



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

**Viite:**

Haasio, A. 2020. Tiedon jakaminen. Teoksessa: S. Päällysaho, P. Junell, J. Latvanen, S. Saarikoski & S. Uusimäki (toim.) Seinäjoen ammattikorkeakoulu 2020: Osaamista strategian vahvuusaloilla. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia 33, 29 - 36.



# TIEDON JAKAMINEN

Ari Haasio, FT, yliopettaja

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

## 1 JOHDANTOA

Tiedon jakaminen on olennainen osa informaatiokäyttäytymistä niin arkielämän ammatillisessa kuin ei-ammattillisessa kontekstissa. Englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa käytetään termejä *information sharing* sekä *knowledge sharing* tieteenalasta riippuen. Esimerkiksi kauppatieteissä jälkimmäinen käsite on yleisesti käytetty, kun taas ensin mainittua käytetään informaatiotutkimuksen saralla.

Vaikka käsitteitä informaation jakaminen ja tiedon jakaminen käytetään osin samaa tarkoittavina, ne eivät ole täysin sama asia. Informaatiotutkimuksessa tieto ymmärretään yksilön kognitiivisten prosessien avulla tulkitsemaksi informaatioksi. Informaatio sen sijaan on annettua tai saatua, mutta se ei ole muuttunut tiedoksi yksilön subjektiivisen tulkintaprosessin kautta. (Esim. Wilson, P. 1977; Wilson, T. D. 1981; Haasio & Savolainen 2004; Haasio, Harviainen & Savolainen 2019). Tom D. Wilson (2010) on todennut, että vain informaatiota voi jakaa, tiedon jakaminen on mahdotonta juurin sen vuoksi, että tieto on tulkittua informaatiota.

Tiedon tai informaation jakaminen, käytimmepä sitten kumpaa tahansa käsiteltä, on prosessi. Se voidaan ymmärtää yksisuuntaisena tiedonsiirtona yksilöltä tai ryhmältä yhdelle tai useammalle vastaanottajalle. Toisaalta tiedon jakamista voidaan tarkastella myös kaksisuuntaisena prosessina, jossa tiedon tarjoaja ja vastaanottaja ovat keskenään vuorovaikutuksessa. Tällöin on kysymys tiedon vaihtamisesta niin, että molemmat osapuolet toimivat vuorotellen informaation vastaanottajina ja lähettäjinä. (Haasio, Harviainen & Savolainen 2019.)

Savolaisen (2017) mukaan tiedon jakaminen- ja informaation jakaminen -käsitteet ovat keskenään vaihtoehtoisia ja niitä voidaan käyttää suomen kielessä rinnakkain, vaikka ne englannin kielessä voidaan mieltää hieman eri tavoin ja niissä on vivahde-ero. Esimerkiksi se, kuinka ymmärrämme informaation ja tiedon käsitteinä, vaikuttaa siihen, miten tuo ero ymmärretään. Suomenkielisessä tutkimuksessa käytetään kuitenkin yleisesti tiedon jakaminen -termiä, ja se viittaa sekä englannin kielen termiin *information sharing* että termiin *knowledge sharing* (Haasio, Harviainen & Savolainen 2019).

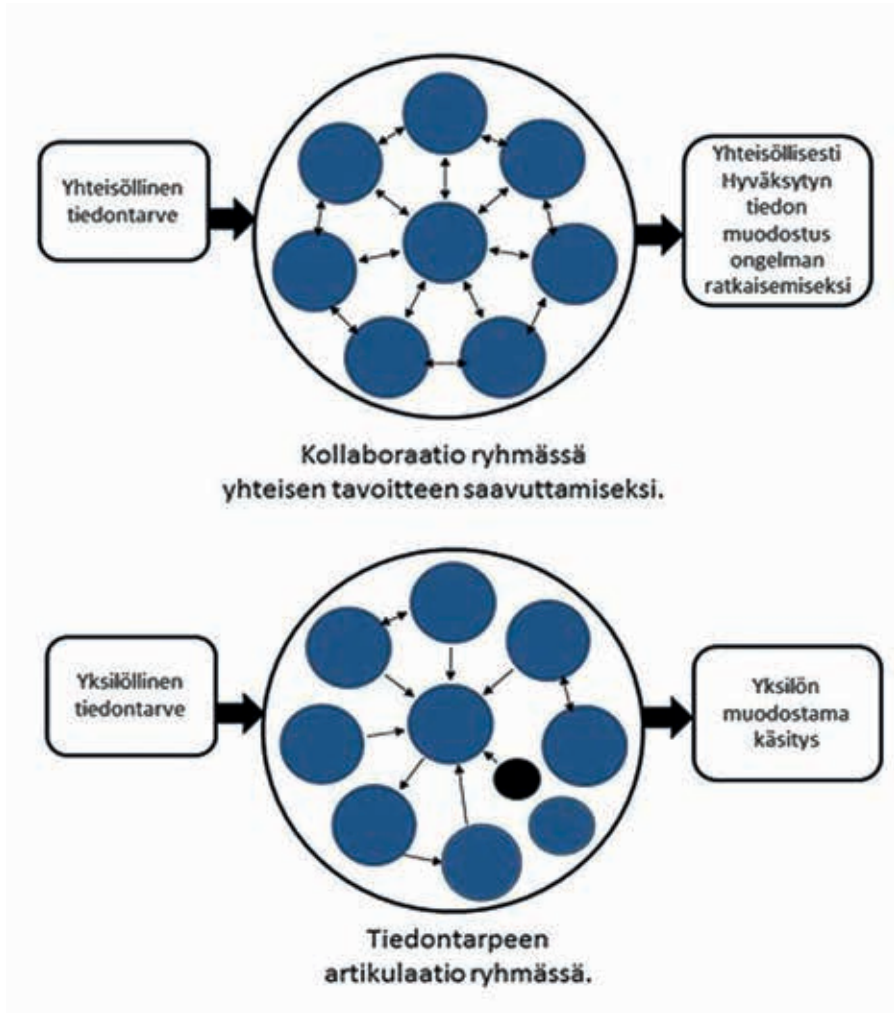
Tässä artikkelissa pohditaan yleisesti aiempaan tutkimukseen perustuen niitä motiiveja, jotka saavat meidät jakamaan tietoa muille ihmisille, olipa kyse ammatillisesta tai ei-ammattillisesta toiminnasta.

## 2 TIEDON JAKAMINEN ON PROSESSI

Tietoyhteiskunnan ongelma ei useinkaan ole se, etteikö tietoa löytyisi vaan päinvastoin. Tietoa on tarjolla joskus liikaakin ja voidaan jopa puhua tietotulvasta silloin kun emme enää kykene hallitsemaan sitä informaation määrää, joka meille tarjotaan.

Tiedon jakaminen voi tapahtua joko pyynnöstä tai oma-aloitteisesti. Edellisessä tapauksessa tiedon jakamisen motivoi täytäntöön toisen henkilön artikuloima tiedontarve, jälkimmäisessä tapauksessa taas informaatiota jaetaan tiedonjakajan omasta aloitteesta ilman erillistä toisen henkilön esittämää tiedontarvetta.

Tiedon jakamisen prosessuaalisuus korostuu ennen muuta yhteistoiminnallisessa tiedonhankinnassa, jossa pyritään löytämään yhteisöllisesti hyväksytty käsitys asiasta ongelman ratkaisemiseksi. Tällöin ryhmän jäsenet osallistuvat kukin tiedon ja yhteisen käsityksen muodostamiseen ja samalla jakavat informaatiota toisilleen (ks. Kuvio 1).



**Kuvio 1. Kollaboraatio yhteisen mielipiteen saavuttamiseksi ja yksilöllisen tiedontarpeen artikulointi ryhmässä (Haasio 2015).**

Kun kysymys on yksilöllisen tiedontarpeen herättämästä kysymyksestä esimerkiksi keskusteluryhmässä, on kyse yhtä lailla prosessista. Tällöin vain osa ryhmän jäsenistä osallistuu prosessiin, koska kyse ei ole yhteisen päämäärän löytämisestä ongelman ratkaisemiseksi. Tilanne on kuvattu kuvion 1 alemmassa kaaviossa. Musta pallukka kuvaa sitä, että ryhmässä joku tai jotkut keskustelijat saattavat myös häiritä tavoitteeseen pääsemistä esimerkiksi asiattomilla kommentteilla.

Parviäly (swarm intelligence) on hyvä esimerkki tiedon jakamisesta. Sillä tarkoitetaan "joukkojen viisautta", jossa pyritään yhdessä kohti yhteistä suuntaa. Kyse on tällöin siitä, että kukin parven jäsen tuo oman panoksensa ja näin tietämys kumuloituu. (Kosonen & Ruohisto 2017.) Tästä on kyse myös esimerkiksi sosiaalisen median älykkyydestä.

Edellä mainitut esimerkit edustavat ensisijaisesti yhteisöllisen ja sosiaalisen tiedon jakamisen traditiota. Pelkistetyimmillään tiedon jakaminen voi olla hyvinkin konservatiivista "tiedottamista", viestin välittämistä jostain tietyistä asiasta muille ihmisille. Sanomalehtiutuutinen, tiedotustilaisuus työpaikalla tai sähköposti henkilöstölle ovat tästä hyviä esimerkkejä. Nekin ovat prosesseja, ja esimerkiksi tiedotustilaisuus ja sähköposti mahdollistavat vuorovaikutuksen. Voidaan myös ajatella, että tiedon jakaminen voi olla formaalia tai informaalia. Tietoa jaetaan joko eri kanavia, kuten internetiä, lehtiä tai joukkotiedotusvälineitä käyttäen tai jälkimmäisessä tapauksessa suullisesti. On kuitenkin luonnollista, että verkon merkitys kasvaa ja korostuu, kun tiedon jakamisen kanavia ja tapoja pohditaan. Kanssakäymisemme on yhä useammin verkossa tapahtuvaa ja tiedonhaussa turvaudumme entistä herkemmin verkkolähteisiin (Haasio, Harviainen & Savolainen 2019).

Tiedon jakamiseen voidaan myös kannustaa eri tavoin. Esimerkiksi organisaatioissa voidaan henkilökunnalle luoda kannustimia, jotka Stenbergin (2012) mukaan tukevat, edistävät ja tehostavat tuottavuutta, laatua ja kilpailukykyä.

### 3 TIEDON JAKAMISEN MOTIIVIT

Useiden tutkimusten mukaan altruismi on ensisijainen ja keskeisin syy tiedon jakamiseen (esim. Constant, Sproull & Kiesler 1996; Lin 2007; Savolainen 2007; Hung ym. 2011; Almeahadi, Hepworth & Maynard 2014). Vaikka haluamme toimia epäitsekkäästi ja auttaa muita, on taustalla myös monia muita syitä, jotka aktivoivat meitä jakamaan tietoa muille ihmisille.

Kun pohdimme tiedon jakamiseen liittyvää problematiikkaa, on myös huomioitava se, onko tiedon jakaja yksityinen henkilö vai vaihtoehtoisesti organisaatio, yhteisö tai yritys, joka pyrkii edistämään toimintaansa jakamalla tietoa tietyistä asioista. Kyse voi tällöin olla esimerkiksi myynnin edistämisestä, jolloin tiedon jakamisen perimmäisenä tavoitteena on taloudellinen voitto. Myös se, millaisella alustalla tietoa jaetaan, saattaa vaikuttaa siihen mitä informaatiota käyttäjät välittävät toisilleen. Hyvänä esimerkkinä tästä ovat sosiaalisen median palvelut (vrt. Oh & Syn 2014).

Hung ym. (2011) ovat analysoineet ammatillisen tiedon jakamisen motiiveja. He löysivät neljä keskeistä syytä tiedon jakamiselle ammatillisessa kontekstissa, joista merkityksellisin oli maineen lisääminen. Muut kolme syytä olivat vastavuoroisuus, epäitsekkäisyys ja taloudellinen hyöty. Ehkä hieman yllättäen Hungin ym. tutkimuksen mukaan taloudelliset motivaatiotekijät olivat näistä neljästä tiedon jakamisen motivaatiotekijöistä vähiten vaikuttavia.

Almehmadi ym. (2014) havaitsivat seitsemän erilaista tiedon jakamiseen vaikuttavaa seikkaa tutkiessaan yliopisto-organisaation sisäistä tiedonjakamisprosessia. Heidän mukaansa tiedon jakamisella voidaan pyrkiä herättämään toisten mielenkiinto jotain asiaa kohtaan. Myös omia kokemuksia ja näkemyksiä halutaan jakaa sekä sellaisia asioita, joista muiden tiedetään olevan yleisesti kiinnostuneita. Myös kollegojen tietoisuuden lisääminen, ajan ja vaivan säästäminen sekä tiedon merkityksen ennakointi muiden näkökulmasta motivoivat työntekijöitä jakamaan tietoa. Lisäksi muita työntekijöitä saatettiin haluta informoida jotain tietystä asiasta. (Ks. myös Haasio, Harviainen & Savolainen 2019.)

Ammatillista tiedon jakamista tarkasteltaessa on huomattava, että sysäys tiedon jakamiseen saattaa tulla joko henkilöltä itseltään esimerkiksi, kun hän haluaa auttaa kollegaansa. Eräissä tapauksissa taas tiedon jakaminen saattaa olla osa työtehtävää, jolloin informaatiota asiasta tulee välittää eteenpäin toimenkuvan mukaisesti.

Kun puhumme tiedon jakamisesta, on muistettava, että kyse ei ole vain platonisen ajattelun mukaisesti koeteltujen faktojen jakamisesta vaan pikemminkin laajasti tieto käsittäen ajatusten, mielipiteiden, faktojen, näkemysten ja fiktion jakamisesta. Tiedon jakamisesta puhuttaessa tieto voidaankin ymmärtää laajasti Brenda Dervinin (1983) lailla. Tiedon jakamista on yhtä lailla kissavideon laittaminen Facebookiin kuin tieteellisen artikkelin jakaminen ammatillisessa yhteisössä.

Internet on mahdollistanut nopean ja reaaliaikaisen tiedon jakamisen globaalisti. Sosiaalisen median sovellukset, kuten Twitter, Facebook tai Instagram, ovat tästä hyviä esimerkkejä. Kuinka tiedon jakaminen sosiaalisessa mediassa sitten poikkeaa muusta tiedon jakamisesta ja mikä motivoi ihmisiä jakamaan tietoa esimerkiksi Twitterissä tai Facebookissa? Itse asiassa sosiaalisen median yksi peruspilareista on tiedon jakaminen. Käyttäjät luovat itse sosiaalisen median palveluihin sisällön, olipa kyse sitten kissavideon, uutisen tai oman mielipiteen jakamisesta muille. Kaikki nämä ovat itse asiassa tiedon jakamisen muotoja sisällöstä riippumatta.

Nykypäivän tietoyhteiskunnassa internetin ja erityisesti sosiaalisen median merkitys on korostunut tiedon jakamisessa. Etenkin arkielämän ei-ammattillista tietoa jaetaan runsaasti verkon välityksellä, mutta sen merkitys on myös iso organisatorisen ja ammatillisen tiedon jakamisessa. Erilaiset intran tyypiset ratkaisut ja muut organisaatioiden sisäiset tietojärjestelmät ovat tästä hyviä esimerkkejä.

Sangee Oh ja Sue Yeon Syn (2015) ovat tutkineet sitä, miksi ihmiset jakavat tietoa sosiaalisessa mediassa. Oppiminen, sosiaalinen sitoutuminen ja vastavuoroisuus ovat heidän mukaansa kolme keskeisintä syytä jakaa tietoa sosiaalisen median eri

sovelluksissa. Muut seitsemän keskeistä motiivia tiedon jakamiselle sosiaalisessa mediassa ovat

- itseluottamuksen lisääminen
- nautinto, itsensä viihdyttäminen
- henkilökohtaiset tavoitteet
- epätietoisuus
- yhteisön mielenkiinto
- empatia
- maineen lisääminen.

Oh ja Syn (2015) keräsivät materiaalinsa tutkimustaan varten Facebookista, Twitteristä, YouTubeista, Deliciousista ja Flickrista. Kaikkien näiden palvelujen yksi yhteinen piirre on yhteisöllisyys ja ollakseen yhteisön jäsen ja näkyäkseen siellä muiden lailla, on henkilön jaettava jotain informaatiota. Tämä selittää pitkälti sen miksi tiedon jakamisen keskeisiä motivaattoreita ovat sosiaalinen sitoutuminen sekä vastavuoroisuus – kun annan jotain sinulle, saan myös itse jotain. Juuri vastavuoroisuus on yksi keskeisistä sosiaalisen median toimintaperiaatteista. Jokainen jakaa tietämystään ja tietämys kumuloituu tällä tavoin. Esimerkiksi Wikipedia perustuu tähän ajatukseen (Haasio 2013).

Ohin ja Synin (2015) havaitsemisissa motiiveissa näkyy selvästi myös se, että sosiaalisessa mediassa yksi keskeinen motiivi tiedon jakamiselle on nautinto sekä toisaalta oman itsen esilletuominen mainetta kasvattamalla. Esimerkiksi keskustelupalstoilla, joita Oh ja Syn tosin eivät tutkineet, osa keskustelijoista pyrkii jopa rakentamaan tietynlaista ”asiantuntijan” mielikuvaa ottamalla aktiivisesti osaa keskusteluihin. Sosiaalisesta mediasta etsitäänkin usein vertaistietoa ja -tukea eri ongelmiin. Monta kertaa se koetaan luotettavammaksi kuin perinteinen, formaaleja kanavia tuotettu viranomais- tai tutkimustieto sen vuoksi, että vertaistieto on kokemuksellista, samanlaisessa elämäntilanteessa ja samanlaisen ongelman jo kohdanneen henkilön välittämää informaatiota (Haasio 2015).

Vaikka sosiaalinen media on usein foorumi, jossa halutaan näkyä ja päteä, on se myös altruismia ja empatiaa ruokkiva alusta. Tiedon jakaminen on useissa tapauksissa myös toisten auttamista. On myös huomattava, että verkossa on runsaasti vertaistiedon jakamista varten perustettuja foorumeita esimerkiksi terveyteen ja sairauksiin liittyvistä teemoista. Esimerkkinä mainittakoon Mielenterveysfoorumi (<https://mtforum.palstani.com/>), joka on aihepiiriin liittyvän vertaistiedon ja -tuen jakamiseen tarkoitettu alusta.

Vertaistieto ja -tuki mielletään usein positiivisiksi asioiksi, mutta on huomattava, että kyse voi olla myös disnormatiivisesta *informaatiosta* (Haasio 2015; Haasio 2019) tai käsitteellisesti sitä lähellä olevasta *pimeästä tiedosta* (Dark Knowledge) (Burnett & Lloyd 2020). Tällä tarkoitetaan sitä, että jaettava tieto on kyseenalaisista, moraalimme, normien ja asenteiden vastaista tai jopa laitonta (Haasio 2015; Burnett & Lloyd 2020). Vihapuhe, rikollisuuteen liittyvä informaatio ja esimerkiksi huumekauppoihin liittyvien tiedontarpeiden tyydyttäminen ovat esimerkkejä tämän tyyppisestä informaatiosta.

## 4 LOPUKSI

Tiedon jakaminen on osa arkea ja kuuluu kiinteänä osana jokapäiväisiin toimintoihimme. Me saamme jatkuvasti tietoa ja vastaavasti myös jaamme sitä eri syistä, olipa kyse sitten huomion hakemisesta, altruismista tai puhtaasti ammatillisista syistä. Prosessi voi olla joko vapaaehtoinen omasta halustamme lähtevä, se voi perustua muiden esittämiin tiedontarpeisiin tai vaihtoehtoisesti meidät on esimerkiksi työtehtäviemme takia velvoitettu jakamaan tiettyä tietoa muille ihmisille.

Tutkimuksellisesti tiedon jakamiseen liittyy runsaasti kysymyksiä, jotka vaativat lisävalaistusta. Sosiaalisen median lisäksi anonyymissa Tor-verkossa tapahtuva tiedonjakaminen ja motivaatiotekijöiden tarkempi analyysi ovat ei-ammattillisen tiedon jakamisen näkökulmasta lisätutkimusta vaativia aiheita. Tutkimus onkin painottunut enemmän organisaatioiden sisäiseen ja keskinäiseen tiedon jakamiseen ja sitä koskevaan problematiikkaan.

## LÄHTEET

Almehmadi, F., Hepworth, M. & Maynard, S. 2016. A framework for understanding information sharing: an exploration of the information sharing experiences of female academics in Saudi Arabia. [Verkkolehtiartikkeli]. *Information research* 21 (4). [Viitattu 17.9.2020]. Saatavana: <http://informationr.net/ir/19-4/istic/istic01.html#.X2NeT8Eza71>

Burnett, S. & Lloyd, A. 2020. Hidden and forbidden: conceptualising Dark Knowledge. *Journal of documentation*. doi:10.1108/JD-12-2019-0234

Constant, D., Sproull, L. & Kiesler, S. 1996. The kindness of strangers: the usefulness of electronic weak ties for technical advice. *Organization science* 7 (2), 119 - 135. doi: 10.1287/orsc.7.2.119

Dervin, B. 1983. An overview of Sense-Making research: concepts, methods and results to date. [Verkköjulkaisu]. A paper presented at the International Communication Association Annual Meeting, Dallas, Texas, May 1983. [Viitattu 18.9.2020]. Saatavana: <http://faculty.washington.edu/wpratt/MEBI598/Methods/An%20Overview%20of%20Sense-Making%20Research%201983a.htm>

Haasio, A. 2013. *Sosiaalinen media ja kirjastot*. Helsinki: Avain.



Haasio, A. 2015. Toiseus, tiedontarpeet ja tiedon jakaminen tietoverkon "pienessä maailmassa": tutkimus sosiaalisesti vetäytyneiden henkilöiden informaatiokäyttymisestä. [Verkkójulkaisu]. Tampere: Tampere University Press. Acta Universitatis Tamperensis 2082. Väitösk. [Viitattu 17.9.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9878-7>

Haasio, A. 2019. What is disnormative information? [Verkkolehtiartikkeli]. Information and communication sciences research 23 (1), 9 - 16. [Viitattu 18.9.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202003037092>

Haasio A, Harviainen, J. T. & Savolainen, R. 2019. Johdatus tiedonhankintatutkimukseen. Helsinki: Avain.

Haasio, A. & Savolainen, R. 2004. Tiedonhankintatutkimuksen perusteet. Helsinki: BTJ Kirjasto-palvelu.

Hung, S. Y., Durcikova, A., Lai, H. M. & Lin, W. M. 2011. The influence of intrinsic and extrinsic motivation on individuals' knowledge sharing behavior. International journal of human computer studies 69 (6), 415 - 427. doi: 10.1016/j.ijhcs.2011.02.004

Kosonen, M. & Ruohisto, J. 2017. Parviäly ja ongelmanratkaisu digitaalisilla alustoilla. [Verkkolehtiartikkeli]. Työn tuuli (2), 26 - 35. [Viitattu 17.9.2020]. Saatavana: <https://www.henry.fi/ajankohtaista/tyon-tuuli/2017/tyon-tuuli-22017.html>

Lin, H. F. 2007. Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. Journal of information science 33 (2), 135 - 149. doi: 10.1177/0165551506068174

Oh, S. & Syn, S. Y. 2015. Motivations for sharing information and social support in social media: a comparative analysis of Facebook, Twitter, Delicious, YouTube and Twitter. Journal of the Association for Information Science and Technology 66 (10), 2045 - 2060. doi: 10.1002/asi.23320

Savolainen, R. 2017. Information sharing and knowledge sharing as communicative activities. [Verkkolehtiartikkeli]. Information research 22 (3). [Viitattu 18.9.2020]. Saatavana: <http://informationr.net/ir/22-3/paper767.html>

Savolainen, R. 2007. Motives for giving information in non-work contexts and the expectations of reciprocity. The case of environmental activists. Proceedings of the Annual Meeting of the American Society for Information Science and Technology 14 (1), 1 - 13. doi: 10.1002/meet.1450440210

Stenberg, M. 2012. Tiedon jakaminen organisaatiossa: kuinka aineetonta pääomaa kasvatetaan. [Verkkójulkaisu]. Tampere: Tampere University Press. Acta Universitatis Tamperensis 1740. Väitösk. [Viitattu 17.9.2020]. Saatavana: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8831-3>

Wilson, P. 1977. Public knowledge, private ignorance. Westport, Conn.: Greenwood Press.

Wilson, T. D. 1981. On user studies and information needs. Journal of documentation 37 (1), 3 - 15.

Wilson, T. D. 2010. Information sharing: an exploration of the literature and some propositions. [Verkkolehtiartikkeli]. Information research 15 (4). [Viitattu 18.9.2020]. Saatavana: <http://informationr.net/ir/15-4/paper440.html>