämää ja merkittävät tekijä yhteiskunnassa. Sosiaalista mediaa hyödynnetään monilla aloilla ja uusia sovelluksia varmasti vielä löydetään.

Sosiaalista mediaa ei ole kunnolla voitu määritellä ja monet siihen liitetyt asiat ovat olleet ennenkin mahdollisia. Esimerkiksi kotisivuille on voitu aina kirjoittaa samanlaisia asioita, kuin blogeihin ja sivustoja on voinut kommentoida ja antaa palautetta sähköpostin kautta. Ero web 1.0:n ja web 2.0:n välillä lieneekin aste-ero: blogien kommentointi on paljon entistä nopeampaa. Edelleen useimmat sosiaalisen median sisältöjen käyttäjät vain ottavat vastaan sen sisältöä, mutta aiempaa useampi voi ryhtyä tuottamaan sisältöä itsekin.

Määrittelyn ohella on epäselvää, mitkä kaikki sivustot ovat sosiaalista mediaa. IRC, ja sähköpostilistat ovat rajatapauksia. Jälkimmäinen sisällytettiin sosiaaliseen mediaan tässä työssä, koska kuurosokeille se on tärkeä viestinnän kanava. Ja mahdollistaahan sähköpostilista laajalle yleisölle tiedottamisen ja käyttäjien välisen keskustelun. IRC:ä käytetään vain pienen ryhmän väliseen keskusteluun, eikä sitä käytetä viestintään laajalle yleisölle.

Suomen Kuurosokeat ry voi käyttää sosiaalista mediaa järjestön toiminnassa ja viestinnässä eri sidosryhmien kanssa. Sosiaalinen media mahdollistaa nopeat viestit sidosryhmille ja keskustelun jäsenten kanssa ja jäsenten välillä. Jäsenet voivat myös helposti antaa Facebook-ryhmän kautta palautetta, toimintaideoita ja esittää kysymyksiä. Facebook-sivu tai -ryhmä voi olla myös hyvä kanava vielä järjestön ulkopuolella oleville kuurosokeille päästä järjestön toimintojen piiriin ja tutustua muihin kuurosokeisiin. Kuurosokeat on Suomessa pieni ryhmä ja monilla paikkakunnilla kuurosokea voi olla paikkakuntansa ainoa. Sosiaalinen media lyhentää fyysiset välimatkat ja auttaa löytämään vertaistukea.

Tärkein sivusto järjestölle on Facebook, jossa on paljon käyttäjiä – myös järjestön jäseniä ja asiakkaita. Se sopii yleiseen tiedottamiseen jäsenille ja muille ihmisille. Myös työntekijät voivat ottaa kuurosokeita kaveriksi, mikä mahdollistaa myös kahdenkeskisen viestinnän. Silloin on tosin otettava huomioon myös kuurosokeiden oma tapa käyttää sivustoja: kaikki eivät eh-

kä halua ottaa työntekijöitä kavereikseen. Vastaavasti työntekijä voi pohtia, tekeekö kaksi profiilia työtä ja yksityiselämää varten vai ottaako kavereiksi järjestön asiakkaita yksityisprofiiliin.

YouTuben kanssa ruudunlukijoilla on suuria vaikeuksia, mutta sivustoahan perustuu pitkälti näköön. Tosin sivustolle voi ladata videoita, joissa kaiken oleellisen voi kuulla ja niitä voi kuunnella YouTubelle suunnitelluilla saavutettavilla käyttöliittymillä. Myös podcastit voivat olla äänitiedostoja, mutta ne tunnettiin kyselytutkimuksen mukaan huonosti.

Blogisivustojen, kuten Bloggerin, käyttöä apuvälineillä en tutkinut tässä työssä, koska mielestäni järjestön kannattaa perustaa bloginsa virallisten sivujen yhteyteen. Silloin blogin ulkoasua voi muokata vapaammin, eikä sen ole riippuvainen sivustoa ylläpitävästä yrityksestä: blogi voidaan yllättäen poistaa tai sivusto lakkaa olemasta. Kuurosokeat itse saattavat käyttää blogisivustoja, mutta järjestön ja siten tämän työn kannalta se oli epäoleellista. Sitäkin asiaa voi jatkossa tutkia. Järjestön blogissa kuurosokeat voivat jakaa kokemuksiaan, mikä tärkeää vertaistuen kannalta, siellä voi julkaista apuvälineiden käyttöohjeita ja -kokemuksia ja tietoa tutkimuksista. Blogiinhan voi kirjoittaa niin kuurosokeat, kuurosokeiden lähipiiri, työntekijät kuin eri alojen asiantuntijat. Kommenttien kautta palautetta voidaan antaa suoraan ja keskustella.

Twitterin käytön suurin este on sen vähäinen suomalaisten käyttäjien määrä. Paras Twitterin käyttötapa lieneekin yleensä kuurosokeusasian esilletuominen. Twitterille ei ole suomenkielistä käyttöliittymää, mutta sivuston käyttö ei vaadi suurta kielitaitoa. Twitterissä voi jakaa linkkejä esimerkiksi blogiin. Kannattaa myös pohtia, aletaan profiilissa seurata muita järjestöjä, jotka liittyvät kuurosokeus- tai aistivammaisaloihin. Tämä osaltaan parantaisi järjestön ja kuurosokeusasioiden näkyvyyttä.

Suuri osa kuurosokeista on vanhoja ihmisiä, jotka yleensäkin käyttävät tietotekniikkaa vähän. Kuurosokeiden vaikea kuulonäkövamma vaikeuttaa tietotekniikan käyttöä edelleen: joidenkin Internet-sivustojen käyttö on hankalaa pelkän ruudunlukijan varassa – saati pistenäytön. Tämän vuoksi on huomattava, että vain osa asiakkaista voi käyttää sosiaalisen median kanavia. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa ja antoivat kyselyssä ehdotuksia ja ajatuksia sen käytöstä järjestössä. Sosiaalista mediaa voidaan kuitenkin hyödyntää viestinnässä muiden sidosryhmien kanssa ja kuurosokeiden perheenjäsenten, kuten lasten vanhempien, kanssa. Lisäksi yleisessä kuurosokeustiedottamisessa sosiaalinen media on perinteisiä kotisivuja tehokkaam-

min: Esimerkiksi YouTubea käyttää suuri osa suomalaisista, joten järjestön videoihin törmää todennäköisemmin useampi ihminen, kuin järjestön kotisivuihin.

Tutkimus ei vahvista vamman asteen vaikutusta sosiaalisen median käyttöön, mutta voidaan olettaa, että vanhemmat kuurosokeat käyttävät sosiaalista mediaa epätodennäköisemmin, mikäli ovat sokeita, koska monien Internet-palvelujen käyttö ja sen opettelu on huomattavasti vaikeampaa ilman näköä. Internet-viestinnässä käytetyt hymiöt voivat osaltaan aiheuttaa ongelmia: jos ruudunlukija ei lue välimerkkejä, se sivuuttaa myös useimmat hymiöt. Nuoret taas käyttävät teknologiaa paljon sujuvammin ja ovat motivoituneempia käyttämään uutta teknologiaa. Osa kuurosokeista on myös voinut opetella käyttämään sosiaalista mediaa, kun on vielä nähnyt paremmin – useimmiten kuulonäkövamman aiheuttaa etenevä Usherin oireyhtymä. Sosiaalista mediaa voi käyttää monenlaisilta laitteilta, joille on olemassa myös apuvälineitä näkövammaisille. Tämä laajentaa tiedonsaannin ja viestinnän mahdollisuuksia. Esimerkiksi IRC, jota ei tässä työssä varsinaiseksi sosiaaliseksi mediaksi luettu, perustuu täysin tekstiin, joten sitä voi käyttää ruudunlukijankin kanssa.

Näkövamman ja uuden teknologian ohella myös kieli voi tuottaa hankaluuksia – Twitterin käyttöliittymä toimii vain englanniksi, eli käytännössä kieltä osaavan on opeteltava vähän sitäkin, käyttääkseen sivustoa.

Kysely suunnattiin kaiken ikäisille kuurosokeille jäsenpostilistan ja Facebook-ryhmän kautta ja kyselyyn vastanneista iso osa oli juuri yli 60-vuotiaita vähän konetta käyttäviä. Jatkotutkimuksen aiheena voisi olla perehtyä syvemmin sosiaalista mediaa jo käyttävien kuurosokeiden käyttökokemuksiin ja odotuksiin. Tämän kyselyn kysymyksenasetteluissa ei huomioitu riittävän hyvin niitä asiakkaita, jotka käyttävät Internetiä hyvin rajoitetusti, eivätkä ole kiinnostuneita sosiaalisesta mediasta. Toisaalta kyselyyn vastanneiden vähäisen määrän vuoksi, ei voida tehdä kovin pitkälle vietyjä johtopäätöksiä vamman asteen vaikutuksesta sosiaalisen median käyttöön. Iän suhteen voidaan vetää johtopäätös, joka ei ole kovin yllättävä – nuoremmat käyttävät sosiaalista mediaa ahkerasti. Yli 40-vuotiaiden vastauksia on voinut vääristää se, ettei vastaaja ole välttämättä ymmärtänyt esimerkiksi mikä on blogi, vaikka kyselyn mukana olleessa kirjeessä annoin määritelmät eri käsitteille.

Vastanneista iso osa kannatti avoimuutta, mutta vastaajien vähäisen määrän vuoksi tutkimus ei anna todellista kuvaa sosiaalista mediaa käyttävien jäsenten mielipiteestä. Siispä paras vaihtoehto on joko pitäytyä suljetuissa ryhmissä ja blogeissa, tai perustaa rinnakkain avoimet ja

suljetut. Suljettu ryhmä mahdollistaa vapaamman keskustelun jäsenten välillä, kun se ei näy kaikille. Toisaalta sitä kautta voidaan myös tiedottaa järjestön sisäisistä asioista, joita ei ole kaikille ihmisille tarkoitettukaan. Jäsenpostilista tarjoaa jo nyt suljetun viestintäkanavan, mutta on ehkä hyvä olla useampi ryhmä.

Järjestön toiminnan kannalta epävarmuustekijä on se, että sosiaalisen median palvelut yleensä kuuluvat muiden yritysten omistukseen. Kovin salaista tietoa ei siis kannata ryhtyä jakamaan esimerkiksi Facebookissa, koska periaatteessa kaikki sivustolla oleva on Facebookin palvelimilla luettavissa. Sivustojen käyttöliittymä voi yhtäkkiä muuttua, eikä järjestö voi sille mitään. Tai sivustot voivat lakata olemasta.

Tämän työn eräs puute on sosiaalisen median haittapuolten jääminen vähemmälle huomiolle, niitäkin kuitenkin on ja niitä kannattaisi tutkia. Facebookia on kritisoitu huonosta tietoturvasta, sillä sivuston yksityisyysasetuksia muutellaan koko ajan. Asetuksiin tutustuminen kuitenkin auttaa paljon.

Tulevaisuudessa sosiaalisen median merkitys lisääntyy entisestään. Samaan aikaan syntyy uusia tekniikoita ja ohjelmia, jotka helpottavat kuurosokeiden Internetin käyttöä ja Internetiä sujuvasti käyttävien määrä lisääntyy myös vanhemmissa ikäluokissa. Tämä senkin takia, että nuorena tietokonetta käyttämään oppineet ovat joskus vanhoja. Perinteiset viestintäkanavat, kirjeet ja sähköposti säilyttävät edelleen merkityksensä luotettavina kanavina. Sosiaalinen media voi vakiintua erityisesti tapahtumista ja muusta vastaavasta ilmoittamiseen, palautteen ja kommentoinnin kanavaksi sekä muun epävirallisen viestinnän välineeksi. Tulevaisuudessa todennäköisesti ilmaantuu myös uusia sosiaalisen median sivustoja, joiden yhteensopivuus näkövammaisten apuvälineiden kanssa voi vaihdella suuresti. Mutta ehkä tulevaisuudessa syntyy myös erityisesti näkövammaisia varten räätälöityjä yhteisöpalveluja.

## LÄHTEET

- Aarnisalo A., Hyvärinen, L., Peltola, H., Rossinen, L., Salonen-Kajander, R., Sankila, E-M. & Turunen, L. 2011. Usher tuli taloon. (toim. Tuija Wetterstrand). Suomen Kuurosokeat ry, Tallinna
- Alasilta, A. 2002. Verkkokirjoittajan käsikirja. Tampere: Infor
- Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Infor
- Artman, H. 2010. Verkossa kasvaa uusi voima. Helsingin Sanomat 7.3.2010, E 2
- Aula, P., Matikainen J. & Villi M. 2006 Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino
- Blogilista 2011 Saatavilla: [www.blogilista.fi](http://www.blogilista.fi) (Luettu 8.4.2011)
- CI-toimikunta. 2010. Sisäkorvaistute. Saatavilla:  
[http://sisakorvaistute.fi/sivu.php?artikkeli\\_id=1](http://sisakorvaistute.fi/sivu.php?artikkeli_id=1) (Luettu: 7.3.2011)
- Facebook. a. Mitä yksityisyysasetuksia ryhmissä on? Saatavilla:  
<https://www.facebook.com/help/?faq=18796> (Luettu 6.3.2011)
- Facebook b. Mitä eroa sivuilla ja ryhmillä on? Saatavilla:  
<https://www.facebook.com/help/?faq=13622> (Luettu 6.3.2011)
- Facebook. c. Accessibility and Assistive Technology. Saatavilla:  
[https://www.facebook.com/help/?page=440&hloc=en\\_US](https://www.facebook.com/help/?page=440&hloc=en_US) (Luettu 28.2.2011)
- Haasio, A. 2008. Internetin tehokäyttö. Helsinki: BTJ kustannus
- Haavisto, M. 2009. Näin käytät Twitteriä. Tampere: Oy Finn Lectura Ab
- Heino, A. 2010. Sosiaalisen median hyödyntäminen yrityksen markkinoinnissa. Opinnäyte työ. Saatavissa [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/16754/Heino\\_Antti.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/16754/Heino_Antti.pdf?sequence=1)
- Helsingin Sanomat 2007 Suomenkielisessä Wikipediassa satatuhatta artikkelia. Saatavilla:  
<http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Suomenkielisess%C3%A4+Wikipediassa+satatuhatta+artikkeli/1135225037950> (Luettu 25.2.2010)
- Hintikka, K., Kaartinen P. & Lepistö M. 2000 Internetin käyttäjän opas 2000. Helsinki: Oy Edita Ab
- Karjaluo, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Jyväskylä, WSOYpro oy
- Kempainen, K. 2007. Blogit median työvälineenä. Opinnäytetyö. Saatavissa  
[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine\\_Johanna.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine_Johanna.pdf?sequence=1) (Luettu 1.11.2010)
- Kainuun Sanomat 2010. Nettiskeptikosta kannattaja menestyskampanjalla. 23.2.2010
- Kainuun Sanomat 2010. Turvakampanja sai uutta vauhtia Youtubesta. 23.2.2010
- Kilpi, T. 2006 Blogit ja bloggaaminen. Helsinki: Readme.fi
- Korpela, J. 2008 Jakelulistat (postituslistat, mailing lists) Internetissä. Saatavilla:  
<http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/jakelulistat.html> (Luettu 3.3.2011)
- Koskinen Sointu 2000. On tärkeää tehdä samaa kuin muutkin – kuurosokean integroituminen yhteiskuntaan. Helsinki: Stakes
- Laine, J. 2009. Sosiaalisen median hyödyntäminen uutistoimittajan työssä. Opinnäytetyö. Saatavissa:  
[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine\\_Johanna.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/4967/Laine_Johanna.pdf?sequence=1) (Luettu 1.11.2010)
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social Media – Introduction to the tools of participatory economy Tampere: Tampere University Press Saatavissa  
<http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf>
- Linnake, T. 2010. Facebook rikkoi puoli miljardia. IT-viikko 22.7.2010 (Luettu 24.1.2011)



- Saatavissa: <http://www.itviikko.fi/uutiset/2010/07/22/facebook-rikkoi-puoli-miljardia/201010119/7>
- Näkövammaisten keskusliitto. n.d Näkövammaisten tietoteknisen apuvälineet. Saatavilla: <http://www.nkl.fi/fi/etusivu/kuntoutus/atk/apuvaline> (Luettu 23.3.2011)
- Merisavo, M., Raulas, M., Vesanen, J., Virtanen V. 2006 Digitaalinen markkinointi Helsinki: Talentum
- Reiss, D. 2010. Facebook Chat Available Now Everywhere. Saatavilla: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=297991732130> (Luettu 28.2.2011)
- Repo, H. 2010. Löydä Facebook tai kuole. Kauppalehti 6.2.2010. Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/uutinen.jsp?oid=2010/02/30390> (Luettu 1.11.2010)
- Suomen Kuurosokeat ry a. Milloin henkilö luokitellaan kuurosokeaksi?. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/tietoa\\_kuurosokeudesta/ryhmat/](http://www.kuurosokeat.fi/tietoa_kuurosokeudesta/ryhmat/) (Luettu 22.2.2011)
- Suomen Kuurosokeat b. Kuurosokeiden määrä Suomessa. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/tietoa\\_kuurosokeudesta/maara/](http://www.kuurosokeat.fi/tietoa_kuurosokeudesta/maara/) (Luettu 22.2.2011)
- Suomen Kuurosokeat c. CHARGE-oireyhtymä. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/tietoa\\_kuurosokeudesta/aiheuttajat/charge-oireyhtyma\\_/](http://www.kuurosokeat.fi/tietoa_kuurosokeudesta/aiheuttajat/charge-oireyhtyma_/) (Luettu 22.2.2011)
- Suomen Kuurosokeat d. Muut kuulonäkövammaisuuden /kuurosokeuden syyt. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/tietoa\\_kuurosokeudesta/aiheuttajat/muita\\_syita/](http://www.kuurosokeat.fi/tietoa_kuurosokeudesta/aiheuttajat/muita_syita/) (Luettu 22.2.2011)
- Suomen Kuurosokeat ry e. Perustietoa järjestöstä. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/perustietoa\\_jarjestosta/](http://www.kuurosokeat.fi/perustietoa_jarjestosta/) (Luettu 16.1.2011)
- Suomen Kuurosokeat ry f. Kuurosokeiden oma järjestö. Saatavilla: <http://www.kuurosokeat.fi>
- Suomen Kuurosokeat ry g. Organisaatio. Saatavilla: [http://www.kuurosokeat.fi/perustietoa\\_jarjestosta/](http://www.kuurosokeat.fi/perustietoa_jarjestosta/) (Luettu 16.1.2011)
- Tirronen, M. 2008. Web 2.0 Verkon numerologia. Helsinki: BTJ Kustannus
- YouTube a. Aikajana. Saatavilla: [http://www.youtube.com/t/press\\_timeline](http://www.youtube.com/t/press_timeline) (Luettu 3.3.2011)
- YouTube b. YouTube Essentials Saatavilla: [http://www.youtube.com/t/about\\_essentials#watch](http://www.youtube.com/t/about_essentials#watch) (Luettu 3.3.2011)
- Wikipedia n.d. Wikipedian historiaa. Saatavilla: [http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Wikipedian\\_historiaa](http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia#Wikipedian_historiaa) (Luettu 28.2.2011)

## LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake

## Kyselylomake

1. Ikä: a)  alle 15      b)  15 - 29      c)  30 - 39      d)  40 - 49      e)  50 - 60      f)  yli 60

2. Näkövamma:      a)  heikkonäköinen      b)  sokea

3. Kuulovamma: a)  heikkokuuloainen      b)  kuuro (ei implanttia)      c)  käytän implanttia

4. Kommunikaatio:      a)  puhe      b)  viittomakieli      c)  taktiili viittomakieli

**5. Kokemukset sosiaalisesta mediasta (Voit valita useamman vaihtoehdon):**

- a)  olen Facebookissa
- b)  kirjoitan blogia
- c)  luen blogeja, en kirjoita
- d)  katselen videoita YouTubessa
- e)  Kirjoitan Twitteriin tai seuraan Twitteriä
- f)  Kuuntelen Podcasteja tai teen niitä
- g)  THP:n keskustelalueet ja jäsenpostilista
- h)  Jotakin, muuta, mitä?
- i)  En käytä sosiaalista mediaa

**6. Jos et käytä sosiaalista mediaa (lukuun ottamatta THP:n keskustelalueita ja postilistoja), niin miksi et?**

**7. Mitä hyötyä sinulle on sosiaalisesta mediasta ollut (kuurosokeana)?**

**8. Mitä näön apuvälineohjelmia käytät tietokoneella (Voit valita useamman vaihtoehdon)?**

- a)  SuperNova
- b)  Zoomtext
- c)  Jaws
- d)  NVDA
- e)  Jotakin muuta, mitä?
- f)  en mitään

**9. Millainen Facebook-ryhmä toimisi paremmin Suomen Kuurosokeat ry:lle?**

- a)  Suljettu ryhmä (Kuten nyt, eli ryhmän sisällön näkevät vain ryhmän jäsenet)
- b)  Avoin ryhmä (Kaikki Facebookin käyttäjät näkevät ryhmän sisällön)

**10. Miten Suomen Kuurosokeat ry:n blogin lukuoikeuksia kannattaa rajoittaa?**

- a)  Ei tarvitse rajoittaa, kaikki ihmiset voivat lukea sitä
- b)  vain tietyille ihmisille annetaan mahdollisuus lukea blogia

**11. Seuraisitko Suomen Kuurosokeat ry:n blogia, jos sellainen perustetaan?**

- a)  en
- b)  kyllä
- c)  en tiedä

**12. Kirjoittaisitko siihen blogiin?**

- a)  en
- b)  kyllä
- c)  en tiedä

**13. Millaista sisältöä ja tiedotusta odottaisit seuraavilta sivustoilta ja medioista Suomen Kuurosokeat ry:n toimintaan ja kuurosokeuteen liittyen? (Avoimia kysymyksiä)**

- a) blogit?
- b) Facebook-ryhmä?
- c) YouTube -kanava?
- d) Podcastit?
- e) Twitter?
- f) THP:n jäsenpostilistat ja keskustelualueet?

**14. Kelle Suomen Kuurosokeat ry:n Sosiaalisen median kautta sinun mielestä voi tiedottaa?**

- a)  vain kuurosokeat ja kuulonäkövammaiset asiakkaat
- b)  edelliset ja muut sidosryhmät, kuten Kela, sairaalat ja sosiaalitoimistot

Kiitos vastauksista!

