

Ilona Heinilä

PESÄKARHUJEN JUNIORITOIMINNAN SISÄISEN VIESTINNÄN  
TUTKIMUS

Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin ja viestinnän suuntautumisvaihtoehto  
2009



# PESÄKARHUJEN JUNIORITOIMINNAN SISÄISEN VIESTINNÄN TUTKIMUS

Heinilä, Ilona  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Kesäkuu 2009  
Niskanen, Harry  
UDK: 659.2, 659.3, 796.357.2  
Sivumäärä: 73

Asiasanat: sisäinen tiedotus, pesäpallo, joukkueurheilu

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli sisäisen viestinnän tutkimus Pesäkarhujen junioritoiminnasta. Jokaisella juniorijoukkueella on todennäköisesti omat tapansa hoitaa sisäistä viestintäänsä, joten tutkimuksella otettiin selvää joukkueiden viestintätavoista sekä etsittiin kehitysideoita ja parannusehdotuksia siihen. Työn tavoitteena oli kehittää, parantaa ja ehkä myös yhdenmukaistaa Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäistä viestintää. Tutkimus toteutettiin, koska mitään yhtenäistä linjaa tai kirjoitettuja sääntöjä viestintään seuralla ei ole, eikä tällaista tutkimusta ole aiemmin tehty.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käsiteltiin sisäistä viestintää yleisesti, viestintäkanavia sekä urheiluseuran sisäistä viestintää. Tutkimukseni oli kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimusmenetelmänä käytin www-kyselynä toteutettua lomakekyselyä. Tein kaksi eri kyselyä, joista ensimmäinen oli osoitettu juniorijoukkueiden valmentajille ja toimihenkilöille sekä toinen juniorien huoltajille. Tutkimuksen tulokset kertovat, mitä erityisesti sisäisessä viestinnässä voitaisiin kehittää.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että pääasiassa Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäinen viestintä toimii ja siihen ollaan tyytyväisiä, mutta siinä on myös kehitettävää joillakin osa-alueilla. Puutteita ilmenee esimerkiksi viestinnän ajoituksessa ja viestintäkanavien käytössä. Sähköinen viestintä ei myöskään ole vielä aivan toimivaa. Verkkoviestimissä, kuten internetsivuissa ja sähköpostin käytössä, esiintyi myös osittain ongelmia. Tutkimustulosten perusteella pohdittiin muutamia kehitys- ja parannusehdotuksia Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään.

# EXAMINATION OF INTERNAL COMMUNICATION OF THE JUNIOR DIVISION OF PESÄKARHUT

Heinilä, Ilona  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
June 2009  
Niskanen, Harry  
UDC: 659.2, 659.3, 796.357.2  
Number of pages: 73

Key words: internal briefing, finnish baseball, team sport

---

The theme of this thesis is to examine internal communication of the junior division of sports club Pesäkarhut. Every junior team has most likely their own customs to deal with their internal communications, so main idea is to find out of the customs the junior teams have, examine them and find out some vital information how to develop, make better and homogenize internal communications in whole junior division. The examination was made because there were not any guidelines or rules written down to guide internal communication of junior division. Either there haven't been done any similar examinations before.

Internal communications in general, the ways to communicate and internal communications in sports organizations were processed in the theory section of the thesis. The examination complied with quantitative research method. The method used in this thesis is an internet survey. There is two different investigations one for the parents of juniors players and another for the coaching staff and team managers. The research results tell us the main problems of internal communications of the junior division.

Based on the research results it is obvious that people are satisfied to internal communications of the junior division for the most part. There is still some parts that need to be improved like timing and ways to communicate. Communication electrically was seen complicated. Communication on web and internet sites as well as using e-mail, were seen problematic. Some ideas to improve and develop internal communication of junior division were presented based on the research results.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	SISÄINEN VIESTINTÄ.....	7
2.1	Viestinnän merkitys.....	7
2.2	Viestinnän tehtävät.....	8
2.3	Viestinnän suunnittelu ja arviointi.....	10
3	VIESTINTÄKANAVAT.....	12
3.1	Sähköposti.....	16
3.2	Tekstiviesti.....	17
3.3	Wapari-palvelu.....	17
3.4	Www-sivut.....	18
3.5	Puhelin.....	19
3.6	Soittokierros.....	20
3.7	Palaveri.....	20
3.8	Kasvokkaisviestintä.....	20
3.9	Kirjallinen viestintä.....	21
3.10	Puskaradio.....	21
4	URHEILUSEURAN SISÄINEN VIESTINTÄ.....	21
5	PESÄKARHUT RY.....	23
5.1	Historia.....	24
5.2	Nykypäivä.....	24
5.3	Organisaatio.....	25
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	26
6.1	Tutkimusongelma.....	27
6.2	Tutkimusmenetelmä.....	29
6.3	Tutkimuksen vaiheet.....	34
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	36
7.1	Valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden sisäinen viestintä.....	36
7.1.1	Seuran ja juniorivaliokunnan viestintä juniorijoukkueille.....	38
7.1.1.1	Viestinnän nykytila.....	38
7.1.1.2	Viestintäkanavat.....	41
7.1.1.3	Kehitys- ja parannusideat.....	42

7.1.1.4	Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden viestintätavat junioreille ja heidän huoltajilleen.....	43
7.1.1.5	Viestintäkanavien käyttö.....	44
7.1.1.6	Toimintatavat ja viestinnän arviointi .....	45
7.1.1.7	Kehitys- ja parannusehdotukset .....	49
7.2	Huoltajien näkemys Pesäkarhujen juniorien sisäisestä viestinnästä.....	49
7.2.1	Viestintäkäytännöt.....	53
7.2.2	Viestintäkanavat .....	57
7.2.3	Viestinnän toimivuus.....	59
7.2.4	Tyytyväisyys tällä hetkellä ja kehitysideat tulevaisuuden viestintään .....	61
8	POHDINTA.....	62
8.1	Tutkimuksen tarkastelu.....	62
8.2	Parannus- ja kehitysehdotukset viestintään .....	63
9	TUTKIMUKSEN ARVIOINTI .....	64
9.1	Pätevyys .....	65
9.2	Luotettavuus.....	66
9.3	Puolueettomuus.....	67
9.4	Johtopäätökset arvioinnista.....	67
	LÄHTEET .....	71
	LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Pesäkarhut Pori ry on vuonna 1985 perustettu pesäpalloseura, joka tunnetaan esimerkiksi naisten superpesiksen suurimmista katsojamääristä jo useiden vuosien ajalta. Myös menestys vuodesta toiseen niin superpesiksessä kuin junioreissakin tuo tunnettuutta seuralle. Juniorien määrä on kasvussa koko ajan, ja Pesäkarhujen suurimpia tulevaisuuden tavoitteita onkin kasvattaa mahdollisimman paljon omia junioreita seuran edustusjoukkueeseen.

Opinnäytetyöni aihe on Pesäkarhujen juniorijoukkueiden sisäisen viestinnän tutkimus. Valitsin tämän aiheeksi, koska toimin itse valmentajana D-95 -tyttöjen joukkueessa ja hoidan kyseisen joukkueen sisäistä viestintää melko pitkälti. Vastaavanlaista tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty, ja mielenkiinnosta halusin ottaa selville mielipiteitä viestinnän toimivuudesta joukkueissa. Tutkimuksen tulosten myötä on mahdollista myös kehittää juniorijoukkueiden sisäistä viestintää. Lisäksi urheilu on erittäin lähellä sydäntäni ja urheiluseurojen viestintä kiinnostaa minua aiheena laajemminkin.

Tutkimuksessa on kaksi kyselyosaa. Ensiksi kartoitan valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden viestintätapoja, ja sen jälkeen juniorien vanhemmat ja huoltajat arvioivat joukkueiden viestintätapoja ja kertovat mielipiteensä niistä. Tarkoitukseni on kyselyillä kerätä myös kehitys- ja parannusehdotuksia juniorien sisäiseen viestintään. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää tämän hetkinen tilanne Pesäkarhujen juniorien sisäisestä viestinnästä ja sen toimivuudesta. Näiden lähtökohtien pohjalta viestintää on mahdollisuus kehittää ja parantaa toimivammaksi. Tutkimuksen keskeisin tarkoitus on selkeyttää, parantaa, kehittää ja yhdenmukaistaa Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää.

Työn teoriaosuudessa käsitellään sisäistä viestintää yleisellä tasolla sekä sisäistä viestintää urheiluseuroissa. Myös seura Pesäkarhut ja tutkimuksen eteneminen esitellään. Lopuksi analysoidaan saatuja tuloksia ja niiden pohjalta pohditaan mahdollisia kehitysideoita Pesäkarhujen juniorien sisäiseen viestintään.

## 2 SISÄINEN VIESTINTÄ

Kommunikointi eli viestintä on ihmisen ominaisuus, mikä on jokaista koskettava arkinen asia. Latinankielinen sana *communicare* tarkoittaa ”tehdä yhdessä” ja viestintä onkin yhteinen asia. Sana kuvastaa sekä informaation vaihtoa että yhteisöllisyyttä. Viestintä on kaiken inhimillisen vuorovaikutuksen lähtökohta ja se on siis välttämätöntä ihmisen elämälle sekä sosiaaliselle toiminnalle ja järjestykselle. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän raja ei ole erityisen selvä. Yhteisöllä on monenlaisia yhteistyö- ja kohderyhmiä, joiden kanssa ollaan eri tavoin vuorovaikutuksessa. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän kohderyhmät saattavat esimerkiksi joissain tilanteissa olla samassa asemassa. (Juholin 2006, 30, 35-36.)

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan pääasiassa kuitenkin työyhteisön tai minkä tahansa organisaation sisäistä tiedonkulkua ja vuorovaikutusta. Sisäinen viestintä on laaja käsite, ja se vaikuttaa kaikkialla yhteisön toiminnassa. Kyse on sekä tiedon ja informaation vaihdosta että yhteisyydestä, kokemusten jakamisesta ja kulttuurista. Sisäinen viestintä voidaan määritellä myös johtamiseksi ja esimiestyön välttämättömäksi osa-alueeksi sekä osana tiedon hallintaa ja jalostamista, ihmisten motivoimista ja sitoutumista tehtäviinsä ja yhteisöönsä. Sisäinen viestintä vaikuttaa myös ulkoiseen kuvaan yhteisöstä. Ulkoinen kuva eli *imago* vaikuttaa puolestaan yhteisön olemassaoloon ja menestykseen. (Juholin 1999, 13.)

### 2.1 Viestinnän merkitys

Viestinnässä on usein erotettu kaksi koulukuntaa: prosessikoulukunta, joka tutkii sanomien siirtoa ja niihin liittyviä vaikutuksia sekä semioottinen - tai merkityskoulukunta, joka tutkii, miten sanomat ja ihmiset toimivat vuorovaikutuksessa tuottaakseen merkityksiä ja niiden roolia kulttuurissamme. Prosessikoulukunnalle ainoastaan prosessi on merkityksellinen asia, kun taas merkityskoulukunnalle olennaista on yhdistää prosessin sisältöjä, tavoitteita ja tarkoitusperiä. (Juholin 2006, 30.)

Merkityskoulukunnan mukaan viestintä ei ole lähettäjäkeskeinen eikä suoraviivainen prosessi, joka on hallittavissa, vaan se on sattumanvarainen tapahtuma, jossa vastaanottaja itse antaa merkityksen viestille sekä myös eri ihmiset antavat erilaisia merkityksiä niille. Prosessinäkemyksen mukaan merkitys puetaan sanomiksi, jotka välitetään vastaanottajille, ja he ymmärtävät sen tai ei. Viestintä on epäonnistunut, jos tarkoitettu viesti ei ole mennyt perille halutussa muodossa. (Juholin 2006, 32-33.)

Viestintä ei ole yksinkertaista. Aina viestinnällä ei saa aikaan odotettuja tuloksia, eikä tämä johdu välttämättä riittämättömästä ammattitaidosta. Syynä voi olla esimerkiksi se, että viesti ei ole teknisesti saavuttanut vastaanottajaa tai kohderyhmää tai vastaanottajat eivät välttämättä ymmärrä tai reagoi viestiin. Viestintää ja sen tehoa voidaan parantaa, jos tunnetaan henkilöt, tilanteet, tarpeet ja odotukset. Viestejä voidaan myös muotoilla ja käyttää erilaisia kanavia ja keinoja. Esimerkiksi monikanavaisessa viestinnässä sama tieto löytyy tai se saadaan useasta eri paikasta. Sen odotetaan tehostavan viestintää, mutta se voi myös aiheuttaa hämmennystä ja tehotomuutta. (Juholin 2006, 31.)

## 2.2 Viestinnän tehtävät

Laajasti käytetty viestinnän tarkoituksen määrittely on ”organisaation toiminnan tukeminen” (Juholin 1999, 107). Sisäisen viestintä sisältää ns. operatiivista viestimistä eli päivittäisiin työtehtäviin liittyviä tietojen lähettämisiä, niiden vastaanottamista ja käsittelyä sekä lisäksi myös strategisia tavoitteita. Sisäisen viestinnän strategiset tavoitteet sisältävät yhteisön sisäistä suhdetoimintaa (PR), jolla johto yrittää luoda ja ylläpitää luottamuksellisia suhteita eri henkilöstöryhmiin. Strategisiin tavoitteisiin kuuluu myös organisaation mission, toiminta-ajatuksen, arvojen sekä asiakaspalvelussa ja suhdetoiminnassa noudatettavien periaatteiden saattamista kaikkien organisaatiossa toimivien tietoon sekä organisaation myönteisen yhteisöidentiteetin rakentamista ja työhön, sen laatuun ja toiminnan tuloksellisuuteen liittyvien myönteisten arvojen vahvistamista. Strategiaan liittyy edellisten lisäksi työyhteisön henkilösuhteiden ylläpitämistä ja kehittämistä, konfliktien hoitamista ja niiden ehkäisemistä sekä siten myös myönteisen työilmapiirin kehittämistä ja vahvistamista. (Lehtonen 2003.)



Sisäisen viestinnän tavoitteena on saada jäsenet tietämään, ymmärtämään ja hyväksymään esimerkiksi urheiluseurassa sen toiminta-ajatuksen, jäsenille asetetut tavoitteet ja odotukset ja oma rooli seuran kokonaisuudessa. Viestintä on voimavara myös urheiluseuralle. Sisäisen viestinnän on oltava tarkoituksenmukaista ja tehokasta, jos seuran ulkoinen viestintä halutaan toimimaan. Sisäisen viestinnän avulla jaetaan viisioita ja tehtäviä, asetetaan tavoitteita, koordinoidaan, motivoidaan sekä johdetaan. (Pulkinen, 12-14.)

Keskeisiä periaatteita sisäisessä viestinnässä on, miten nopeasti, usein, avoimesti, rehellisesti ja ymmärrettävästi asioista kerrotaan sisäisille kohderyhmille. Sisäinen viestintä on vuorovaikutusta kaikkien henkilöstöryhmien välillä. (Ikävalko 1995, 48.) Sisäinen viestintä saattaa aiheuttaa myös kustannuksia urheiluseurassakin. Nämä on hyvä ottaa huomioon viestintää suunniteltaessa ja kertoa asianomaisille mahdollisista kustannuksista. Käytännössä viestintä maksaa aina jollekin. Esimerkiksi paperit, tekstiviestit ja internet, jokaisella on oma maksunsa.

Viestinnällä ja tiedottamisella pyritään aina vaikuttamaan ja saamaan haluttu reaktio vastaanottajissa aikaan. Vaikuttamisen keinoina on esimerkiksi odotuksia vastaava, oikea ja mahdollisimman oikein ajoitettu viestintä. Jos viestitään liian ajoissa, asiat voivat helposti unohtua. Jos taas viestitään liian myöhään, vastaanottaja ei ehdi enää reagoida tietoon. Viestinnässä kohderyhmä on valittava huolellisesti. Viestien vastaanottajan tunteminen ja hänen tiedon tasonsa tietäminen mahdollistavat aina paremmin onnistumisen, koska silloin on mahdollista suunnitella sisältöä vastaanottajan mukaan. Turhaa tietoa eikä liikaa kannatta myöskään tiedottaa. Viestinnän on syytä olla olennaista ja tarpeellista kohderyhmään nähden. Toimivat kanavat ja keinot kannattaa ottaa selville ja hankkia palautetta viestinnästä. Vain perille menneellä, vastaanotetulla ja oikein ymmärretyllä viestinnällä voi vaikuttaa. (Siukosaari 2002, 80, 82.)

Sisäisen viestinnän haasteita tulevaisuudessa on kohderyhmien odotusten ja tarpeiden tiedostaminen ja tiedon turvattu saanti. Kaikkien on oltava valmiita avoimeen ja vilkkaaseen tiedonvälitykseen, koska tieto ei liiku itsestään. Kaikkien on siis oltava vastuussa tiedon välityksestä toisille, yhteisen tuloksenteon saavuttamiseksi. Tiedon liikkeellä pitämiseksi on hyvä tuntea organisaation ihmiset, toiminta ja tehtävät. Tie-

don tulvan välttämiseksi on sanomia tulevaisuudessa karsittava ja kohdistettava oikeat sanomat oikeille henkilöille. Myös toimivien keinojen ja kanavien valintaa joudutaan pohtimaan: mitä tietoa välitetään paperilla ja mitä verkossa sekä mikä on vaikuttavin kanava ja keino. Viestinnälle on asetettava tavoitteita ja on arvioitava sekä mitattava, miten tavoitteet on saavutettu. (Siukosaari 2002, 130.)

### 2.3 Viestinnän suunnittelu ja arviointi

Viestinnän suunnittelu sisältää erilaisten asioiden määrittelyä. Suunnittelu tapahtuu strategisella ja operatiivisella tasolla. Strategista suunnittelua ovat muun muassa viestinnän tarkoituksien, tehtävien ja perusperiaatteiden määrittely. Operatiivista suunnittelua ovat painopistealueiden määrittely sekä toimenpiteiden valinta ja jaksoitus. Näiden lisäksi suunnitellaan kohderyhmä, resurssit ja vastuut. (Juholin 1999, 105-106.)

Viestintästrategian tarkoitus on tuoda julki, millä tavoin ja millaisia tuloksia saavuttaen viestintä tukee koko yhteisön toimintaa ja asetettuihin tavoitteisiin pääsemistä. Strateginen viestintä on jatkuva prosessi, joka lähtee avaintulosten, tulostavoitteiden ja tehtävien määrittelystä. Tehtävistä valitaan painopistealueet, jonka toimenpiteitä aletaan toteuttaa. Tuloksia arvioidaan suhteessa avaintuloksiin. Prosessimainen eteneminen mahdollistaa sen, että viestinnässäkin tehdään oikeita asioita oikeaan aikaan. Suunnittelu vaatii tietoa viestinnän nykytilasta, jolloin voidaan panostaa niihin alueisiin, joilla on tavoitteisiin eniten matkaa tai jotka ovat ajankohtaisia. Viestintästrategia rakennetaan useammaksi vuodeksi, jolloin se tuo toiminnalle pitkäjänteisyyttä. Sitä pitää myös tarkastaa vuosittain. (Juholin 1999, 114-116.)

Sisäisen viestinnän suunnittelua ja toteutusta ohjaavat siis strategiset tavoitteet. Sisäisen viestinnän tavoitteiksi määritellään usein tehokas sisäinen tiedonkulku ja olennaisen tiedon saatavuus, strategian tietämys ja ymmärrys, kannustava työilmapiiri ja toimivat vuorovaikutussuhteet, toimiva esimiesviestintä, henkilöstön sitoutuneisuus, jatkuvan muutoksen hyväksyminen sekä siihen kannustaminen. Tavoitteet voivat pysyä pitkäänkin samoina, mutta joskus niitä pitää myös muuttaa. (Juholin 2006, 153.)

Organisoitaessa sisäistä viestintää on huomioita, että viestinnän pitää toimia sujuvasti kaikissa tilanteissa. Viestinnän on hyvä olla mahdollisimman yksinkertaista ja suoraviivaista. Ennen viestinnän käyttöönottoa sitä pitää testata käytännössä. Viestintä liittyy usein tilanteisiin, jossa henkilöllä on kiire tai hänellä on muitakin tehtäviä. On myös oltava varmuus siitä, että henkilöt, joiden tehtävänä on hoitaa viestintää nopeasti, ovat sellaisia, jotka ovat yleensä tavoitettavissa ja pystyvät tuottamaan ja välittämään viestin nopeasti eteenpäin. Organisoitaessa on myös sovittava siitä, kuka hoitaa mitään viestinnän tehtäviä, missä järjestyksessä, millä aikavälillä ja miten missäkin tilanteessa. (Ikävalko 1995, 52-53.)

Sisäistä viestintää ja tiedottamista tulee myös arvioida. Aluksi on asetettu tavoitteita ja niiden onnistumista pitää myöhemmin seurata. Viestintää ja tiedotusta arvioidaan tiedotuksen onnistumisen kannalta esimerkiksi seuraavien asioiden kannalta: tiedonkulun puutteet, viestien perillemeno, tietolähteet, kanavat, häiriötekijät, mitä muuta tietoa kaivataan, esimiesviestinnän toimivuus, ymmärrettävyys, tiedotustilaisuuksien ja palaverien toimivuus sekä tiedon välittäminen ja vaikutus. Yhteisökuvan muodostumisen kannalta arvioitavia asioita ovat se, mitä yrityksestä tiedetään, onko tieto oikeaa sekä yhteisökuvan selkeys ja voimakkuus. Sisäisen viestinnän onnistumisen ja yhteisökuvan muodostumisen arvioinnin keinoja ovat tutkimukset, kuunteleminen sekä haastattelut. Tiedotuksen onnistumisesta kerättyjen tietojen jälkeen ne käsitellään, tehdään johtopäätökset, suunnitellaan toiminta ja sen jälkeen toimitaan suunnitelman mukaan. Arviointi pitää tehdä säännöllisin väliajoin. Tuloksia seurataan ensisijaisesti viestinnän kehittämisen ja parantamisen kannalta. (Siukosaari 2002, 120-121.)

Viestintää on helpoin arvioida palautteen avulla. Suomalaiset eivät yleisesti kuitenkaan oikein osaa antaa palautetta. Emme myöskään reagoi helposti asioihin, anna kiitosta tai edes vastaa viesteihin. Joskus kuitenkin moitimme. Palautteella tarkoitetaan viestinnässä vastasanomaa. Se on tietoa siitä, onko vastaanottaja saanut sanomamme, ymmärtänyt sen, toiminut sen mukaan ja onko se vaikuttanut. Palautteen voi saada sanomana, mutta sen voi myös nähdä vastaanottajan toiminnasta, ilmeistä ja eleistä. Vaativa tehtävä on kuitenkin kielteisen palautteen antaminen. Vastaanottaja pitää saada vakuuttuneeksi, että palautetta annetaan rakentavassa mielessä ja siksi, että seuraavilla kerroilla asiat menisivät paremmin. (Siukosaari 2002, 68.) Viestintä-

tyytyväisyyttä sekä -tyytymättömyyttä mittaa viestintävaje, joka on saatujen ja haluttujen tietojen välinen erotus (Ikävalko 1995, 47).

### 3 VIESTINTÄKANAVAT

Juholinin (2006, 160-161) mukaan viestinnän rakenteen selvittäminen auttaa ymmärtämään tiedonetsinnän logiikkaa. Sisäisen viestinnän rakenne kertoo, mistä kanavista tai lähteistä ihmiset etsivät mitään tietoa. Sen tehokkaampaa viestintä organisaatiossa on, mitä paremmin viestinnän rakenne on selvillä. Suuria aihealueita sisäisessä viestinnässä ovat koko organisaatiota käsittävät asiat, oman yksikön asiat sekä omaan työhön liittyvät asiat. Jokainen asiaryhmä jakautuu useisiin alaryhmiin. Asiasisältöjen tunnistaminen ja määrittely onkin yksi viestinnän suunnittelun tärkeimmistä osa-alueista. Viestinnän rakenne muotoutuu jokaisessa yhteisössä omanlaisekseen. Työelämässä olennaisen tiedon helppo saatavuus on tärkeää, joten kanavien runsaus ei tehosta viestintää. Viestinnän rakenteen suunnittelu onkin tärkeää. Sen avulla jokaisen asiasisällön tai -kokonaisuuden viestintään määritellään yksi tai kaksi pääkanavaa.

Yhteisöt viestivät oman kulttuurinsa pohjalta ja noudattavat omia käytäntöjään, vaikka niitä ei olisi kirjattuna mihinkään. Tällainen sanattoman sopimuksen tila vallitsee monissakin yhteisöissä. Se ei merkitse kuitenkaan välttämättä sitä, että asiat olisivat huonossa mallissa viestinnän osalta. Kun yhteisö kasvaa tarpeeksi, suunnitelma on usein oleellinen osa sisäistäkin viestintää. Suunnittelemattomuus voi johtaa ainakin isoissa organisaatioissa viestinnän ylitarjontaan ja hallitsemattomuuteen. Viestintäjärjestelmä on kokonaisuus siitä, miten asiat hoidetaan. Siinä on sovittu, keille viestintään mitään asioita, mitä kanavia käyttäen ja millaisin pelisäännöin. (Juholin 1999, 132.)

Åberg (2000, 173) jaottelee sisäisen viestinnän muodot ja kanavat neljään ryhmään sen mukaan, ovatko kanavat ja viestintä lähikanavia vai kaukokanavia, suoraa keskinäisviestintää vai välitettyä pienjoukko- ja verkkoviestintää. Lähikanavat ovat työyksikköä ja yksilöllisesti yksittäisiä työyhteisön jäseniä varten, kaukokanavat puoles-

taan palvelevat koko työyhteisöä. Keskinäisviestintä on henkilökohtaista kanssakäymistä, pienjoukkoviestintä perustuu joukkoviestinnän tekniikoihin, mutta viestit välittyvät rajatummalta kohdejoukolle kuin joukkoviestinnässä. Juholin (1999, 139) puolestaan jakaa kanavat kolmeen pääryhmään: kasvokkaisviestintään, painettuun sekä sähköiseen viestintään.

Pesäkarhujen junioritoiminnassa käytetään kaikkia näitä sisäisen viestinnän muotoja. Lähikanavia käytetään juniorivaliokunnan viestiessä valmentajille. Käytössä olevia lähikanavia on esimerkiksi verkkoviestintä, lähin esimies ja muut esimiehet. Kaukokanavia käytetään valmentajien viestiessä juniorien huoltajille. Näitä kaukokanavia ovat esimerkiksi kokoukset, joukkoviestimet ja verkkoviestintä. Keskinäisviestintää on muun muassa se, että valmentajat ovat yhteydessä junioripäällikköön ja saavat häneltä tietoa. Pienjoukkoviestintää puolestaan on se, kun valmentajat lähettävät sähköpostia tai nopeammin tavoitettavia tekstiviestejä joukkueilleen. Kasvokkaisviestintää, painettua viestintää sekä sähköistä viestintää käytetään myös Pesäkarhujen junioritoiminnassa. Painettu viestintä on yleisesti vähemmän käytössä, mutta joillakin joukkueilla se tai jotkin muut viestintäkeinot ovat vielä yleisempiä kuin sähköinen viestintä.

Viestintä on kaksisuuntaista sanomien vaihtoa, kun taas tiedottaminen on yksisuuntaista, useimmiten välineellistä sanoman lähettämistä (Pulkkinen [verkkodokumentti]). Rikkaampia kanavia ovat sellaiset, joissa on eniten vuorovaikutusta ja jotka ovat henkilökohtaisimpia. Ne sisältävät eniten ilmeitä ja eleitä sekä luonnollisen tavan puhua. Yksipuolisimpia kanavia ovat sellaiset, joissa on vain kirjoitettua tekstiä, samassa muodossa kaikille. Vuorovaikutus voi olla kasvokkaisviestintää henkilöltä henkilölle tai vuorovaikutteista ja tietoverkkoja hyödyntävää. (Juholin 2006, 16, 164.) Viestinnässä ei kannata käyttää vain yhtä viestinnän työkalua vaan hyödyntää laajemmin eri kanavia. Joskus kannattaa käyttää saman, tärkeän asian tiedottamiseen jopa kahtakin eri viestintäkanavaa. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 61.)

Viestinnän soveltaminen organisaation toimintaan edellyttää sitä, että tiedetään, keille viestitään, keiden kanssa viestitään ja millaisia odotuksia heillä on viestinnän suhteen. Yhteisön henkilöstö ei ole vain joukko ihmisiä vaan niin monta yksilöä kuin yhteisössä toimii. Jokainen on omanlaisensa ja jokainen kuuluu erilaisiin ryhmiin,

tiimeihin tai yksiköihin sekä lisäksi muihin pienryhmiin. Verkostot ovat virallisia tai epävirallisia. Toimiva viestintä vaatii ryhmien ja verkostojen analysointia sekä tilanteen seuranta. Jotta viestintä täyttää sille asetetut tehtävät ja vastaa ryhmien tarpeita, on tiedettävä, mitä nämä ryhmät tietävät ja haluavat tietää. Myös ihmisten asenteista ja mielikuvista on hyvä tietää jotain. Yhteisön jäsenet ovat osittain myös itse vastuussa tiedonhankinnasta ja sen välittämisestä eteenpäin. (Juholin 1999, 111-112.)

Viestintäkanavia käytetään usein valikoiden. Henkilökohtaiseen kanssakäymiseen perustuvat kanavat ovat tärkeitä. Niin sanotuissa lähiaiheissa käytetään useimmiten lähikanavia: esimerkiksi lähin esimies ja yksikön kokous. Etäisimmistä aiheista tiedot saadaan pienjoukkoviestinnän, tiedotustilaisuuksien tai oman esimiehen kautta. Käyttötottumukset viestintäkanaviin syntyvät vuosien mittaan esimerkiksi muiden kokemusten ja yhteisössä vallitsevien kanavien myötä. Omaa esimiestä pidetään myös niin sanottuna yleislähteenä, jonka puoleen käännyttään useimmissa asioissa. (Åberg 2000, 180.)

Viestien tulee kulkea yhteisössä sekä ylös- että alaspäin ja myös vaakasuoraan. Ylöspäin viestintä on usein palautetta alaspäin tapahtuvasta viestinnästä. Paras vaihtoehto on sellainen organisaatorakenne, jossa ylhäältä ohjaaminen on minimoitu ja päätökset tehdään yhdessä johdon ja työntekijöiden kesken. Horisontaalinen viestintä on monimuotoista yhteistyöhön pyrkimistä, suhteiden hoitamista sekä yksilöiden ja ryhmien päämäärien tavoittelemista. Yksilöiden ja ryhmien välillä on pyrittävä todelliseen yhteistyöhön ja esteettömään tiedonkulkuun. (Alajärvi, Herno, Koskinen & Yrttiaho 1999, 53.) Kanava ja esitystapa valitaan sanoman sisällön ja sen kiireellisuuden sekä kohderyhmän mukaan. Kohteena voi olla yksi henkilö, työryhmä, yksikkö, koko yritys tai konserni. Tärkeintä on, että yrityksellä on oikeat keinot viestintään. Henkilökohtainen keskustelu on tehokkain ja arvostetuin viestintäkanava. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 109.)

Viestintä kehittyy jatkuvasti. Uudet viestintävälineet kuten sähköposti ja intranet ovat vallanneet asemansa nopeasti. Vastaavia keksintöjä on siis tulossa varmasti lisää jatkossakin. Tulevaisuuteen ja muutoksiin pitää koko ajan olla valmiina ja ottaa vastaan uudet viestintämuodot. Ne, jotka vastaavat organisaatiossaan sisäisen viestinnän kehittämisestä, joutuvat katsomaan kahteen suuntaan. Samaan aikaan pitäisi pitää

kiinni käytännöistä, jotka ovat toimivia, sekä pyrkiä kehittämään ja parantamaan vallitsevia käytäntöjä. Teknologialla on myös heikkoutensa. Osaa työntekijöistä uusi viestintäteknologia ei tavoita. Paperilla ja muilla ns. vanhoilla viestintävälineillä on siis edelleen oma arvonsa. (Puro 2004, 84, 121.)

Tiedottamisen ja viestinnän välineinä ovat käytössä yhä enemmän sähköiset toiminnot. Myös verkkoviestintä on erittäin merkittävässä osassa. Liikkuvaa kuvaa ja ääntä lähetetään internetin välityksellä esimerkiksi verkkokameroiden kautta. Web-pohjaiset neuvottelut, joissa neuvotteluun on mahdollista osallistua oman tietokoneen ääreltä ja presentaatioiden levittäminen www-ympäristön kautta, ovat yleistymässä. Viestintäteknologian suhteen tehdyt valinnat ovat kuitenkin suuri osa sitä, mihin suuntaan olemme menossa. Uuden median ei pitäisi kokonaan korvata perinteisten viestintäkanavien vahvuuksia vaan tuoda uusia mahdollisuuksia viestintään. (Puro 2004, 73, 125.)

Sisäisen viestinnän välineet ja käytännöt elävät koko ajan. Reaaliaikainen tiedonjako ja -hallinta ovat osa organisaation menestystä. Sisäisessä viestinnässä on siirrytty vähitellen paperitiedotteesta sähköpostiin ja sitä kautta intranetpalveluihin. Sisäisessä verkkoviestinnässä käytetään intranetin lisäksi myös muita sähköisen viestinnän tekniikoita (Åberg 2000, 173). Myös mobiililaitteet tekevät tuloaan. (Juholin 2006, 163.) Kehitystä tapahtuu koko ajan ja olemme jatkuvasti lähempänä nopeita langattomia yhteyksiä, vaikka se ei olekaan tapahtunut niin nopeasti kuin aiemmin kuviteltiin (Puro 2004, 56). Tulevaisuudessa digitaalstumisen jatkuu, uusia laitteita ja palveluja tuotetaan ja otetaan käyttöön sekä vanhat työkalut häviävät vähitellen, kun digitaaliset valtaavat markkinat. Myös tietotekniikka tulee leviämään entisestään ja laitteet ovat verkottuneita. (Hurme [verkkodokumentti].) Sähköisen viestinnän merkitys kasvaa jatkuvasti myös liikunta- ja urheiluseurojen toiminnassa (Urheiluseuran mediaopas 2004, 67). Esittelen tässä työssä ne sisäisen viestinnän kanavat, joita Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäisessä viestinnässä käytetään. Nämä kanavat ovat varmasti käytössä yleisimmin myös muiden urheilujoukkueiden sisäisessä viestinnässä.

### 3.1 Sähköposti

Sähköposti on tehokas informointi sekä -keskustelukanava, jos se on kaikkien ulottuvilla ja kaikki osaavat käyttää sitä. Monissa yhteisöissä sähköposti on jo vakiintunut viestintäkanava. Päivittäin ihmiset vastaanottavat monia sähköposteja, joiden lukemiseen ja arviointiin menee paljon aikaa. Tietoa jopa ylitarjotaan erityisesti sähköpostin välityksessä nykypäivänä. (Juholin 1999, 155.)

Sähköposti on usein internetsivustoakin kätevämpi tapa viestiä. Sähköpostin välityksellä voi informoida monelle samanaikaisesti ja viitata esimerkiksi juuri internetsivuille lisätietojen saamiseksi. Sähköposti on seurassa tiedottajille hyvä apuväline ja palvelee hyvin niin sisäisessä kuin ulkoisessakin viestinnässä. Sähköposti ei välttämättä kuitenkaan mene aina perille, joten on syytä valvoa sen perillemeno. Joskus esimerkiksi tärkeän sähköpostiviestin jälkeen on hyvä varmistaa perillemeno vielä vaikka soittamalla, jos kohderyhmä ei ole liian suuri. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 61, 63.) Myös palautetta vastaanottajalta voi pyytää viestin perillemenon varmistamiseksi. Lomien ja matkojen ajaksi kannattaa jättää viesti, milloin on jälleen tavoitettavissa. Joissakin organisaatioissa sähköpostin tietoturvaan on kiinnitetty huomiota ja kaikenlaiset viestit ei mene perille. (Juholin 1999, 157.)

Osoitteista kannattaa muodostaa ryhmiä, jolloin viestintä on sähköpostitse nopeaa ja helppoa. Ryhmien osoitteita on kuitenkin päivitettävä jatkuvasti tai tarpeen niin vaatiessa, mutta suurin vaivannäkö tarvitsee tehdä kuitenkin vain kerran. Sähköpostin piilokopioimintoa kannattaa käyttää ryhmäviesteissä, ellei nimenomaan haluta, että kaikki vastaanottajat tietävät, kenelle viesti on mennyt. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 61-62.)

Sähköposti toimii parhaiten lyhyiden ja ytimekkäiden viestien välittämisessä. Sähköposti liittyy useimmiten asiaan, josta jo tavalla tai toisella tiedetään, joten on hyvä mennä suoraan asiaan ja turhia yksityiskohtia on syytä välttää (Juholin 1999, 156). Ydinsisällön on hyvä mahtua kerralla näytölle. Kannattaa miettiä, miltä vastaanottajan koneella posti näyttää, vaikka omalla koneella se näyttäisikin hyvältä. Perusteksti sähköpostissa on paras vaihtoehto, ilman hienouksia ja muotoiltua tekstiä. Yleiskielessä on turvallisinta pysyä sähköpostiviesteissä (Juholin 1999, 157). Aihe-otsikkoon



kannattaa kiinnittää huomiota myös. Se on pyrittävä saamaan erottuvaksi muista ja mielenkiintoiseksi vastaajan kannalta. Myös allekirjoitus ja yhteystiedot on muistettava sähköpostissa. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 62.)

Sähköpostilla on mahdollista lähettää myös pidempiä viestejä liitetiedostojen avulla. Joskus liitteet saattavat jäädä avaamatta, joten niistä ja niiden muodosta on ainakin hyvä mainita tekstikentässä. Myös liitteiden muotoon kannattaa perehtyä, jottei synny tilannetta, että ne eivät esimerkiksi aukea. RTF- tai PDF- muodossa olevien tiedostojen pitäisi olla viruksilta suojattu. Liian suurta liitetiedostoa ei kannata lähettää, koska ne voivat tukkia sähköpostin. Kuvia lähetettäessä parempi vaihtoehto voi olla cd:llä postissa lähetettynä, ellei asialla ole kiire. Jos on lähetettävä suuria sähköposteja, niin ne kannattaa ainakin jakaa moneen viestiin. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 62-63.)

### 3.2 Tekstiviesti

Tekstiviesti on nopea ja helppo tapa tavoittaa yksilö tai ryhmä esim. urheiluseurassa. Tekstiviesti on kuitenkin sähköpostia henkilökohtaisempi viestintätapa. Siksi tekstiviestin lähettämisestä on hyvä sopia, haluaako vastaanottaja ottaa viestejä vastaan. Seuran sisäisessä viestinnässä tekstiviesti toimii erittäin hyvin arkisissa asioissa. Sillä tavoitetaan nopeasti vastaanottajat. Tekstiviestillä informoitavia asioita on esim. kiireelliset harjoitusajan ja -paikan muutokset. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 64.) Kätevä tapa on myös muodostaa ryhmä joukkueesta, jolloin viestien lähettäminen on helppoa, nopeaa ja viesti menee aina samalle kohderyhmällä, jos teknisesti ei ole mitään ongelmia.

### 3.3 Wapari-palvelu

Wapari-palvelu on internetissä oleva kalenteripalvelu, joka on tehty helpottamaan urheiluseurojen, joukkueiden, yhdistysten ja yhteisöjen yhteydenpitoa. Waparissa ryhmän vetäjä on se, joka viestii ryhmänsä jäsenille sähköpostitse tai tekstiviestillä sekä lisää merkintöjä yhteiseen kalenteriin. Wapariin rekisteröityminen ja sen käyt-

täminen ei maksa mitään, mutta tekstiviestipalvelu on vuodessa 9 €/käyttäjä. (Wapari 2009 [verkkodokumentti].)

### 3.4 Www-sivut

Seuran www-sivuja pidetään jo lähes itsestäänselvyytenä, ja ne ovat tärkeä viestintäkanava niin sisäisessä kuin ulkoisessakin viestinnässä ja tiedottamisessa. Www-sivut toimivat hyvin lisätiedon lähteenä, koska sivuille on hyvä sijoittaa pidempiä juttuja ja esim. kuvia (Urheiluseuran mediaopas 2004, 65). Sivut kertovat ulkopuolelle seuran toiminnasta paljonkin, joten niihin on hyvä kiinnittää huomiota. Internet on etenkin nuorien keskuudessa nykyään yleisin kanava, josta haetaan tietoa ja löydetään uusia asioita. Myöskään median kannalta ei ole yhdentekevää, minkälaiset seuran internet-sivut ovat. Seuran kotisivut antavat tiivistetyn kuvan seurasta, sen toiminnasta ja arvoista. On suunniteltava tarkoin, mitä seura haluaa tuoda esiin. Lukijan on löydettävä helposti ja vaivattomasti hakemansa tieto. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 67-68.)

Verkkosivujen rakenne on yleensä hierarkkinen puumalli, jossa tiedot on jäsenneltyloogisesti. Sivuja on syytä miettiä myös useamman kohderyhmän kautta, jotta mahdollisimman moni saa tarvitsemansa tiedon internetsivuilta. Rakenteeseen löytyy usein muoto, joka palvelee kaikkia kohderyhmiä. Sisällön määrä internetsivuilla ei ole oleellisinta. Tietoja pitää muistaa aktiivisesti päivittää, koska vanhentunut tieto antaa huonon kuvan toiminnasta. Parempi on siis pitää ajan tasalla pientä määrää tietoa kuin suurta määrää tietoa, joka on ainakin osittain vanhentunutta. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 67-68.)

Verkkokirjoittaminen eroaa tavallisesta kirjoittamisesta. Näytöltä lukeminen on ensinnäkin hitaampaa kuin paperilta lukeminen. Verkkotekstin tulee siis olla lyhyttä, ytimekästä ja helppolukuista. Teksti on hyvä lajitella lyhyisiin kappaleisiin, joita täydennetään otsikoinnilla. Tärkeimmät asiat on pyrittävä tuomaan ensiksi esille. Sivujen alussa kannattaa olla tiivis alkukappale (ingressi), joka kertoo lukijalle sivun keskeisen sisällön. Otsikointi on myös tärkeää. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 68.)

Tärkeintä on, minkä ensisilmäyksen teksti antaa, koska verkkotekstiä luetaan pääasiassa silmäilemällä. Tekstin arvioiva osuus on lukijan näytölle mahtuva osa tekstiä.

Myös verkkosivujen ulkoasu ja selkeys sekä rakenteen ymmärtäminen tuovat oman osuutensa sivujen luettavuuteen. Navigointirakenne on tärkeää siksi, jos joku tulee sivustolle muuta kuin etusivun kautta, hänen on tiedettävä, millä sivulla hän on. Tärkeimmät asiat verkkotekstissä on sen helppolukuisuus ja tiiviys. Lauserakenteiden tulisi olla yksinkertaisia, ja selkeyttä tekstiin voidaan tuoda esim. kuvin ja taulukoin. Verkkokirjoittamisessa aiheet kannattaa jakaa kohtuullisen pieniin kokonaisuuksiin. Pitkät sivut eivät ole helposti silmäiltävissä eivätkä kiinnostavia. Erilliset kokonaisuudet kannattaa jäsentää omiksi kokonaisuuksikseen. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 68-69.)

Linkitys on keskeinen työväline verkkosivuilla. Linkkien kautta on hyvä opastaa saamaan lisätietoa aiheesta, jotta kokonaisuudesta ei tule niin pitkä pääsivulla. Lukijan pitää kuitenkin tarkoin tietää, mihin linkki johtaa. Linkkien pitää myös erottua selvästi muusta tekstistä. Ensivaikutelma sivusta on tärkein, sivun pitää olla selkeä ja kiinnostava. Internet tarjoaa nykyään nopean mahdollisuuden urheilunkin seuraamiseen, esim. monet tulokset saadaan internetin välityksellä lähes reaaliajassa. Nykyään on jo lähes poikkeus, jos seuralla, varsinkaan melko isolla, ei ole omia nettisivuja. Internet täydentää ja tarjoaa taustoja. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 69-70.)

Pesäkarhujen internetsivut on juniorien osalta tehty niin, että jokainen joukkue saa itse päivittää omaa joukkuekohtaista sivuaan. Päivittämiseen on annettu ohjeet. Osa joukkueista käyttää sitä erittäin ahkerasti myös viestinnässään, mutta osalla joukkueista se ei ole niin aktiivisesti käytössä. Myös joitakin yleisesti junioritoimintaan tai junioreihin liittyviä asioita informoidaan seuran internetsivuilla.

### 3.5 Puhelin

Lankapuhelinta käytettiin ennen joko sovittuna aikana tai sattumanvaraisesti. Ero tähän päivään löytyy lähinnä siitä, että nykyään lähes joka työhön kuuluu puhelin ja se kulkee mukana, joten tavoitettavuus on parempi. Matkapuhelin kahlitsee työntekijää ja tuo lisää työtä paremman tavoitettavuuden myötä. (Puro2004, 50-51.) Puhelimesta, yhdestä vanhimmista sähköviestinnän muodoista, on tullut uusimman tietotekniikan huippuväline. Suomalaiset ovat olleet maailman johtavia matkapuhelimien käyttäjiä jo usean vuoden ajan. (Wiio 2000, 23-24.) Puhelin on henkilökohtainen

viestintäväline, joten yhteydenotot pitää olla harkittuja puhelimen avulla (Urheiluseuran mediaopas 2004, 64). Puhelin on perusviestin, joka matkapuhelimen ominaisuuksien kehittymisen myötä luo mahdollisuuksia yhteisöjen sisäisen ja ulkoisen viestinnän kehittämiseksi (Juholin 1999, 158).

### 3.6 Soittokierros

Soittokierros eli tunnetummin ns. soittoringi on käytäntö, jossa on ennalta sovittu ja esimerkiksi soittojärjestys on kaikkien tiedossa eli kuka soittaa kenellekin. Urheilujoukkueessa esim. valmentaja lähettää viestin niin, että soittaa ringissä ensimmäisenä olevalle, joka soittaa taas seuraavalle ja niin edelleen. Viimeinen soittaa soittoringin aloittajalle, jolloin hän tietää, että kierros on mennyt läpi. Saman voi suorittaa tekstiviestillä. Soittoringin negatiivisia ominaisuuksia on sen helppo katkeaminen tai sanomien muuttuminen matkalla.

### 3.7 Palaveri

Palaverit käsittelevät monia aiheita ja ovat samalla sisäisen tiedotuksen foorumeita. Palaverit ovat myös hyvä palautteen kuulemisen ja kyselyn ja keruun kannalta. (Siukosaari 2002, 98-99.) Nykyiset suomalaiset kokoukset ja palaverit ovat muuttuneet suoraviivaista tehokkuutta ja ajankäyttöä suosiviksi. Aikatauluista pidetään tiukasti kiinni, mennään suoraan asiaan ja pystytään siinä, läsnäolijoilta edellytetään hyvää valmistautumista palaverin asioihin ja ne etenevät nopeasti ja niissä pyritään todella saamaan päätöksiä aikaan. (Puro 2004, 27.)

### 3.8 Kasvokkainviestintä

Kasvokkain viestintä tapahtuu henkilökohtaisien kontaktien avulla. Sitä harjoitetaan koko yhteisön sisällä yhteisissä tilaisuuksissa, yksikkö- tai yksilötasolla. Kasvokkain viestinnän muotoja voi olla esimerkiksi kokoukset, neuvottelut ja muut viralliset tai epäviralliset tapahtumat. Kasvokkain viestintä on arvostetuin viestinnän muoto, mutta sillä on myös suurimmat puutteet. (Juholin 1999, 141.)

### 3.9 Kirjallinen viestintä

Tiedote painettuna versiona on edelleen monen yhteisön perustyökalu. Tiedotteen vahvuuksia on nopeus ja edullisuus. Tiedotteen tehtävä on usein täydentää kasvokkaisviestintää. Yksin se toimii parhaiten silloin, kun voidaan olettaa, että vastaanottajat ymmärtävät sen ja asia on tarpeeksi yksiselitteinen. Kirjalliseen viestintään kuuluu muutkin paperilla esitetyt ja painetut asiat kuin tiedote, esimerkiksi kirje, henkilöstölehti, tiedotuslehti ja ilmoitustaulu. (Juholin 1999, 148-151.) Paperi on edelleen käytössä, koska kaikkia sähköiset uudistukset eivät ole vieläkään tavoittaneet ja jotkut kokevat vaikeaksi esimerkiksi näytöltä lukemisen. Jossain vaiheessa voidaan olla tilanteessa, jossa painettua viestintää ei juuri käytetä.

### 3.10 Puskaradio

Puskaradio on olemassa jokaisessa yhteisössä, mutta missään se ei kuulu varsinaisten viestintäkanavien ja -keinojen joukkoon. Puskaradio tarkoittaa huhujen levittämistä ihmiseltä toiselle. Tiedottaja voi käyttää puskaradiota tiedotuksen apuna. Puskaradio toimii aina, kun tietoja odotetaan ja kun niitä ei saada viipymisen takia tai jos tietoja ei saada riittävästi. Parhaimmillaan puskaradio toimii silloin, kun sisäinen tiedottaminen on vähäistä, salailevaa ja sulkeutunutta tai jos luottamus tietolähteisiin on menetetty. Puskaradio sisäisen viestinnän kanavana on toisaalta avointa, nopeaa, läheistä sekä kiinnostavaa. (Siukosaari 2002, 100.)

## 4 URHEILUSEURAN SISÄINEN VIESTINTÄ

Ihmisten johtamisesta 98 % on viestintää. Viestintä on käsitteenä huomattavasti laajempi kuin esimerkiksi suhteiden ylläpitäminen lehdistöön. Jos urheilujärjestössä ollaan tilanteessa, jossa media on omaa henkilöstöä tai vapaaehtoistoimijoita tärkeämpi, on tilanne huolestuttava. Kaikki viestintä lähtee strategiasta. Jos urheilujärjestön strategian painopisteenä on esimerkiksi nuorten pelaajien kehittäminen kuten

Pesäkarhuissa, on viestinnän toimenpiteidenkin tähdättävä juuri näihin samoihin asioihin. (Ziemann 2007. [verkkodokumentti].)

Viestintävastuiden määrittely on keskeisessä osassa viestintää suunniteltaessa (Juholin 1999, 112). Urheiluseurassakin on hyvä jakaa vastuuta. Esimerkiksi joka joukkueelle ja jaostolle kannattaa valita vastuuhenkilö ja määrittää tarkoin tehtävät jokaiselle. Vastuuhenkilöt voivat vastata oman joukkueensa tai jaostonsa viestinnästä ja tiedottamisesta. Urheiluseuran viestintään kannattaa sopia myös yhteiset pelisäännöt. Sovittavia asioita ovat esimerkiksi: kuka viestii, miten viestitään ja mitä viestitään missäkin tilanteessa. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 11-12.)

Viestinnässä tekemätön työ myös näkyy. Jos viestintä toimii, kukaan ei huomaa sitä yleensä mitenkään. Jos taas viestinnässä on puutteita, ne huomataan. Viestinnässä usein takerrutaan vääriin asioihin, vaikka kokonaisuus on tärkeintä. Ihannetilanne olisi se, että kaikki viestintätoimenpiteet perustuisivat aina suunnitelmiin. Koska viestintä on aina arvaamatonta, sitä pitäisi suunnitella. Viestinnässä on aina ensin mietittävä viestittävä asia ja se, ketä asia koskee. Sen jälkeen mietitään vasta sitä, miten asia viestitään. Urheiluelämästä ja järjestöjohtamisesta puuttuu viestinnän teorian tuntemusta. Monia asioita tehdään hyvin, mutta pienellä tiedon lisäämisellä saataisiin parannettua vielä paljon toimintaa. (Ziemann 2007. [verkkodokumentti].)

Urheiluseuran sisäisessä viestinnässä, kuten muussakin viestinnässä, tärkeitä asioita hyvään viestintään ja ohjeita viestinnän onnistumiseksi on todella paljon. Seuraavassa kerron niistä muutamia. Kohderyhmä kannattaa miettiä ensin ja sen mukaan laatia tiedote tai viesti. On myös syytä tarkastella, mitä vastaanottajat tietävät asiasta jo etukäteen. Viestittävistä asioista on hyvä kertoa riittävän tarkat tiedot, esimerkiksi taustat, syyt sekä seuraukset. Myös seuraaviin kysymyksiin on hyvä löytyä vastaus tiedotteesta: mitä, missä, miten, miksi, milloin, kuka järjestää, keneltä ja mistä saa lisätietoja. Asioiden muotoilu kannattaa miettiä varsinkin kohderyhmään peilaten, koska viesteissä on aina tulkintavirheiden mahdollisuus. Lyhyt viesti tai tiedote on varmempi keino myös tavoittaa kohderyhmä, koska pitkiä usein ei ehditä tai jakseta lukea ainakaan huolellisesti. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 37-39.)

Viestiessä kannattaa käyttää omia ja tavallisia sanoja selkeyden ja ymmärrettävyyden vuoksi. Sisältö viesteissä on tärkeämpää kuin esimerkiksi se, miten jokin yksittäinen sana kirjoitetaan. Hyvä ulkoasu antaa kuitenkin paremman kuvan. Paras tapa saada kohderyhmä ymmärtämään ja kiinnittämään huomio viestiin on, kun tärkein asia on laitettu viestin kärkeen. Viestin luettavuuden on syytä olla hyvä. Sivuotsikot, lihavoinnit ja alleviivaukset on hyviä keinoja luettavuuden parantamiseksi, mutta samassa tiedotteessa ei kannatta kuitenkaan käyttää useita havainnollistamiskeinoja eikä myöskään liikaa niitä. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 37-39.)

Selkeys on oleellinen osa viestiä. Viestissä pitää kertoa yksityiskohtaisesti kaikki itsestään selväkin tieto. Mainitsemisen arvoisia asioita ovat esimerkiksi tapahtuman paikka, paikkakunta, laji, tapa, mitkä kisat tms. sekä tiedottajan tai muun sellaisen vastuuhenkilön yhteystiedot, josta saa tarvittaessa lisätietoja. Nopeus on oleellinen asia urheiluseurojenkin viestinnässä sekä myös oikea-aikaisuus. Viesti kirjoitetaan pienenäkkösin. Seuran koko nimi ja sen paikkakunta on syytä mainita. Jos puhutaan yksittäisistä urheilijoista, etunimi mainitaan ensin. Sähköposti on nykyaikaista viestintää, mutta liitetiedostoja ei mielellään kannatta käyttää, koska viestistä tulee siten niin suurikokoinen. (Urheiluseuran mediaopas 2004, 56-57.)

## 5 PESÄKARHUT RY

Pesäkarhut ry on porilainen pesäpalloon erikoistunut urheiluseura. Tällä hetkellä seuran puheenjohtajana toimii Päivi Pessi-Järvenpää, toiminnanjohtajana Reijo Viljanen, urheilutoimenjohtajana Petri Kaijansinkko sekä junioripäällikkönä Juuli Kemiläinen. Naisten edustusjoukkue on seuran edustusjoukkue. Satakunnan Pesäpalloon kuuluvalla pesäpallon erikoisseuralla, Pesäkarhuilla, ei juuri kilpailijoita ole Porissa. Satakunnan alueella suurin kilpailija on Rauman Fera. (Pesäkarhut 2009 [verkkosivut].)

## 5.1 Historia

Porilainen pesäpallo on lähtöisin Porin Ulasoorista, jossa järjestelmällinen pesäpallotoiminta on alkanut Ulasoorin Karhujen myötä. Ulasoorin Karhut sai kuitenkin 28.11.1985 uudeksi nimekseen Pesäkarhut ry. Pesäpalloseura Pesäkarhujen perustajajäseninä olivat Alpo Ahtola, Heikki Kuuri-Riutta, Martti Lamminen, Orwo Rekola ja Reijo Viljanen. Muutamaa vuotta myöhemmin tuotiin esiin Pesäkarhujen toiminta-ajatus: ”Pesäkarhut tarjoaa mahdollisimman monelle nuorelle tilaisuuden osallistua pesäpalloharrastukseen sekä nostaa Pesäkarhut pesäpallon huipputasolle pysyvästi”. (Pesäpalloliitto 2005. [verkkodokumentti].)

Vuonna 1992 naiset nousivat ensimmäisen kerran pääsarjatasolle, Supersarjaan. Superpesis jäi kuitenkin vain yhden kauden mittaiseksi, mutta uudestaan naiset nousivat sinne vuonna 1995. Seuran ensimmäinen aikuisten SM-mitali, pronssi, saavutettiin vuonna 2001. Vuonna 2002 saavutettiin sitten seuran paras saavutus, Naisten Superpesiksen SM-kulta, josta alkoi Porin ns. pesäpallovillitys. (Pessi-Järvenpää 2005.)

Aikaisemmin, 1990-luvun alussa Pesäkarhut panosti tasapuolisesti sekä nais- että miespesäpalloiluun (Pessi-Järvenpää 2005). Nykyään Pesäkarhut tunnetaan lähinnä naispesäpallosta, vaikka poikajunioreita onkin saatu taas mukaan toimintaan. Naisten edustusjoukkue on saavuttanut vuoden 2002 SM-kullan lisäksi myös hopeaa vuosina 2005 ja 2008 sekä ensimmäisen pronssin 2001, lisäksi pronssia myös vuosina 2004 ja 2006 (Pesäkarhut Pori [verkkosivut]). Lisäksi B-tytöt ovat voittaneet esimerkiksi kolme SM-kultaa peräkkäin, vuosina 2004 - 2006 (Pesäkarhut Pori [verkkosivut]). Myös seuran muut joukkueet ovat menestyneet upeasti ja useat juniorijoukkueet ovat saavuttaneet SM-mitaleja vuosien varrella.

## 5.2 Nykypäivä

Pesäkarhujen toimintaa ylläpitävät seuran sisäiset työryhmät: Työvaliokunta, Markkinointi- ja tapahtumavaliokunta sekä Juniorivaliokunta. Joukkueilla on hyvät puitteet harjoitteluun talvella Karhuhallissa ja kesällä pesäpallostadionin hiekkatekonurmella. Myös seuran junioritoiminta on hyvää vuodesta toiseen.



Voidaankin siis sanoa, että pesäpallovillitys jatkuu edelleen Porissa. Junioreita on paljon, pesäpallokoulu vetää lapsia mukaan kesäisin suuren määrän ja vetäjät ovat aktiivisia toiminnassaan. Pesäkarhujen naiset ovat olleet jo vuosia naisten Superissa katsojamäärien ykkönen sekä Suomen katsotuin naisjoukkue. (Pesäpalloliitto 2005. [verkkodokumentti].)

Juniorivaliokunnan alaisuudessa olevia juniorijoukkueita (F-C juniorit) on tällä kaudella, 08-09, Pesäkarhuissa yhdeksän. Tyttöjunioreita on huomattavasti poikajunioreita enemmän, seitsemän joukkuetta. Poikajuniorijoukkueita on saatu mukaan seuran toimintaan viime vuosina ja niitä on tällä hetkellä kaksi (E- ja D- pojat). Jokaisella ikäryhmällä on oma joukkue, ja juniorien sarjassa jokaiseen sarjaan kuuluu kaksi ikäryhmää (esimerkiksi D-tyttöihin kuuluu tällä kaudella -95 ja -96 syntyneet tytöt). Jokaisessa juniorijoukkueessa on pelaajia noin 12-18 ja valmentajia pääsääntöisesti 2-3. Pesäkarhujen juniorivaliokunnan alaisuudessa on siis yhteensä reilusti yli sata junioripelaajaa. Ikää näillä pelaajilla on 7-15 vuotta. Lisäksi seurassa on työllä B-nuorten joukkue sekä naisilla, superpesisjoukkueen lisäksi, maakuntasarja- ja ykköspesisjoukkue.

Pesäkarhujen tärkeimpiä tavoitteita tulevaisuudessakin on kasvattaa junioripelaajista pelaajia naisten superpesikseen. Nuorten pelaajien kehittämisessä merkittävää on viime vuosina ollut yhteistyö Satakunta Sports Academyn (SSA) ja Kuninkaanhaan Urheilulukion kanssa. (Kaijansinkko 2009. [verkkodokumentti].)

### 5.3 Organisaatio

Juniorien asioista päättää juniorivaliokunta. Siihen kuuluvat seuraavat henkilöt: Junioripäällikkö Juuli Kemiläinen, seuran urheilutoimenjohtaja Petri Kaijansinkko, Leena-Maaria Viitanen, Vesa Perkiökangas ja Antti Harjunen. Juniorit toimivat omana yksikkönään, joten esimerkiksi B-tytöt ja kaikki seuran naisjoukkueet ovat junioreista erillään. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kummatkaan, juniorit sekä B-tytöt ja naisjoukkueet, eivät ole velvoitettuja toisen asioihin ja rahat ovat erillisiä.

Juniorivaliokunnan viestintää juniorijoukkueille hoitaa pääasiassa junioripäällikkö ja osittain myös muut juniorivaliokuntaan kuuluvat henkilöt. Viestintä tapahtuu pää-

sääntöisesti sähköpostilla ja palavereissa. Myös puhelin ja tekstiviestit toimivat viestintäkanavina. Juniorivaliokunta viestii valmentajille ja joukkueiden toimihenkilöille, jotka puolestaan taas viestivät asioita eteenpäin junioreille ja heidän vanhemmilleen.

Sanattoman sopimuksen tila on käytössä Pesäkarhujen juniorien keskuudessa viestinnän osalta, niin kuin monissa muissakin urheiluseuroissa ja pienissä yhteisöissä. Mitään kirjattua sisäisen viestinnän ohjeistusta ei ole vaan kaikki toimivat totuttujen menetelmien ja tapojen mukaisesti. Jokaiselle joukkueelle on muodostunut omat käytäntönsä viestinnän hoitamiseen. Näitä tapoja ja käytäntöjä selvitetään tutkimukseni empiriassa. Jokaisella joukkueella on varmasti sovittuna niin sanottu päävastuussa oleva henkilö, mutta jokainen on varmasti tavallaan osallisena jollakin lailla viestinnässä.

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksessa otettiin selvää Pesäkarhujen juniorijoukkueiden sisäisestä viestinnästä. Siihen otettiin mukaan kaikki juniorivaliokunnan alaisuudessa olevat joukkueet. Viestinnän kartoitus pohjautuu meneillään olevaan kauteen 08-09 ja tällä kaudella tapahtuneeseen sisäiseen viestintään. Pitkään toimineilla joukkueilla ovat saattaneet kuitenkin vanhemmatkin kaudet ja niillä tapahtuneet viestintäkokemukset vaikuttaa tuloksiin.

Tutkimuksen kohteena olivat pääasiassa valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden saama informaatio seuralta ja juniorijaostolta sekä heidän omat viestintätapansa. Lisäksi he saivat tietoa siitä, mitä mieltä juniorien huoltajat ovat heidän viestinnästään. Tutkimuksen tulokset palvelevat siis pääasiassa valmentajia sisäisen viestinnän kehittämisen kannalta, mutta myös muita seuran toimihenkilöitä, jotka ovat tekemisissä juniorijoukkueiden kanssa. Tutkimuksessa tutkittiin tiedonkulkua ja viestintää ns. ylhäältä alaspäin (seuralta ja juniorivaliokunnalta valmentajille ja joukkueen toimihenkilöille sekä valmentajilta ja joukkueen toimihenkilöiltä joukkueelle ja juniorien huoltajille). Tutkimuksessa ei siis puututtu paljoakaan viestinnän vuorovaikutteisuuteen.

En ottanut junioreita mukaan tutkimukseen, koska osa heistä on niin nuoria, että he eivät olisi varmaankaan osanneet vastata kyselyyni todenmukaisesti. Suurin osa junioreista on vielä sen ikäisiä, että vanhemmat huolehtivat heidän asioistaan melko pitkälti. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta siis kerään tietoja juniorien huoltajilta. Juniorien huoltajat vastaavat oman kokemuksensa perusteella kyselyyn joukkueiden viestintätavoista ja viestinnän toimivuudesta joukkueissa. Huoltajat ovat kuitenkin todennäköisesti lapsiltaankin kuulleet mielipiteitä asioista, jotka saattavat osittain antaa vaikutteita heidän vastauksiinsa.

## 6.1 Tutkimusongelma

Aihe on usein rajattava ja tarkennettava ajatus siitä, mitä haluaa tietää tai osoittaa keräämällään aineistolla. Aihe ei siis saa olla liian laaja, mutta on kuitenkin ongelmallista määrittää, kuinka tarkkarajainen ja täsmällinen aiheen tulisi olla. Kvantitatiivisessakin tutkimuksessa tutkimusongelman tulisi olla rajattu ja selkeä. Kannattaa kirjoittaa enemmän rajatusta aiheesta, kun vähän laajasta aiheesta. Liian väljää aihetta tulee välttää. Tutkimukseen on pyrittävä löytämään täsmällinen näkökulma. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 81-82.)

Tutkimukseni on sisäisen viestinnän tutkimus, jossa tutkitaan Pesäkarhujen juniorijoukkueiden viestintää ja pyritään saamaan vastauksia siihen, miten viestintää voitaisiin kehittää, parantaa ja tarvittaessa yhdenmukaistaakin. Jokainen joukkue viestii tällä hetkellä todennäköisesti omalla tavallaan, koska mitään yhdenmukaista linjaa tai ohjeistusta sisäiseen viestintään ei ole annettu. Tutkimuksella kartoitettiin ensin eri joukkueiden viestintätapoja ja tyytyväisyyttä niihin sekä pyrittiin löytämään parannus- ja kehitysideoita viestintään. Tutkimuksen valmistuttua tuodaan valmentajien ja juniorivaliokunnan tietoon viestintäkäytäntöjä, puutteita viestinnässä sekä hyväksi todettuja viestintätapoja, jotta joukkueet voivat näiden perusteella kehittää ja parantaa viestintäänsä sekä hyödyntää hyväksi koettuja viestintätapoja omassa viestinnässään. Tutkimukseni alaongelmina ovat viestintätavat, viestinnän toimivuus sekä kehitysideat.

## Tutkimuskysymykset:

### *Viestintätavat*

1. Mitä viestintäkanavia käytetään?
2. Kenelle viestitään?
3. Muut viestintään liittyvät asiat?

### *Viestinnän toimivuus*

4. Tyytyväisyys viestintään?
5. Viestinnän ymmärrettävyys ja selkeys?
6. Puutteet viestinnässä?
7. Viestinnällä saavutettavuus ja tuloksien aikaansaaminen?
8. Viestinnän tarpeellisuus ja riittävyys?

### *Kehitysideat*

9. Juniorijoukkueita parhaiten palveleva viestintä?
10. Kehitysideat ja parannusehdotukset viestintään?

## Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden kyselyn peittomatriisi:

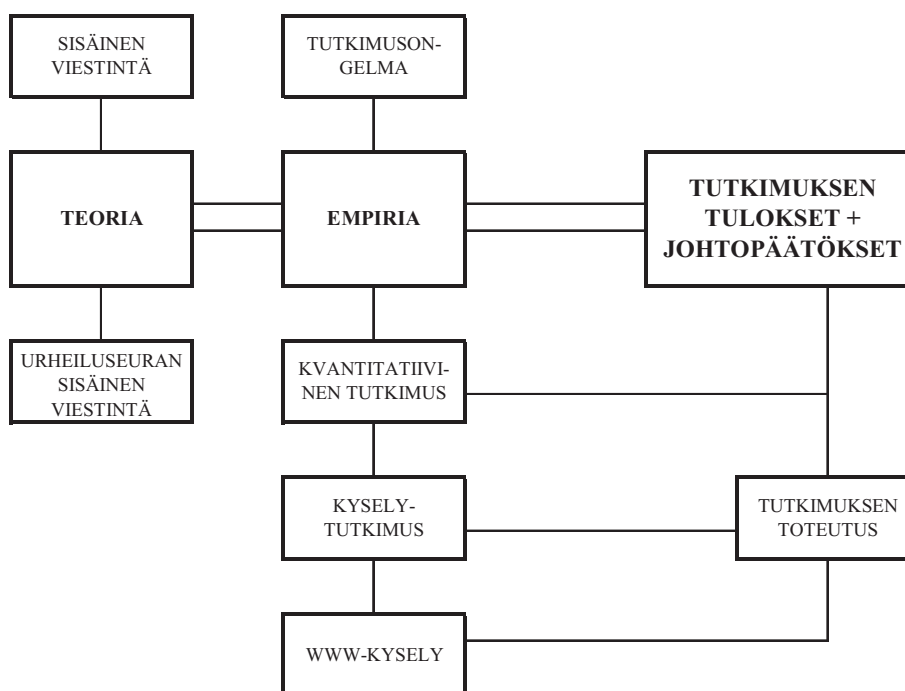
TUTKIMUS-ONGELMA	VIITEKEHYS	TULOKSET	TUTKIMUSLOMAKKEEN KYSYMYKSET
alaongelma 1	3	7.1.1.2, 7.1.2.1	11-13, 19-21
alaongelma 2	3	-	-
alaongelma 3	3, 4, 4.1	7.1.2.2	24-25
alaongelma 4	2.3	7.1.1.1, 7.1.1.3, 7.1.2, 7.1.2.2	6, 14, 16, 18, 27-28
alaongelma 5	2.2, 4.1	7.1.1.1	9
alaongelma 6	2.2, 2.3	7.1.1.1	8
alaongelma 7	2.1, 2.3	7.1.1.1, 7.1.2.2	10, 23, 26
alaongelma 8	2.2	7.1.1.1, 7.1.2.2,	7, 22
alaongelma 9	4, 4.1	7.1.1.3, 7.1.2.3	17, 30
alaongelma 10	2.3	7.1.1.3, 7.1.2.3, 8.1, 8.2	15, 29

**Huoltajien (vanhempien) kyselyn peittomatriisi:**

TUTKIMUS- ONGELMA	VIITEKEHYS	TULOKSET	TUTKIMUSLOMAKKEEN KYSYMYKSET
alaongelma 1	3	7.2.2	12-14
alaongelma 2	3	7.2.1	5
alaongelma 3	3, 4, 4.1	-	-
alaongelma 4	2.3	7.2.1, 7.2.3, 7.2.4	4, 16-17, 19
alaongelma 5	2.2, 4.1	7.2.1	9
alaongelma 6	2.2, 2.3	7.2.1	7
alaongelma 7	2.1, 2.3	7.2.1, 7.2.3	10, 15
alaongelma 8	2.2	7.2.1	6, 8, 11
alaongelma 9	4, 4,1	7.2.4	20
alaongelma 10	2.3	7.2.4, 8.1, 8.2	18

**6.2 Tutkimusmenetelmä**

Empiirisen tutkimuksen tutkimusasetelma muodostuu kolmesta osasta: tutkimusongelma, aineisto ja menetelmä, joista tutkimusongelma on hyvin keskeisessä asemassa (Heikkilä 2008, 23). Tutkimusasetelma esittää tutkimusta varten muuttujien keskinäisen aseman. Visuaalisessa tutkimusasetelman esittämisessä hahmotetaan työn kokonaisuutta. Tutkimusasetelmassa esitellään tutkimuksen strateginen eteneminen, tutkimuksen kulku ja etsitään perustelua tutkimusmenetelmien valinnalle. (Virtualia AMK [verkkodokumentti].) Tutkimukseni tutkimusasetelma on kuvattu alla (Kuvio 1).



Kuvio 1. Työni tutkimusasetelma

Kvantitatiivisella, tilastolliseksikin tutkimukseksi nimitettävällä tutkimuksella saadaan yleensä numeerista tietoa. Tutkimus antaa kuvan mitattavien ominaisuuksien välisistä suhteista ja eroista. Tämä metodi edellyttää riittävän suurta otosta ja aineistonkeruussa käytetään yleensä standardoituja lomakkeita. Asioita kuvataan usein esimerkiksi lukumäärin tai prosentiosuuksin ja tuloksia havainnollistetaan taulukoin tai kuvioin. Tutkimuksen tuloksia pyritään myös yleistämään tilastollisen päättelyn keinoin. Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella saadaan usein tarkoin kartoitettua nykyinen tilanne, mutta riittävän tarkasti ei useinkaan pystytä selvittämään asioiden syitä. (Heikkilä 2008, 16.)

Tutkimuksessani käytin kvantitatiivista tutkimusmetodia. Tutkimukseen sopii määrällinen tutkimusmenetelmä, koska tutkimus on täsmällistä, laskennallista ja tilastollista. Tutkimuksessa on mukana suuri joukko ihmisiä ja tutkimusongelmat on muotoiltu tarkasti etukäteen. Nämä ovat tyypillisiä määrällisen tutkimuksen piirteitä. Kvantitatiivinen tutkimus on usein melko jäykkä, koska tutkimuksessa käytetään usein kyselytutkimusta, joilla ei saada yhtä laajaa aineistoa kuin laadullisen tutkimuksen haastatteluilla. Suuren tutkimusaineiston kerääminen on kuitenkin mahdollista. (Heikkilä 2008, 16; Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 32.)

Yksi tutkimusaineiston keräystapa määrällisessä tutkimuksessa on kyselytutkimus, jota käytän tässä tutkimuksessa. Kyselytutkimuksella tuotetaan yleensä jakaumatasoista tietoa, joka kertoo, millä tavalla eri taustatekijöiden mukaan jakautuneet ryhmät suhtautuvat mihinkin asiaan tai mikä on kunkin muuttujan saamien vastausten määrä. Kyselytutkimuksen negatiivinen ominaisuus on se, että vastausprosentti saattaa jäädä pieneksi. (Mäntyneva ym. 2008, 48.)

Kyselylomaketutkimuksessa kysymysten laatiminen on tärkein osa tutkimusta sen onnistumisen kannalta. Kysymysten tulee olla selkeitä ja ymmärrettäviä sekä tarpeeksi lyhyitä, jotta ei synny ristiriitaa ajattelussa tutkijan ja tutkittavien välillä ja näin ollen tutkimusten tulosten vääristymistä. Kysymysten tulee olla myös oleellisia tutkimuksen kannalta sekä tutkimustavoitteiden ja tutkimusongelmien mukaisia. Lomakkeessa on usein ensin taustakysymykset, sen jälkeen aloitetaan helpoilla kysymyksillä ja vaikeammat sijoitetaan vasta sen jälkeen. Lopussa olevat kysymykset kannattaa olla tutkimuksen luotettavuuden kannalta helposti vastattavia, koska motivaatio kyselyyn vastaamiseen voi kyselyn loppua kohden laantua. Lomakkeen pituus on myös vastausprosentin kannalta merkittävä asia. Liian pitkiin kyselyihin ei useimmiten monikaan jaksata vastata. (Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 2007, 102-104.)

Aineistonkeruumenetelmä käytän kyselytutkimusta, koska kerään määrällisesti vertailtavaa aineistoa ja kyselylomakkeen avulla voin kerätä melko nopeasti ja helposti laajan tutkimusaineiston ja siihen vastaaminen on myös nopeaa. Lomakkeissani on sekä avoimia että suljettuja kysymyksiä. Kyselylomake on standardoitu kyselylomake, joka sisältää kuitenkin myös avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeita on kaksi erilaista, toinen juniorijoukkueiden valmentajille ja toimihenkilöille (Liite 3) ja toinen junioreiden huoltajille (Liite 7). Tutkimusaineistojen tulosten vertailu on siis myös mahdollista. Kyselyt toteutan sähköisesti www-kyselynä, The Questions-kyselytutkimus järjestelmää hyödyntäen. The Questions on Satakunnan ammattikorkeakoulun Liiketoiminta ja kulttuuri Porin laatima sähköinen kyselypohja, jota opiskelijoiden on mahdollisuus hyödyntää tiedonkeruussa. Kyselyt suoritetaan anonymina, joten vastaajien henkilöllisyys ei tule esiin.

Sähköiset kyselyt ovat yleistyneet nykypäivänä paljon. Suurin etu näissä kyselyissä on taloudellisuus. Vastaukset on myös helppo käsitellä eikä niitä tarvitse erikseen kirjata sähköiseen muotoon. Nämä www-kyselyt sopivat kuitenkin vain sellaiseen tutkimukseen, jossa kaikilla vastaajilla on mahdollisuus käyttää internetiä. Nuorille tällainen kyselymuoto on usein parempi kuin vanhemmille ihmisille. Soveltuvuus kohderyhmälle on siis mietittävä tarkoin, jos toteuttaa kyselyn sähköisesti. (Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 2007, 111.) Vastauksissa voidaan todeta joskus suuriakin eroja juuri esimerkiksi ikäjakauman osalta perusjoukon ja vastaajien välillä, ja tämä vaikuttaa tulosten luotettavuuteen (Heikkilä 2008, 69).

Internetkysely eli www-kysely edellyttää edustavan otoksen saamista. Kaikille perusjoukon jäsenien tulee saada tieto kyselystä ja sen internetosoitteesta. Linkki vastaajille on mahdollista toimittaa esimerkiksi sähköpostin välityksellä. (Heikkilä 2008, 69.) Vastausprosentti saattaa kuitenkin usein jäädä pieneksi tällaisia kyselyjä toteuttaessa. Kyselyn onnistuminen riippuu paljon kyselyn teknisestä toteutuksesta, esimerkiksi miten kohderyhmälle saadaan tieto tutkimuksesta ja miten otokseen kuulumattomat henkilöt estetään vastaamasta. Myös saman henkilön useaan kertaan vastaaminen voi olla mahdollista. (Heikkilä 2008, 18-19.)

Www-kyselyssä haastattelijan vaikutus vältetään, mutta kysymyksillä ja niiden muotoilulla voidaan vaikuttaa osaltaan vastaajan mielipiteisiin. Kysymyslomake voi olla pitkä, mutta vastausprosentti usein laskee pituuden myötä. Vastaukset saadaan www-kyselyn avulla nopeasti. Www-kyselyssä on mahdollista kysyä arkaluontoisia ja avoimia kysymyksiä, mutta erityisesti avoimien kysymysten vastausprosentti on usein pieni. Vastusten tarkkuus ei ole paras mahdollinen ja on suuri mahdollisuus kysymysten väärinymmärrykseen. Vastata voidaan anonyymisti ja voidaan käyttää oheismateriaalia kysymysten lisäksi. Lisähavaintojen tekemahdollisuutta ei kuitenkaan ole, paitsi avoimilla kysymyksillä voi hieman täydentää ja saada lisätietoa standardoiduista kysymyksistä. (Heikkilä 2008, 20.)

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan jokainen perusjoukkoon kuuluva. Se tehdään silloin, kun perusjoukko on pieni, kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleensä aina, jos perusjoukon määrä on alle sata, kyselytutkimuksissa jopa 200 - 300:n suuruisesta joukosta. Otantatutkimus tehdään esimerkiksi, jos perusjoukko on hyvin suuri, tiedot



halutaan nopeasti tai jos tutkiminen on monimutkaista. Otos on edustava pienoiskuva perusjoukosta, jolloin tutkimuksen tulokset ovat luotettavia. (Heikkilä 2008, 33.).

Ensimmäinen tutkimukseni (valmentajille ja joukkueen toimihenkilöille) on kokonaistutkimus eli kaikki perusjoukosta, tutkimuksen kohteena olevasta joukosta, ovat mukana tutkimuksessa. Tähän kohderyhmään kuului 23 valmentajaa ja joukkueiden toimihenkilöä. Juniorien huoltajien kyselyssä mukana ovat ne, joille sähköposti on lähetetty ja jotka siis ovat kuuluneet joukkueiden sähköpostilistoihin tai -ryhmiin. Näitä huoltajia oli yhteensä 141 kappaletta eli tämä oli otoksen määrä. Tähän on laskettu mukaan yhden joukkueen huoltajat, jotka saivat linkin kyselyyn paperiversiona, tulostettuna saatekirjeenä. Sähköpostilla kyselyjä meni siis vain käytännössä 129 kappaletta. Osassa joukkueista tiedot voivat mennä joko vain toiselle huoltajalle tai sitten molemmille tai vaihtelevastikin. Tämän tutkimuksen osalta päädyin tämän tyyppiseen otantaan, koska olisi ollut monimutkaista ja hankalaa tavoittaa jokainen huoltaja ja välttämättä se ei olisi ollut edes mahdollista ainakaan sähköisesti. Tarkkaa arviota juniorien huoltajien kokonaismäärästä ei ole tiedossa kenelläkään Pesäkarhuissa. Huoltajien kokonaismäärä on siis tuntematon. Tutkimuksesta jäi näin ollen pois suurin piirtein arviolta hieman yli 40 % huoltajista.

Tutkimusaineistoni eli tutkimusta varten hankitut käsittelemättömät tiedot on tutkimusta varten kerätty eli tieto on primaarista. Havaintoaineisto muodostuu tutkimuksen kohteena olevien tutkimusyksiköiden eli henkilöiden antamista tiedoista. Havaintotiedot ovat vastauksia tutkimuskysymyksiin, ja niitä sanotaan muuttujien arvoiksi. (Heikkilä 2008, 14.) Pyrin kysymään kaiken tarvittavan, mutta vältin liian pitkää kyselyä, koska se vaikuttaa usein negatiivisesti vastausprosenttiin. Kyselyissäni on sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä pyrin saamaan tietoa viestinnästä, täydennystä suljettuihin kysymyksiin sekä rikkaampia vastuksia suljettujen rinnalle. Myös kehitysideoita ja parannusehdotuksia Pesäkarhujen juniorien viestintään pyrin saamaan avoimien kysymysten avulla. Lisäksi kyselyissäni on muutama sekamuotoinen kysymys eli vastausvaihtoehdoista on osa annettu valmiiksi ja lisäksi on yksi avoin kysymys (esimerkiksi ”jotain muuta, mitä?”).

### 6.3 Tutkimuksen vaiheet

Aluksi tein kartoittavan kyselyn joukkueiden valmentajille ja muille toimihenkilöille, jotka saattavat vastata joukkueen sisäisestä viestinnästä. Kysymykset koskivat sitä, miten seura ja juniorivaliokunta viestivät heille sekä heidän joukkueidensa omia viestintätapoja. Tässä kyselyssä kartoitin muun muassa viestinnän toimivuutta joukkueissa ja keräsin kehitysideoita viestinnän parantamiseksi. Kyselylomake on liitteenä 3.

Kysymykset on hyvä esitellä tutkimuksen kohderyhmään kuuluvilla henkilöillä kyselylomakkeen ymmärrettävyyden vuoksi. Esitestauksessa vastaaja vastaa kaikkiin kysymyksiin ja kysytään, miten vastaaja ymmärsi ne. Näin ollen voidaan karsia tai muokata epäselvät ja vaikeaselkoiset kysymykset sellaisiksi, että kaikki vastaajat ymmärtävät ne ja mielellään samalla tavalla. Esitestauksen yhteydessä kannattaa selvittää lisäksi esimerkiksi vastaamisen helppous, kysymysten etenemisjärjestys, vastaajien todennäköinen halukkuus vastata kysymyksiin, vastausohjeet ja vastaamiseen kuluva aika. (Mäntyneva ym. 2008, 56.) Ennen kuin lähetin kyselyt eteenpäin, tein kyselylomakkeen esitestauksen kahdelle valmentajalle ja myös itse kokeilin lomakkeen teknistä toimivuutta. Esitestauksen tehtävänä oli kertoa minulle, onko kyselylomakkeessa epäselviä kysymyksiä tai virheitä, toimivatko kaikki kohdat ja tietojen syöttäminen ja muuta huomioitavaa lomakkeesta. Lisäksi he arvioivat myös lomakkeen täyttämiseen kuluvan ajan.

Esitestauksen jälkeen muokkasinkin hieman lomaketta lähinnä joidenkin kysymysten asettelun suhteen. Kyselyyni pääsi linkin kautta, kyselylomakkeenäni oli siis internetsivun näköinen. Lähetin tiedon kyselystä sähköpostitse kaikille joukkueiden valmentajille sekä toimihenkilöille 18.3.2009 (saatekirje liitteenä 1). Kohderyhmän suuruus on 23, mutta yksi sähköposti ei mennyt perille. Pidensin hieman kyselyni vastausaikaa ja muistutuskyselyn tutkimuksesta lähetin 28.3.2009 (saatekirje liitteenä 2) samalle kohderyhmälle, 23 kpl, joista taas yksi ei mennyt perille. Ensimmäisen kyselyni vastausaika oli kokonaisuudessaan 14 päivää (18.3. – 31.3.2009). Vastauksia sain yhteensä 14 kappaletta eli vastausprosentti oli 64.

Toinen kysely oli suunnattu juniorien huoltajille (kyselylomake liitteenä 7). Se oli heidän arviointinsa viestinnän toimivuudesta ja onnistumisesta joukkueissa. Esitetasin tämänkin kyselyn kahdella juniorin huoltajalla. He kertoivat minulle mahdolliset epäselvyydet, kyselyn toimivuuden ja ajankäytön kyselyn täyttämiseen sekä muut mahdolliset huomioitavat asiat. Sen jälkeen tein pieniä muutoksia muutaman kysymyksen muotoon. Myös itse testasin lomakkeen teknisen toimivuuden.

Toisen kyselyn lähetin valmentajien ja muiden joukkueen toimihenkilöiden (joille siis ensimmäinen kysely oli osoitettu) kautta juniorien huoltajille. Pyysin yhtä henkilöä joukkueesta (mahdollisesti viestinnästä vastaavaa) välittämään sähköpostitse saatekirjeeni huoltajille ja tämän jälkeen ilmoittamaan minulle, kuinka monelle vanhemmalle viesti lähti ja kuinka moni ei mennyt perille. Toiveenani oli, että jokaiseen talouteen menisi vähintään yksi viesti. Molemmat huoltajat saivat kuitenkin vastata, jos viesti meni molemmille.

Tämän kyselyn lähetin 1.4.2009 (saatekirje liitteenä 5). Jouduin kuitenkin muistutamaan lähettämisestä osaa valmentajista ja joukkueiden toimihenkilöistä 6.4.2009, koska olin saanut niin vähän vastauksia takaisin. Tämän jälkeen kaikki välittivät viestini eteenpäin. Yksi joukkue kuitenkin tulosti saatekirjeeni jokaiseen talouteen, koska valmentajilla ei ollut ilmeisesti vanhempien sähköpostiosoitteita eivätkä näin ollen käytä viestintäkanavana sähköpostia, ainakaan vanhemmille viestiessään. Tästäkin kyselyssä pidensin hieman vastausaikaa ja lähetin 11.4.2009 muistutusviestin niille valmentajille ja toimihenkilöille, jotka edellisellä kerralla oli minulle ilmoittaneet lukumäärän siitä, kuinka monelle huoltajalle kysely lähti (saatekirje liitteenä 6). Pyysin heitä välittämään muistutuskirjeeni kyselystä joukkueen juniorien huoltajille. Vastausajaksi tähän toiseen kyselyyni tuli yhteensä 17 päivää (1.4. – 17.4.2009). Vastauksia sain tähän kyselyyn 38 kappaletta eli vastausprosentti oli 27.

Aineiston keräämisen ja sisäisen viestinnän toimivuuden selvittämisen jälkeen käsitelin aineiston. Aineiston analysointi tapahtui The Questions -ohjelmaa ja Exceliä hyödyntäen. Lopuksi arvioin saatuja tuloksia ja selvitin mahdollisia viestinnän kehitysideoita.

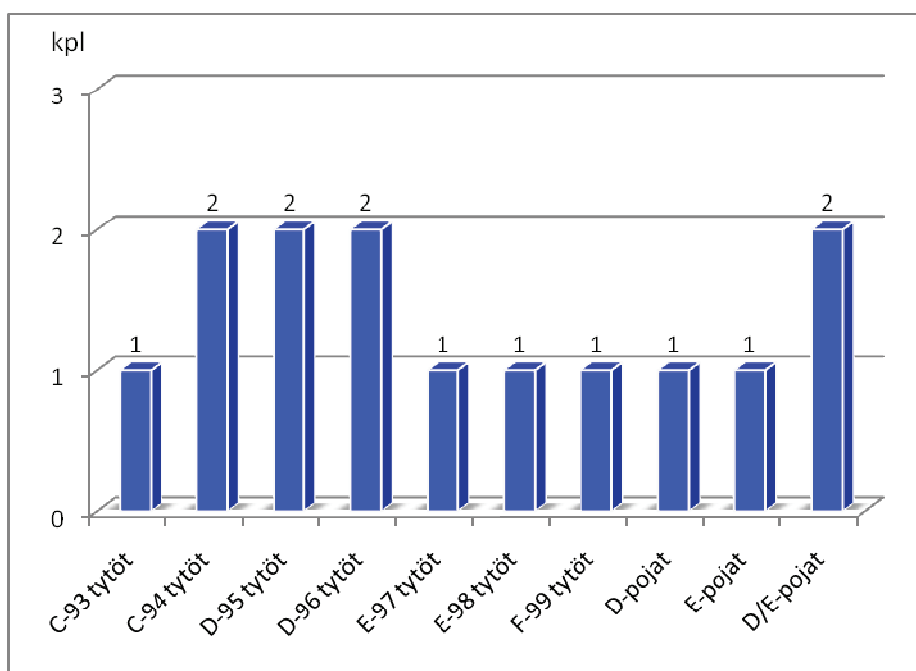
## 7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksissani oli yhteensä 50 kysymystä (valmentajien kyselyssä 30 (Liite 3) ja huoltajien kyselyssä 20 (Liite 7)), joten tutkimusaineiston analysointi oli suurin osa tutkimustani.

### 7.1 Valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden sisäinen viestintä

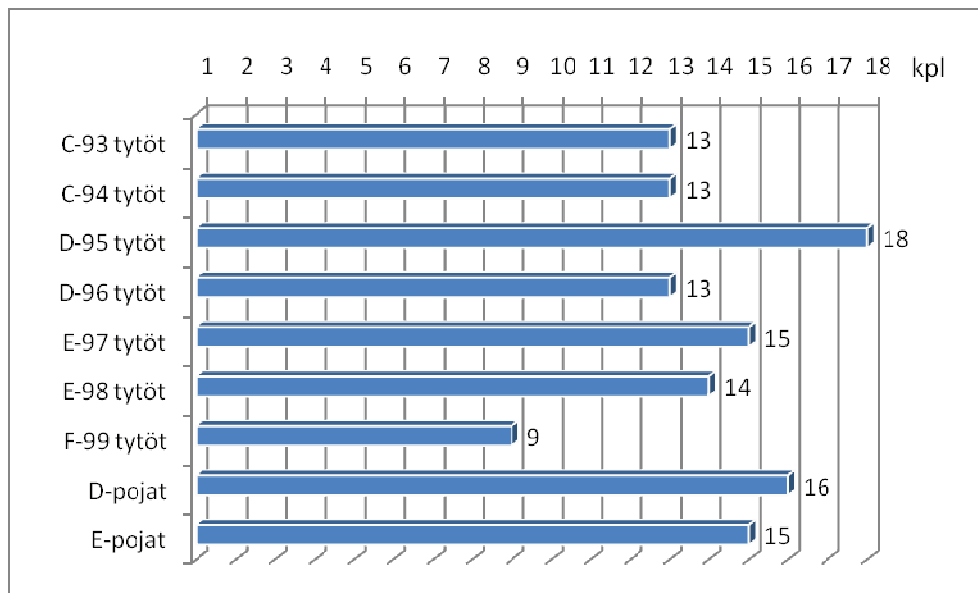
Kyselylomakkeen taustatiedoissa selvitettiin joukkueita ja niiden pelaajamääriä, vastaajan tehtävää joukkueessa ja sitä, kuinka kauan vastaaja on ollut mukana joukkueen toiminnassa. Myös vastaajan osuutta joukkueen viestintään liittyviin asioihin selvitettiin. Vastauksia sain valmentajille ja joukkueen toimihenkilöille osoitettuun kyselyyn 14 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui 64 %, joka on mielestäni hyvä.

Tavoitteeni oli saada joka joukkueesta (yhdeksän kappaletta) ainakin yksi vastaus, ja tämä toteutui (Kuvio 2). Muutamista joukkueista oli kaksikin vastausta. Jotkut olivat vastanneet poikien kohdalla sekä D- että E-poikien osalta samalla kerralla, mikä onkin ihan ymmärrettävää, koska pojat harjoittelevat yhdessä ja heillä on samat valmentajat.



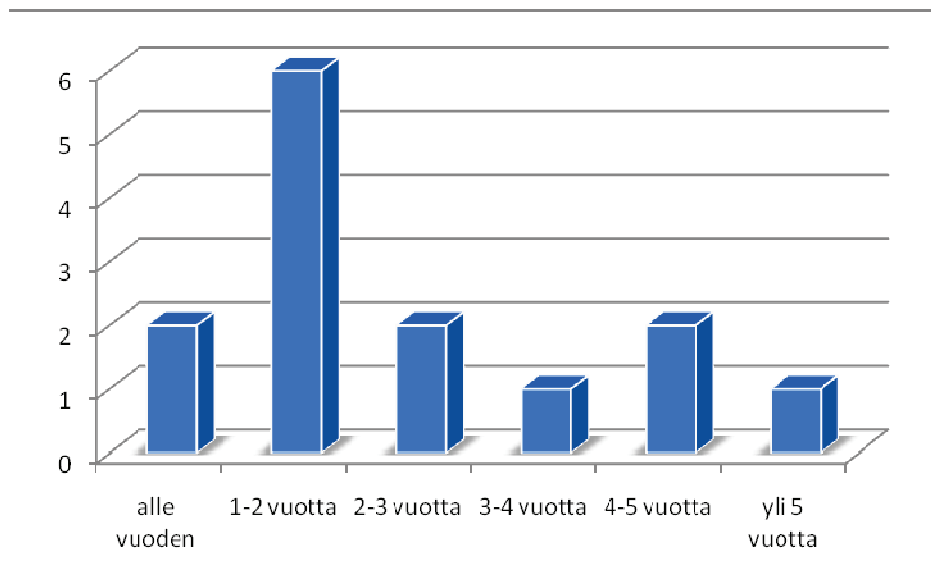
Kuvio 2. Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden kyselyn vastausmäärät joukkueittain.

Tutkimuksessa oli mukana yhteensä yhdeksän juniorijoukkuetta, joissa on yhteensä 126 junioria. Kuviosta 3 ilmenee, kuinka monta junioria missäkin joukkueessa on tällä hetkellä.



Kuvio 3. Juniorien määrät joukkueittain.

Vastaajista suurin osa (kahdeksan kappaletta) oli joukkueiden valmentajia. Viisi kappaletta vastaajista oli joukkueenjohtajia ja yksi vastaaja ilmoitti olevansa jokin muu. Suurin osa vastaajista (kuusi kappaletta) on ollut mukana joukkueen toiminnassa 1-2 vuotta (Kuvio 4). Vastaajista suurin osa (seitsemän kappaletta) vastaa osittain joukkueen viestinnästä junioreille ja heidän huoltajilleen sekä myös toiseen suuntaan eli seuralle ja juniorijaostolle. Eli monessa joukkueessa siis ilmeisesti viestintää jaetaan usean valmentajan ja toimihenkilön kesken. Vastaajista viisi kertoo vastaavansa täysin joukkueen viestinnästä ja kaksi ei vastaa siitä lainkaan.



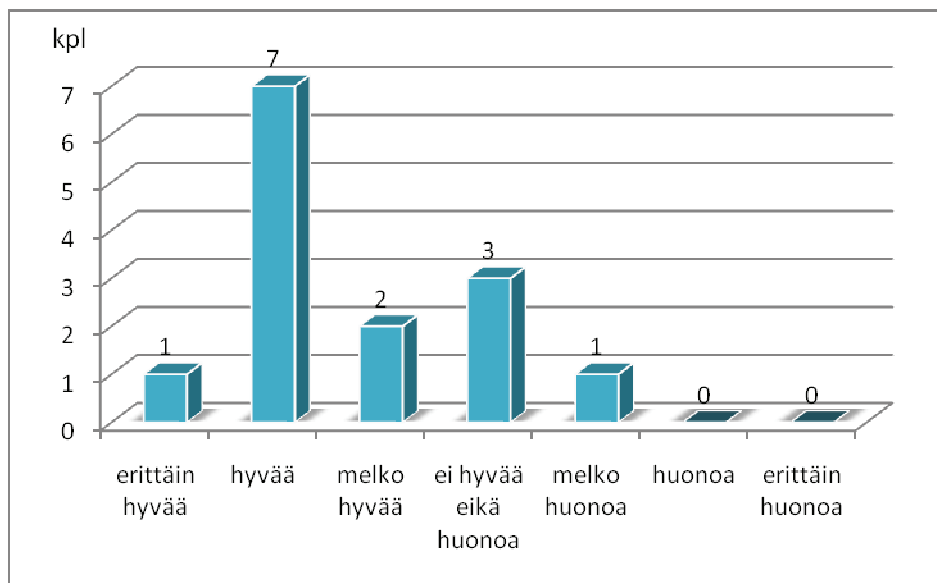
Kuvio 4. Vastaajien joukkueen toiminnassa mukanaoloaika.

### 7.1.1 Seuran ja juniorivaliokunnan viestintä juniorijoukkueille

Seuran ja juniorivaliokunnan viestintätapoja käsitteleviä kysymyksiä oli 12 kappaletta. Niillä pyrittiin selvittämään valmentajien saamaa informaatiota ja viestinnän toimivuutta, koska sekin vaikuttaa osaltaan valmentajien omaan viestintään ja sitä kautta myös juniorien huoltajien mielipiteisiin valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden viestinnästä.

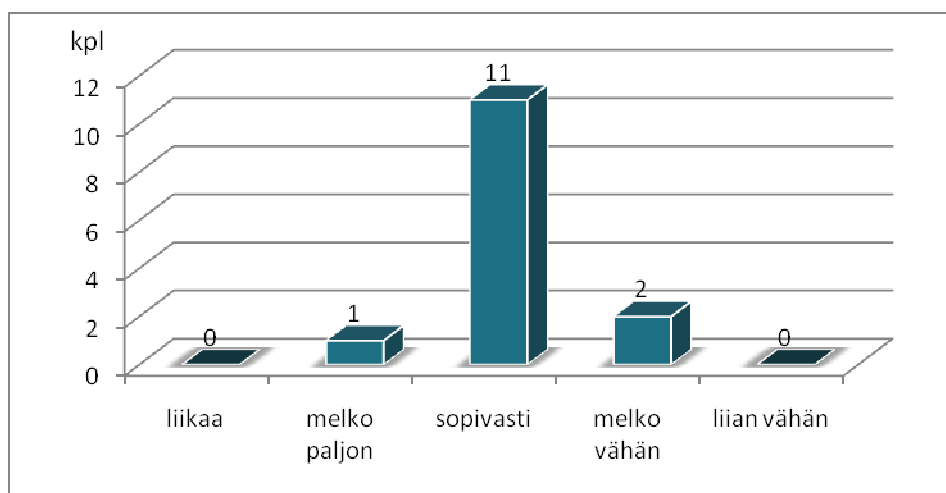
#### 7.1.1.1 Viestinnän nykytila

Sisäiseen viestintään ollaan tällä hetkellä Pesäkarhujen juniorijoukkueiden valmentajien ja toimihenkilöiden keskuudessa tyytyväisiä (Kuvio 5). Hyvää viestintä oli kymmenen vastaajien mielestä. Parantamisen varaa kuitenkin hieman on, koska yhden mielipide sijoittuu melko huonon puolelle ja kolmen mielestä se ei ole hyvää, mutta ei huonoakaan.



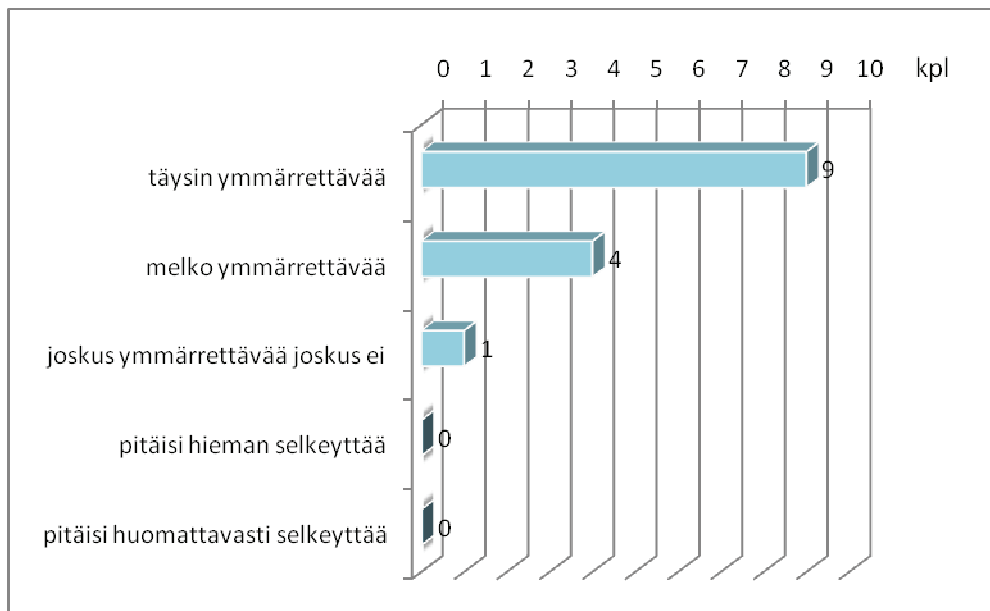
Kuvio 5. Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden tyytyväisyys sisäiseen viestintään.

Valmentajat ja joukkueen toimihenkilöt ovat sitä mieltä, että he saavat sopivasti tietoa sisäisen viestinnän kautta (Kuvio 6). Vastauksia tähän vaihtoehtoon tuli 11 kappaletta. Melko vähän -vastauksia tuli kaksi kappaletta ja melko paljon -vastauksia tuli yksi kappale. Kukaan ei ollut kuitenkaan sitä mieltä, että tietoa saataisiin liikaa tai liian vähän. Avoimella kysymyksellä kysyttiin informaation puutteita. Vastauksien perusteella tietoja haluttiin aikaisemmin ja esimerkiksi sähköposteihin nopeampia vastauksia seuralta ja juniorivaliokunnalta. Tilanteen parantumista verrattuna viime vuoteen keuhuttiin.



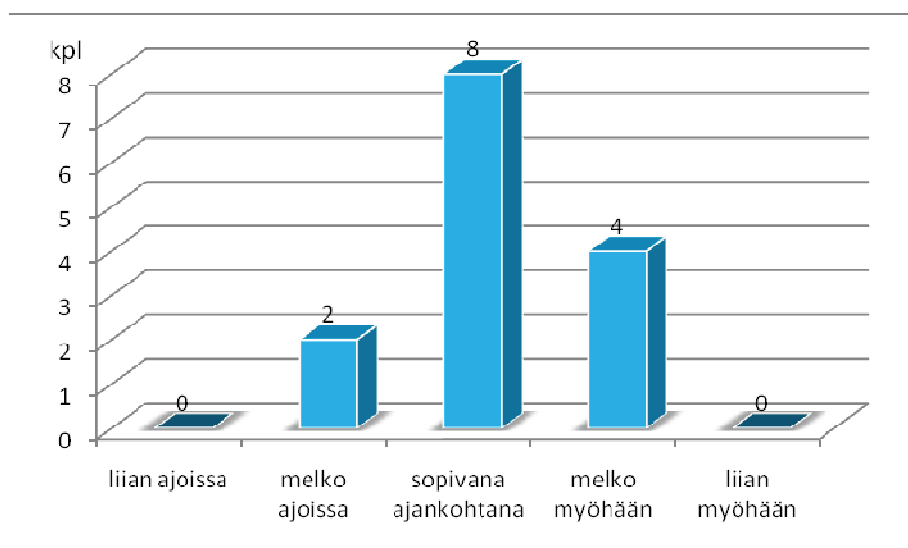
Kuvio 6. Tiedon saannin määrä.

Viestintä on valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden mielestä ymmärrettävää ja selkeää (Kuvio 7). Pieniä puutteitakin siinä on, koska jotkut luokittelevat sen niin, että joskus se on ymmärrettävää ja joskus ei.



Kuvio 7. Viestinnän ymmärrettävyys ja selkeys.

Viestinnän ajoitus (Kuvio 8) on täysin ymmärrettävää yhdeksän vastaajan mielestä. Neljän mielestä se tulee kuitenkin melko myöhään, joten sen ajoitukseen olisi varmasti syytä kiinnittää hieman huomiota. Tietenkään aina ei ole mahdollistakaan viestiä ajoissa, koska syyt voivat olla seurasta ja juniorivaliokunnasta riippumattomia.

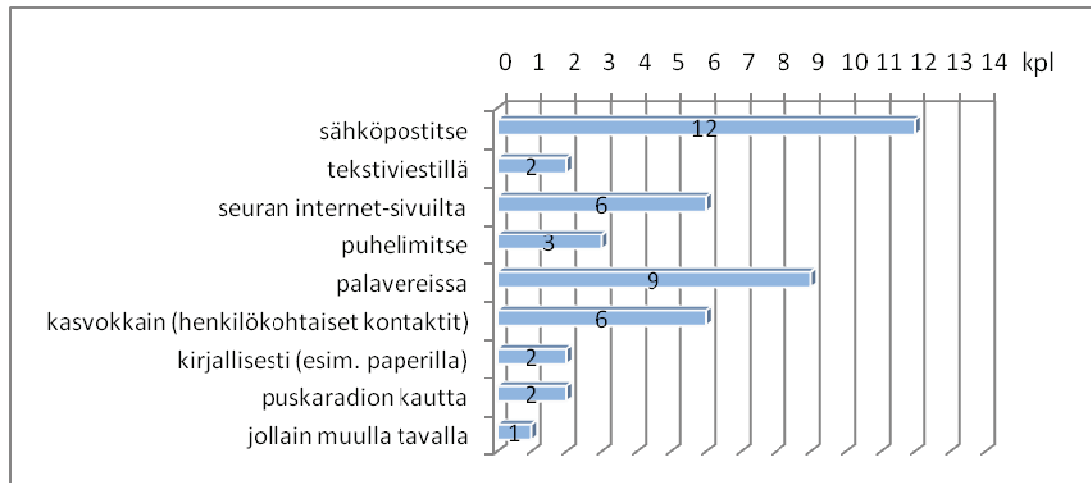


Kuvio 8. Viestinnän ajoitus.



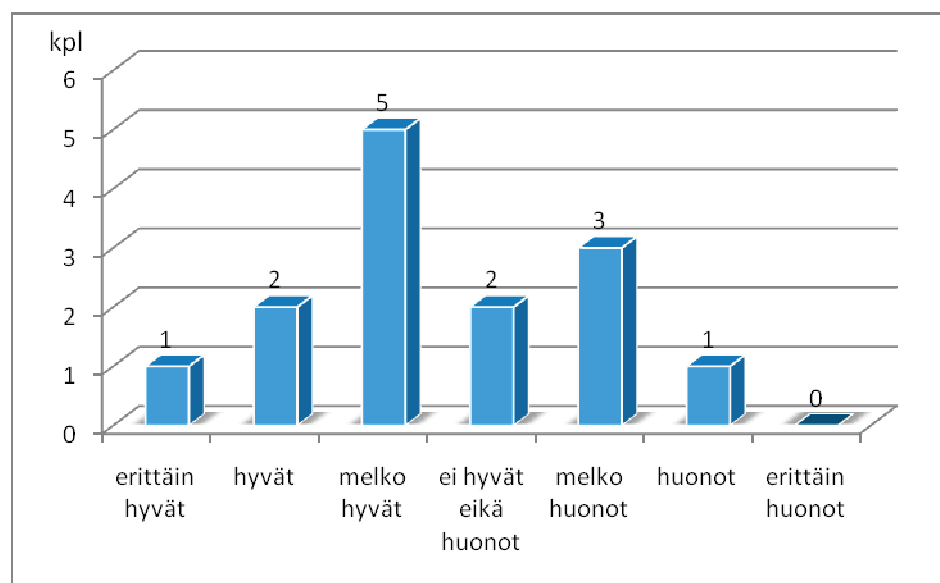
### 7.1.1.2 Viestintäkanavat

Viestintä juniorijoukkueille tapahtuu vastaajien mukaan pääosin sähköpostin, palaverien sekä kasvokkain viestinnän ja seuran internetsivujen välityksellä (Kuvio 9). Yksi oli myös vastannut kohtaan ”jollain muulla tavalla”, mutta avoimeen kysymykseen ”millä?”, ei saatu vastausta.



Kuvio 9. Informaation saantikanavat.

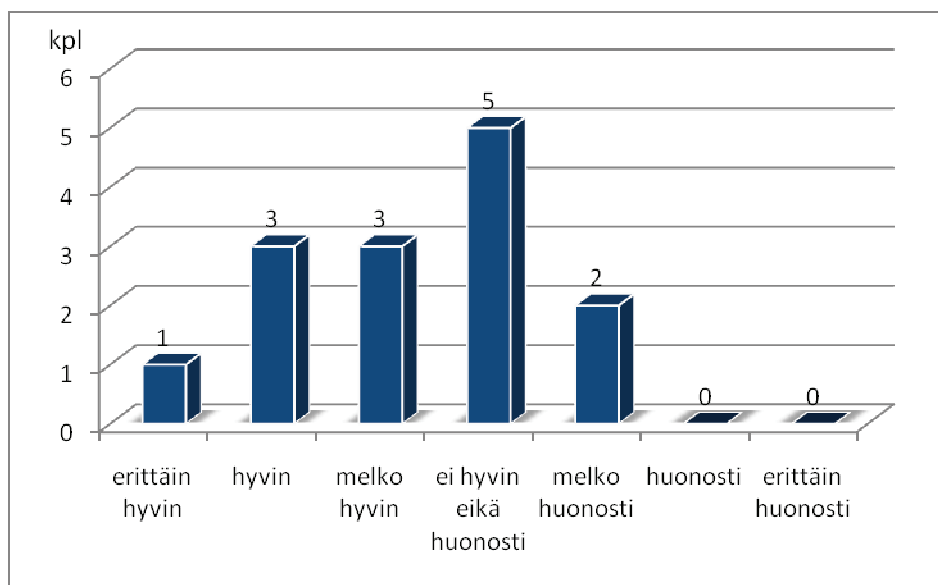
Seuran internetsivuissa on valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden näkökulmasta hieman kehittämisen varaa (Kuvio 10). Kukaan ei kuitenkaan maininnut internetsivujen olevan erittäin huonot.



Kuvio 10. Mieli pide seuran internetsivuista.

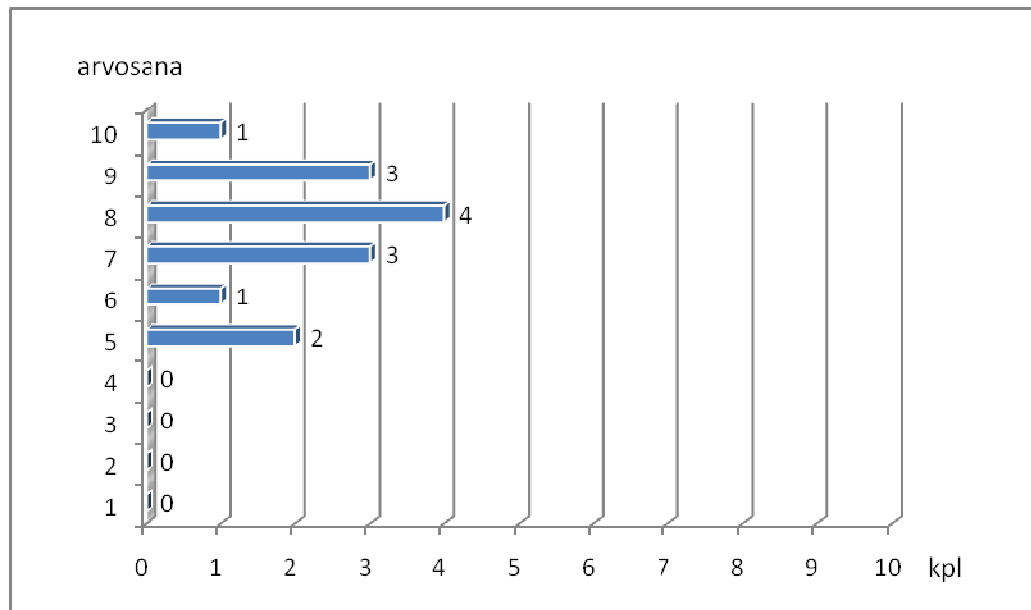
### 7.1.1.3 Kehitys- ja parannusideat

Vuorovaikutus ja yhteistyö seuran ja juniorivaliokunnan kanssa toimii viestinnän osalta hyvin (Kuvio 11). Puutteitakin siitä kuitenkin löytyy. Kehitysideoita ja muita vapaita kommentteja Pesäkarhujen juniorien sisäiseen viestintään kysyttiin avoimilla kysymyksillä. Kommenteissa kehuttiin viestinnän parantumista viime vuodesta sekä nykyisen junioripäällikön toimintaa. Keskustelun kerrottiin olevan avointa seuran ja juniorivaliokunnan sekä valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden välillä. Junioritoiminnassa mukanaolevien mielipiteitä ja ehdotuksia kuunnellaan ja otetaan huomioon toimintaa kehitettäessä. Kerrottiin myös olevan mahdollisuus kysyä epäselviä asioita. Muutamia kehitysideoitakin saatiin. Esimerkiksi osto- ja myyntipalstaa ehdotettiin seuran internetsivuille. Siellä voisi myydä muun muassa pieneksi jääneitä piikkareita.



Kuvio 11. Vuorovaikutuksen ja yhteistyön toimivuus seuran ja juniorivaliokunnan kanssa.

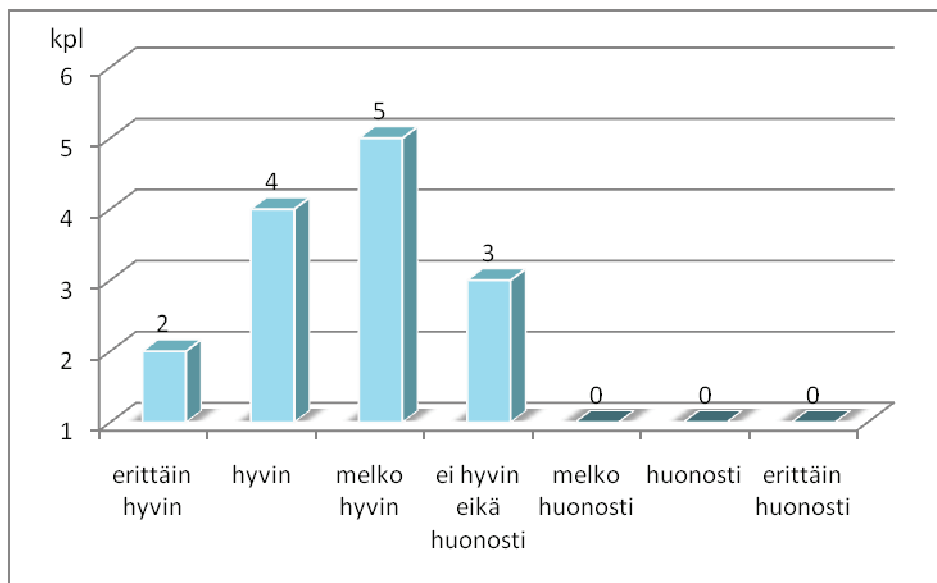
Pesäkarhujen juniorien sisäinen viestintä seuran ja juniorivaliokunnan sekä valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden välillä on hyvää. Arvosanjakauma käy ilmi kuvioista 12. Keskiarvoksi sisäisen viestinnän tyytyväisyyteen tuli 7,6.



Kuvio 12. Arvosanojen jakauma sisäiselle viestinnälle seuran ja juniorivaliokunnan ja joukkueiden välillä.

#### 7.1.1.4 Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden viestintätavat junioreille ja heidän huoltajilleen

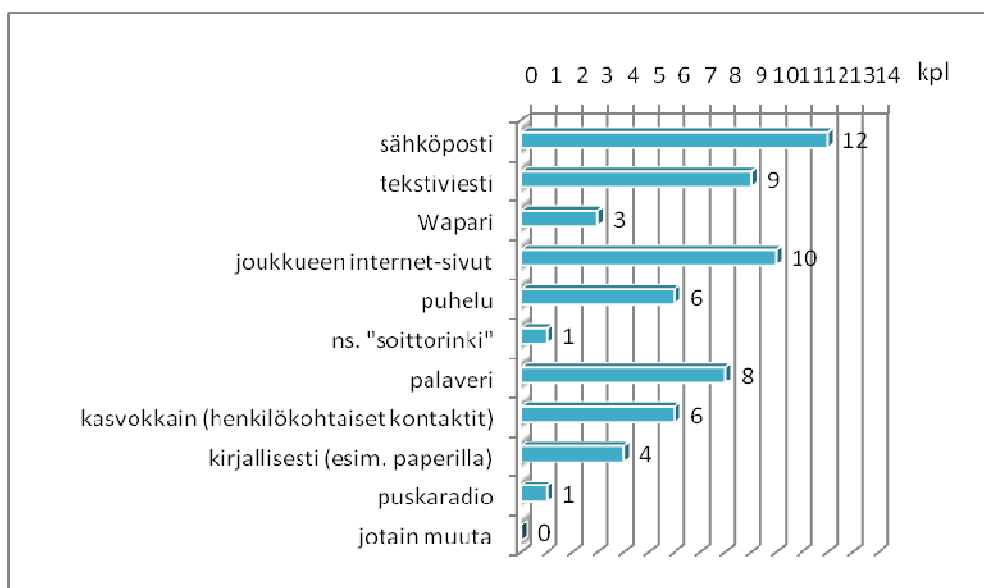
Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden mielestä heidän joukkueidensa viestintä tällä hetkellä toimii pääsääntöisesti melko hyvin (Kuvio 13). Kolme antoi vastauksen ”ei hyvin, eikä huonosti”, joten viestijöidenkin mielestä siinä olisi mahdollisesti parannettavaa.



Kuvio 13. Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden mielipide heidän joukkueidensa tämänhetkisestä viestinnän toimivuudesta

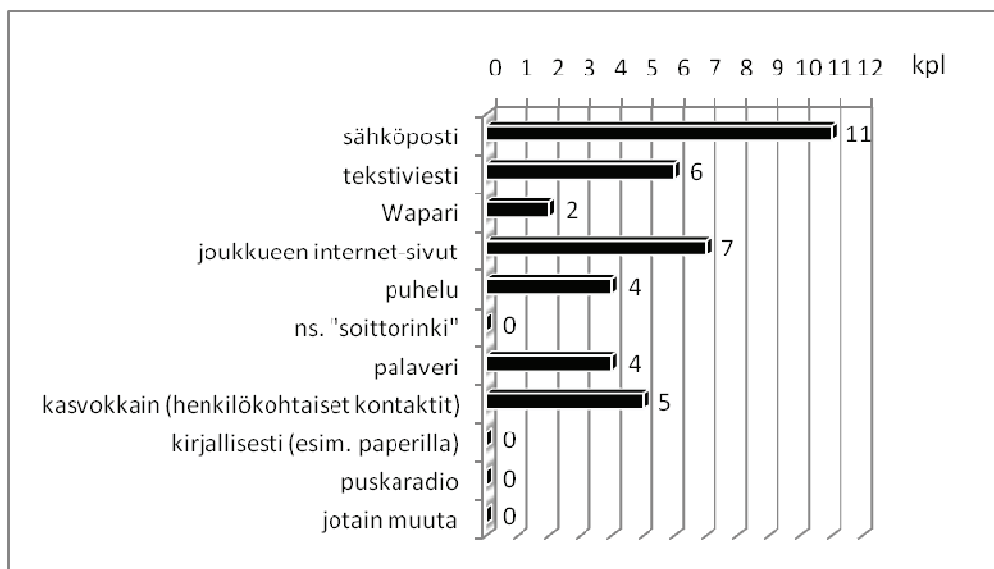
#### 7.1.1.5 Viestintäkanavien käyttö

Viestintäkanavia joukkueet käyttävät tällä hetkellä melko laajasti, joista sähköposti, joukkueen internetsivut ja tekstiviesti ovat suosituimpia (Kuvio 14). Tässä kysymyksessä vastauksiin laitettiin kaikki kanavat, joita joukkue käyttää. Tähän vastattiin vain niitä kanavia, joita on laitettu vaihtoehdoiksi. Kukaan ei siis vastannut kohtaan ”jotain muuta”, joten avoimella kysymyksellä ei tähänkään kohtaan vastauksia saatu.



Kuvio 14. Valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden viestinnässä käyttämät kanavat.

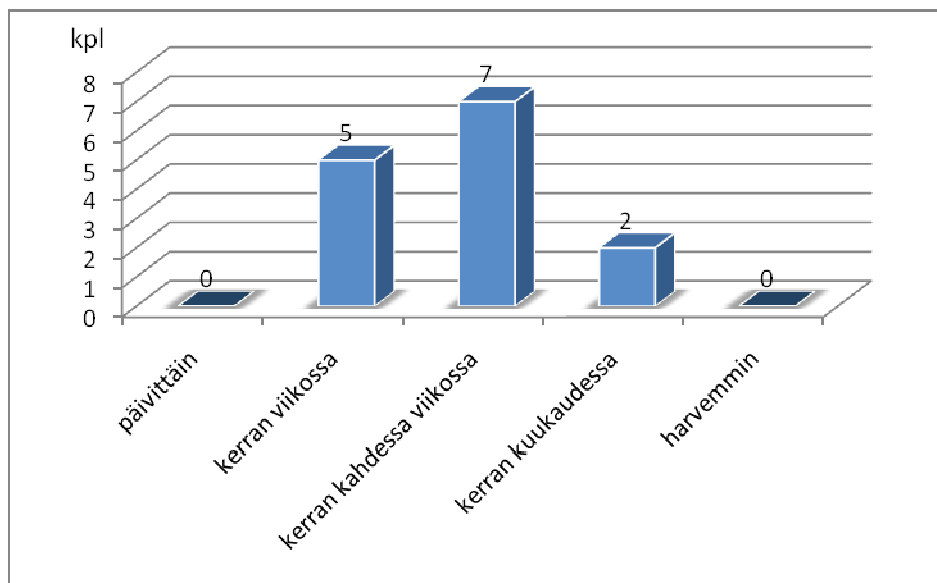
Tutkimuksessa selvitettiin myös, mitä kanavia käytetään eniten joukkueiden keskuudessa ja pyydettiin vastaamaan kolme käytetyintä kanavaa (Kuvio 15). Kaikki eivät tähän kohtaan kuitenkaan kolmea kanavaa vastanneet. Kokonaistuloksissa eniten käytettiin tässäkin sähköpostia, joukkueen internetsivuja ja tekstiviestiä.



Kuvio 15. Kolme käytetyintä viestintäkanavaa joukkueiden keskuudessa.

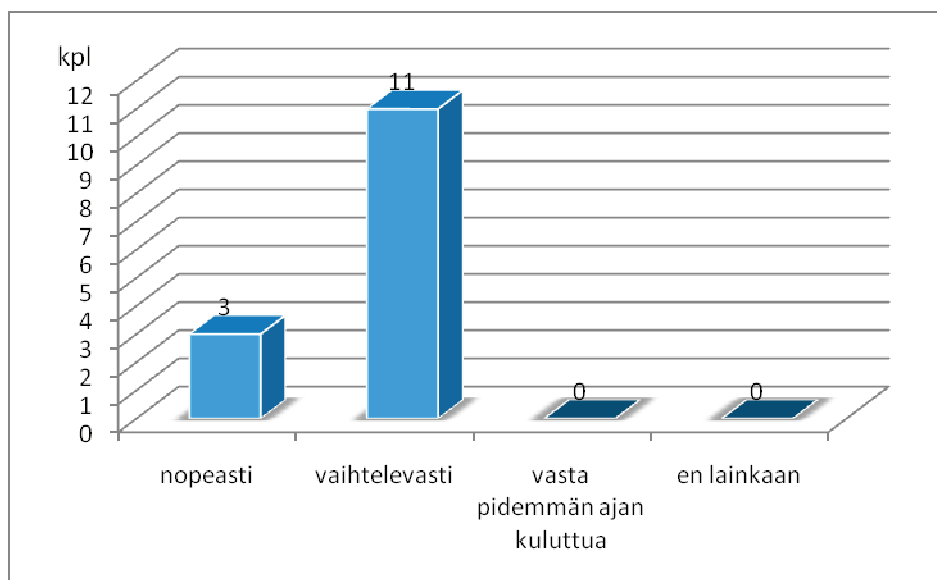
#### 7.1.1.6 Toimintatavat ja viestinnän arviointi

Tutkimuksessa selvitettiin myös, kuinka usein joukkueet viestivät junioreille ja heidän huoltajilleen. Keskimäärin näyttää siltä, että kerran kahdessa viikossa tai kerran viikossa viestitään (Kuvio 16). Myös kerran kuukaudessa vastauksia tuli, mikä on aika harvoin, mutta viestinnän määrään vaikuttaa esimerkiksi myös vuodenaika. Kausi on vilkkaimmillaan kesällä, joten tiedotettavaakin on varmasti silloin enemmän.



Kuvio 16. Joukkueiden viestinnän useus.

Viestinnän vaikuttavuus selviää kuviosta 17. Joukkueiden viestijät ovat pääsääntöisesti sitä mieltä, että he saavat viestinnällään tuloksia aikaan vaihtelevasti (11 kappaletta). Jotkut saavat mielestään nopeastikin tuloksia aikaan ja kukaan ei ole sitä mieltä, että saa tuloksia aikaan vasta pidemmän ajan kuluttua tai ei lainkaan, mikä on tietenkin hyvä asia.

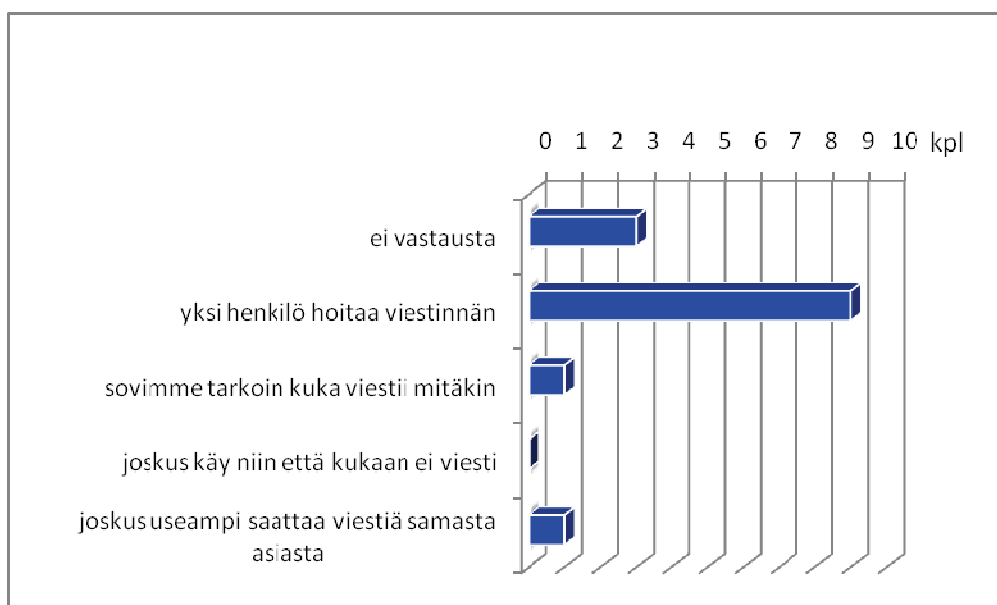


Kuvio 17. Viestinnän vaikuttavuus.

Avoimella kysymyksellä kysyttiin viestinnästä aiheutuvia mahdollisia kustannuksia. Vastauksina saatiin, että viestinnästä ei koidu joukkueelle kustannuksia ja hyvin pie-

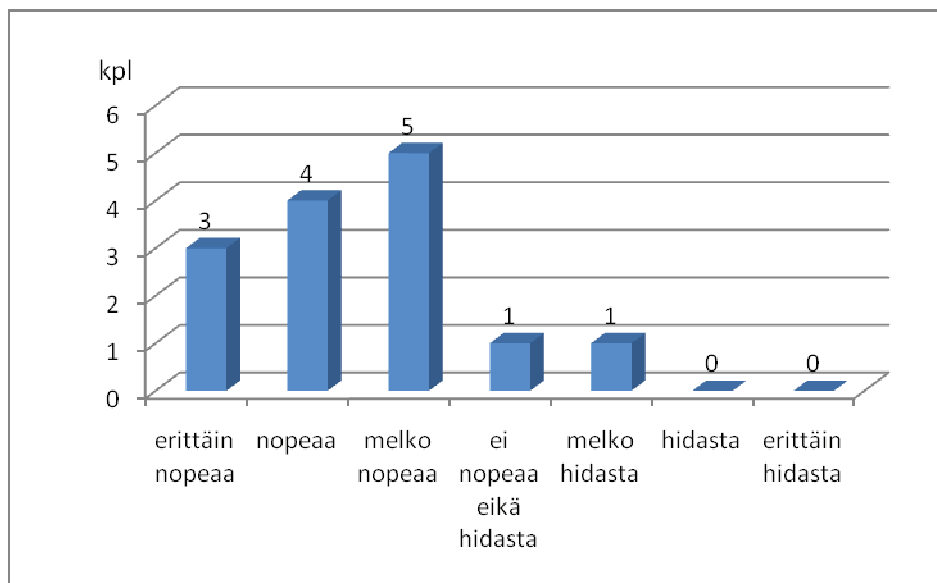
niä yleisestikin, jos kustannuksia tulee. Kustannukset syntyvät lähinnä tekstiviesteistä, puhelinkuluista ja kopiopaperikuluista.

Sisäisessä viestinnässä suurimmalla osalla joukkueista on selkeä käytäntö siinä, kuka hoitaa pääsääntöisesti joukkueen viestintää (Kuvio 18). Pääsääntöisesti viestinnän vastuu on annettu yhdelle henkilölle joukkueessa, mutta vastuuta on myös joskus jaettu. Joko sovitaan tarkoin, kuka viestii mitäkin, tai sitten useampi henkilö saattaa viestiä samasta asiasta.



Kuvio 18. Vastuut joukkueen viestinnästä.

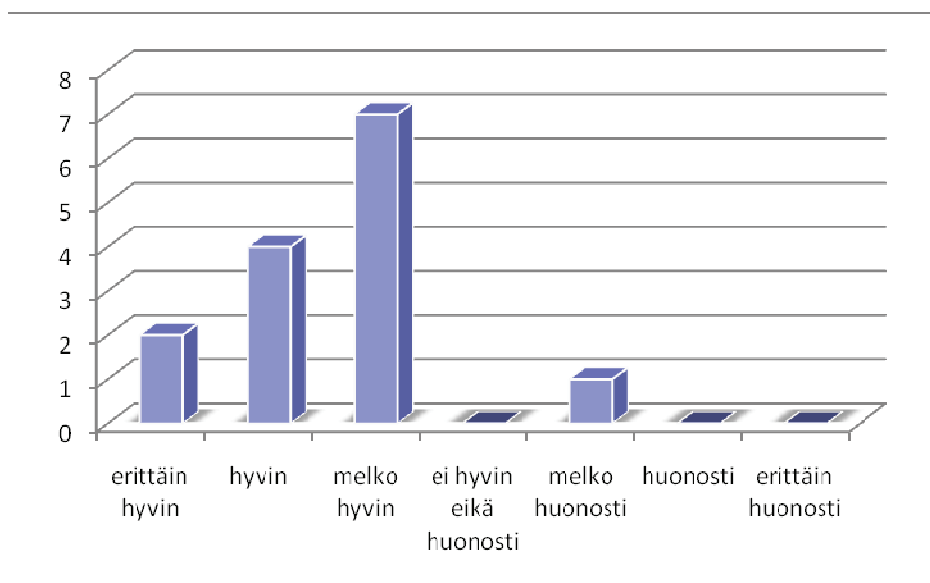
Joukkueiden valmentajat ja toimihenkilöt ovat sitä mieltä, että viestintä on myös nopeaa (Kuvio 19). Vain muutama kertoi sen olevan melko hidasta tai ei hidasta eikä nopeaa.



Kuvio 19. Viestinnän nopeus.

Joukkueiden valmentajista ja toimihenkilöistä suurin osa (kahdeksan kappaletta) ei ole saanut palautetta viestinnästään. Se on oikeastaan huono asia, koska ilman palautetta viestintää on vaikea kehittää. Osa oli saanut positiivista palautetta (kuusi kappaletta), mutta kukaan ei kertonut saaneensa negatiivista palautetta.

Vuorovaikutus ja yhteistyö joukkueen vanhempien kanssa toimii valmentajien mielestä viestinnän osalta melko hyvin (Kuvio 20). Suuria puutteita siinä ei ole, koska yksi vain ilmoitti sen toimivan melko huonosti.



Kuvio 20. Vuorovaikutuksen ja yhteistyön toimivuus vanhempien kanssa.



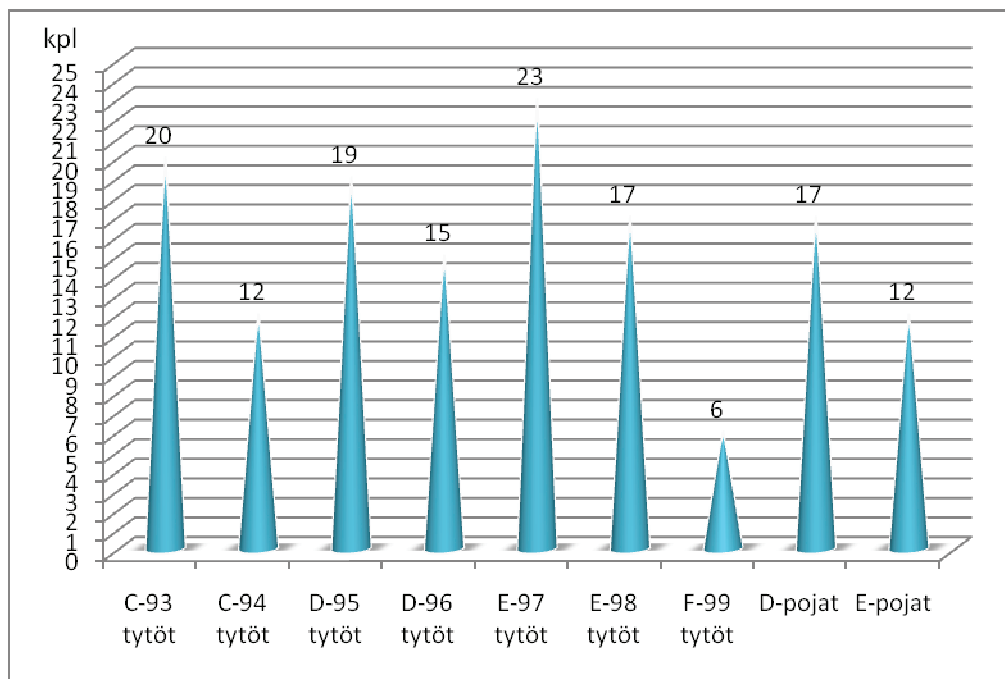
#### 7.1.1.7 Kehitys- ja parannusehdotukset

Lopuksi kyselyssä kerättiin avoimilla kysymyksillä vapaita kommentteja sekä kehitys- ja parannusehdotuksia joukkueiden sisäiseen viestintään. Kommentteja tuli muutamia (vastaukset liitteenä 4). Yleinen puhuminen ja kuunteleminen todettiin hyväksi tavaksi joukkueissa asioiden käsittelyyn, koska on niin monta tahoja ja jokaista on syytä kuunnella. Yleisesti ottaen oltiin tyytyväisiä Pesäkarhujen seuratoimintaan sekä seuran suhtautumiseen junioritoimintaa kohtaan. Asiat on hoidettu pääsääntöisesti hyvin ja niitä on halu kehittää edelleen.

Joku oli sitä mieltä, että olisi hyvä asia, jos ehdisi panostaa enemmän ja miettiä uudelleen koko joukkueen viestinnän. Valmentaminen vie kuitenkin lähes kaiken ajan. Muitakin kommentteja tuli ajankäytön ongelmasta. Viestien perillemenoon pitäisi kiinnittää enemmän huomiota ja siihen, että saataisiin myös vuorovaikutteisuutta lisää sekä vaikutuksia aikaan viestinnällä. Verkkosivuja olisi syytä käyttää enemmän ja palavereja pitäisi pitää enemmän niin joukkueelle kuin joukkueen valmentajienkin kesken. Myös joukkueenjohtajan koulutusta kaipailtiin, koska tällä hetkellä asiat opetellaan ns. kantapään kautta.

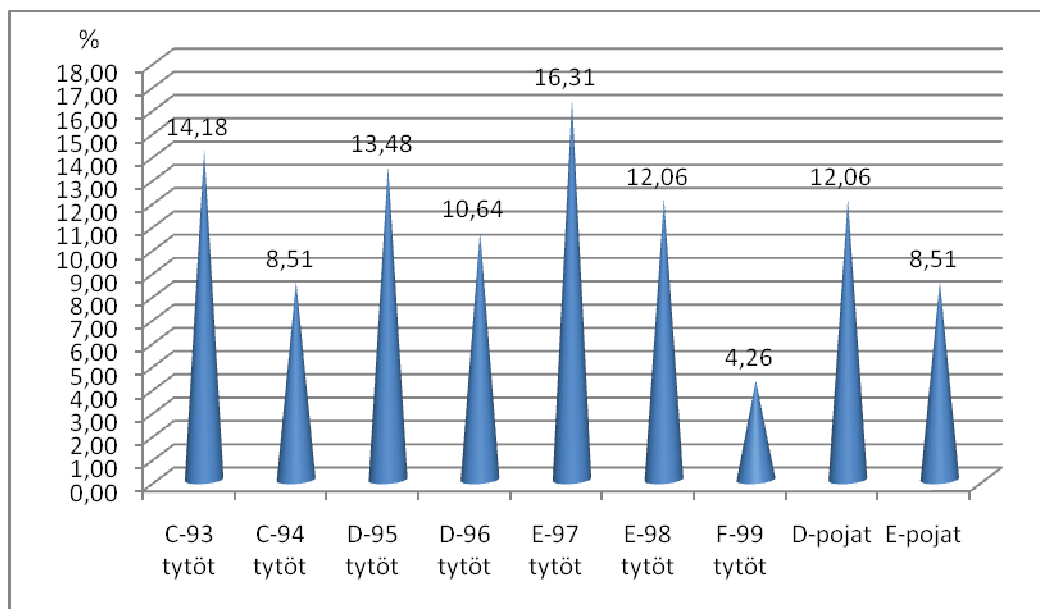
#### 7.2 Huoltajien näkemys Pesäkarhujen juniorien sisäisestä viestinnästä

Kysely lähetettiin yhteensä 141:lle juniorin huoltajalle. Joukkuekohtaiset lähetysmäärät selviävät kuvioista 21. Vastauksia kyselyyn tuli 38 kappaletta, joten vastausprosentti oli 27.



Kuvio 21. Joukkuekohtaiset kyselyjen lähetysmäärät juniorien huoltajille.

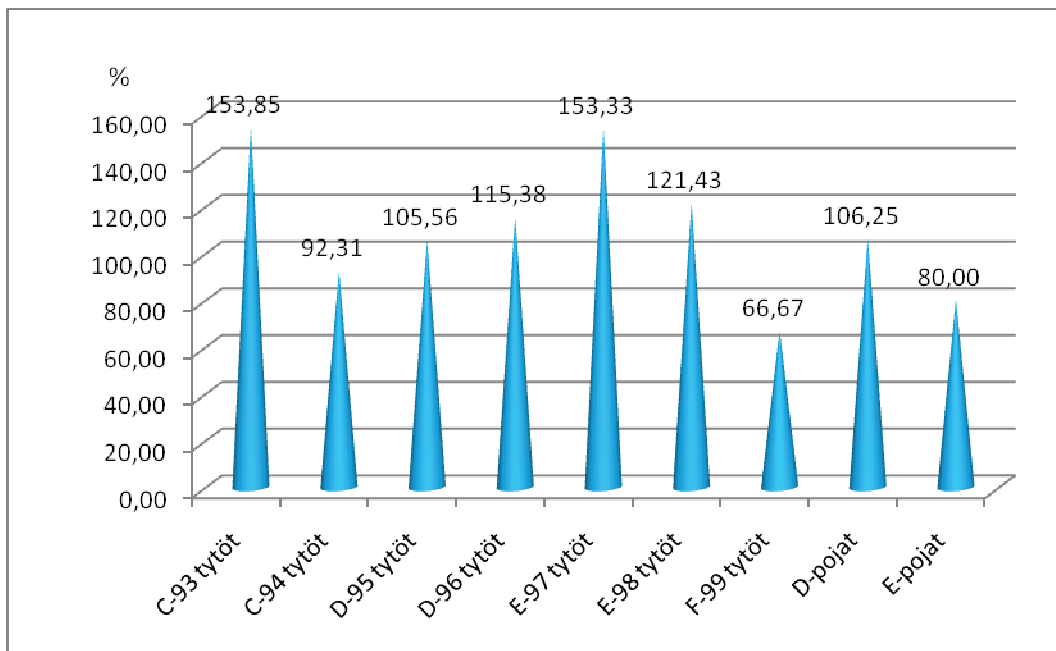
Joukkuekohtaiset kyselylomakkeiden lähetysmäärät selviävät prosentuaalisesti kuvio 22.



Kuvio 22. Joukkuekohtaiset prosentuaaliset kyselyjen lähetysmäärät.

Kuviosta 23 ilmenee kyselyiden lähetysmäärät verrattuna joukkueiden pelaajamääriin. Eli jos lähetysmäärä menevät yli sadan prosentin, tarkoittaa se sitä, että kysely on lähetetty useammalle kuin yhdelle huoltajalle taloutta kohden. Jos prosenttiluku

puolestaan jää sadan alle, se tarkoittaa, että jokaiseen talouteen joukkueesta ei ole mennyt kyselyä. Tasan sata prosenttia merkitsisi, että jokaiseen talouteen on mennyt tasan yksi kysely.

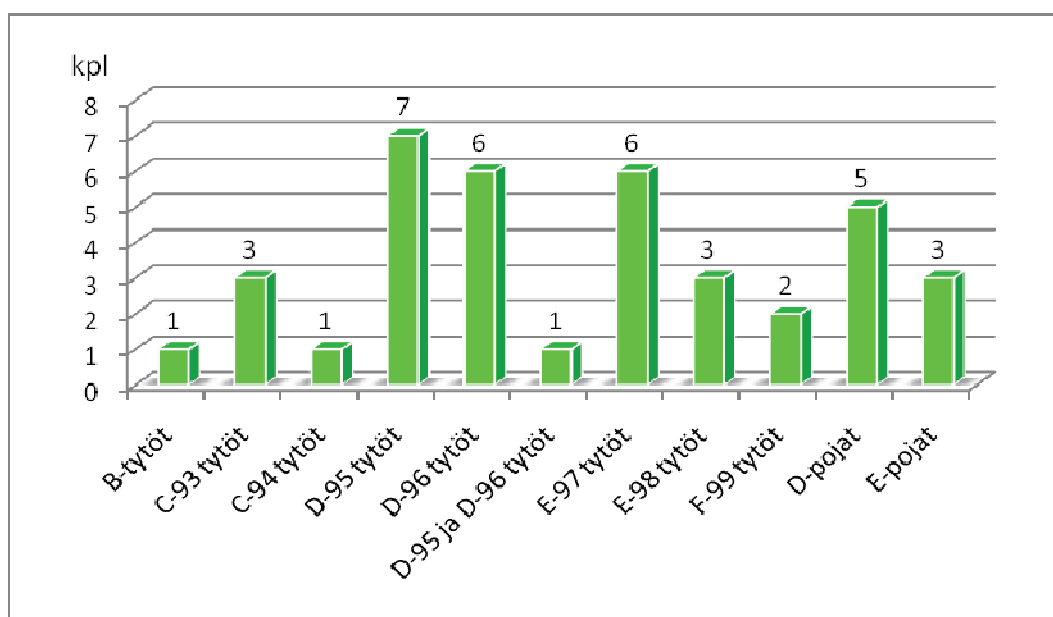


Kuvio 23. Lähetysmäärät verrattuna joukkueiden pelaajamääriin.

Taustakysymyksissä kysyin juniorien huoltajilta, missä joukkueessa juniori pelaa, kuinka kauan juniori on pelannut kyseisessä joukkueessa ja onko vastaaja itse seurannut joukkueen viestintään liittyviä asioita. Eniten vastaajia oli D-95-tytöistä (Kuvio 24). Tähän saattaa vaikuttaa se, että itse toimin kyseisessä joukkueessa valmentajana, mutta tietenkin tässä joukkueessa on myös pelaajia eniten. Myös D-96 ja E-97-tyttöjen huoltajat vastasivat aktiivisesti kyselyyn. Kun aloin valmentaa, joukkueessamme oli kaikkia näitä kolmea ikäluokkaa ja samoja pelaajia siis vieläkin, joten se saattaa olla yksi syy, miksi juuri näistä joukkueista vastattiin eniten, kun tavallaan tunnen eniten vanhempia juuri näistä joukkueista.

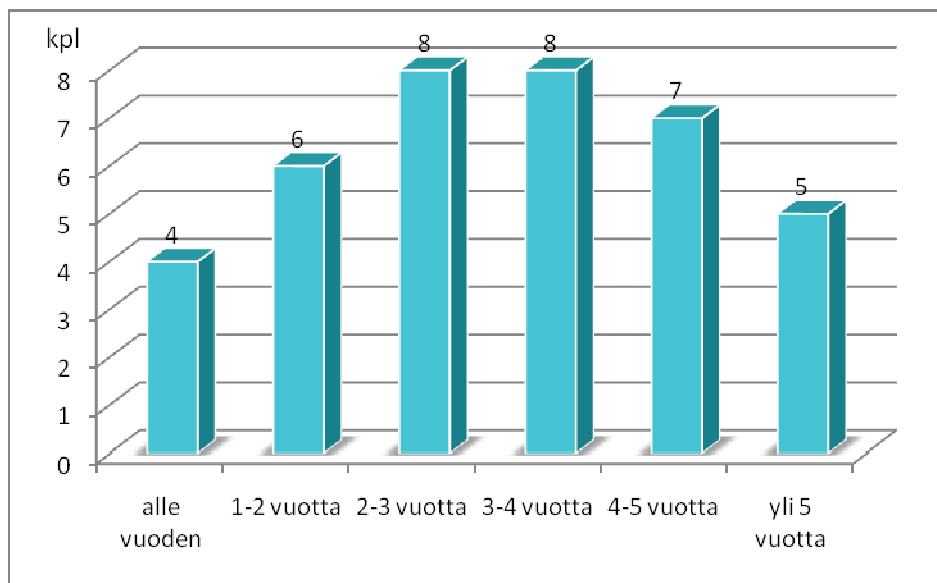
Yksi oli vastannut samalla kyselyllä sekä D-95- että D-96-tyttöjen kyselyyn, mikä on ymmärrettävää siitä syystä, että joillakin huoltajilla voi olla useampia lapsia eri joukkueissa eikä näin ollen ole jaksanut täyttää kyselyä kahteen kertaan. Tämä kuitenkin sekoittaa kuitenkin hieman vastausteni analysointia. Myös osa oli laittanut joukkueeksi esimerkiksi vai D-95, näin ollen ei ihan varmaksi voi tietää, että oliko kyseessä tytöt vai pojat. Päättelin kuitenkin, että jos mainintaa ei ollut, niin kyseessä oli tytöt.

Tyttöjoukkueet ovat toimineet jo kauan, ja ennen, kun ei ole ollut poikajoukkueita, ei siis ole tarvinnut edes miettiä asiaa sen tarkemmin. Myös kirjaimissa oli jotain virheitä. Vastauksista löytyi esim. D-97 tytöt, vaikka siis tällaista joukkuetta ei ole olemassakaan. Näissä tapauksissa laitoin jaon vuosiluvun mukaan. Yksi oli myös antanut vastauksen B-tytöt, vaikka nämä eivät olleet mukana kohderyhmässä. Tämän luulen johtuvan esimerkiksi siitä, että samassa perheessä saattaa toinen lapsi pelata B-tyttöissä ja epähuomiossa on sitten laitettu tämä joukkue vastaukseksi.



Kuvio 24. Joukkueet, joissa vastaajien juniorit pelaavat.

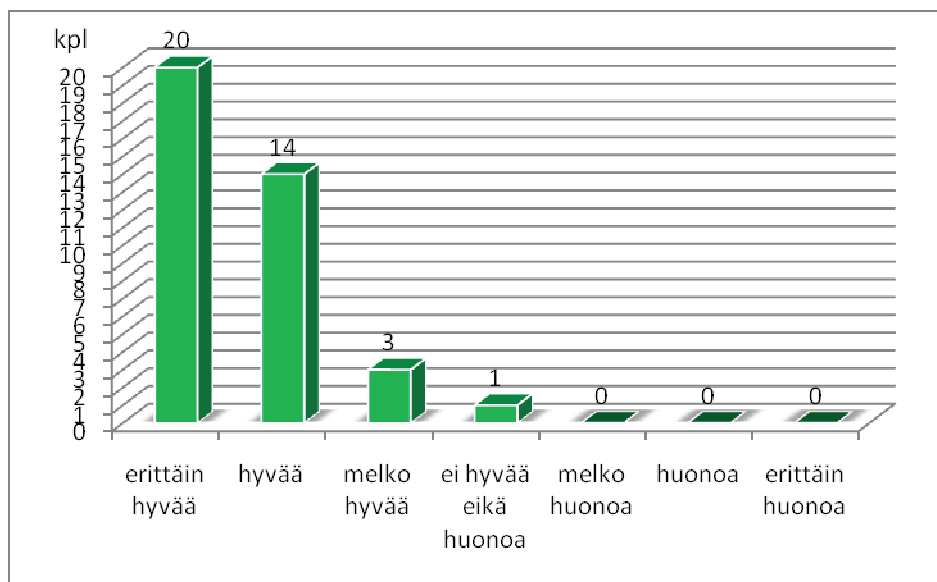
Vastaajien junioreista suurin osa on pelannut 2-4 vuotta Pesäkarhuissa (Kuvio 25). Vastaajista 23 kertoo seuraavansa aktiivisesti joukkueiden viestintää ja 15 kertoo seuraavansa sitä jonkin verran. Kukaan ei sano, että ei seuraa joukkueiden viestintää lainkaan.



Kuvio 25. Juniorien pelaamisaika Pesäkarhuissa.

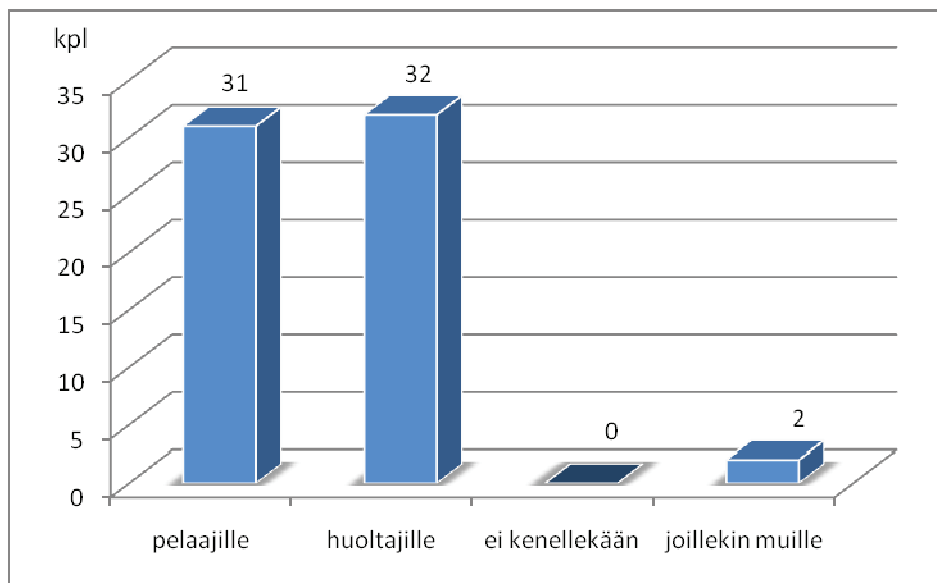
### 7.2.1 Viestintäkäytännöt

Huoltajista 37 on tyytyväisiä tällä hetkellä joukkueiden viestintään (Kuvio 26). Ainoastaan yhden mielestä viestintä ei ole hyvää, mutta ei huonoakaan.



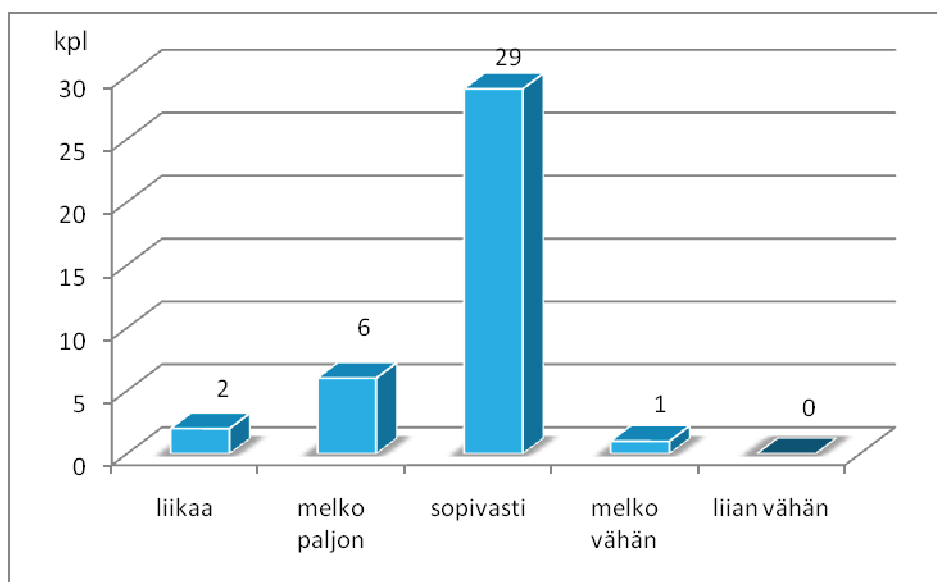
Kuvio 26. Huoltajien mielipiteet joukkueiden tämän hetkisestä sisäisestä viestinnästä.

Valmentajat ja joukkueen toimihenkilöt viestivät eniten huoltajille ja lähes yhtä paljon pelaajille (Kuvio 27). Myös kaksi vastausta tuli, joissa viestinnän kohteena oli jotkut muut.



Kuvio 27. Valmentajien viestinnän kohteet.

Huoltajat saavat mielestään sopivasti tietoa joukkueiden sisäisen viestinnän kautta (Kuvio 28). Ylitarjontaakin viestinnässä on havaittavissa, mikä on yleistä nykypäivänä erityisesti sähköisen viestinnän ja viestinnän helppouden sekä ryhmäviestinnän myötä.

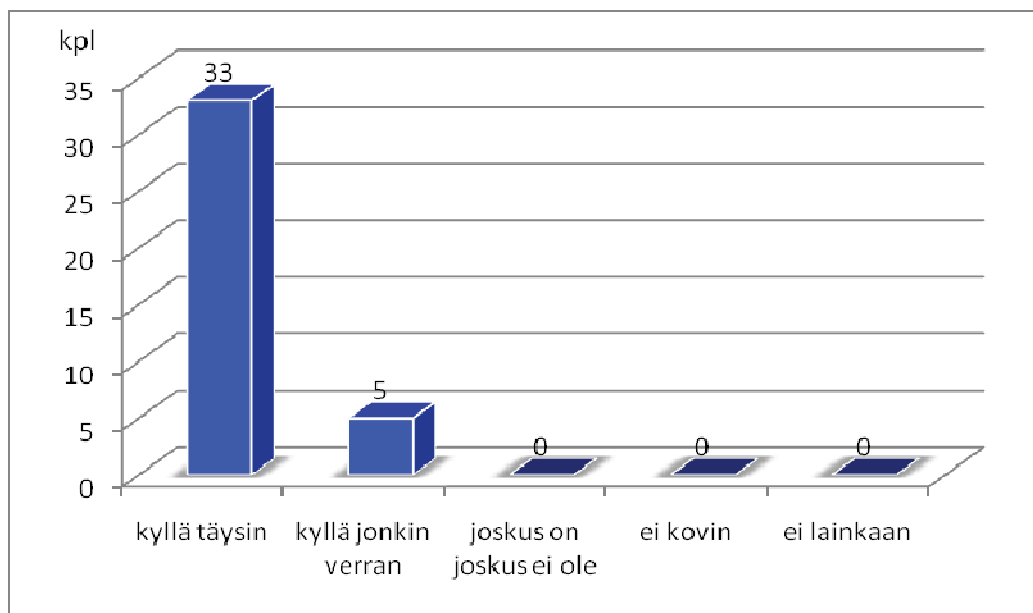


Kuvio 28. Viestinnän määrä juniorien huoltajille.

Informaatiossa ei ole vastaajien mukaan suuria puutteita. Kysyin tätä avoimella kysymyksellä. Vastauksissa mainittiin kuitenkin esimerkiksi seuraavia asioita: harjoituslistat voisivat tulla joskus aikaisemmin, seuran viestintää joukkueille ja vanhem-

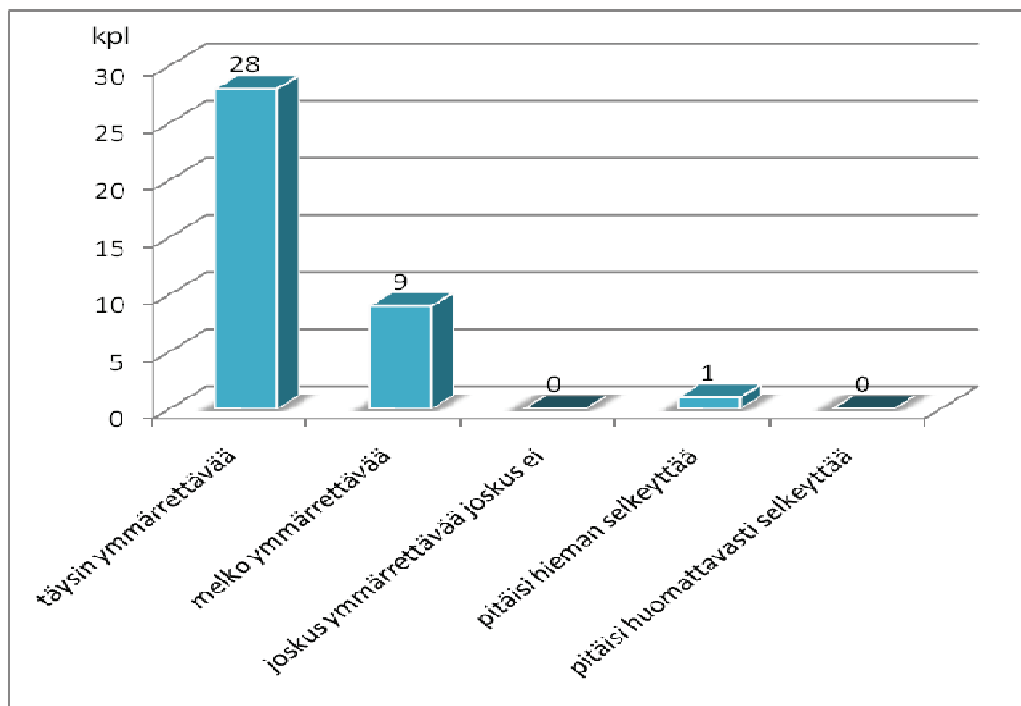
mille voisi tehostaa, joskus tieto tulee viime tipassa (tämä voi johtua kuitenkin siitä, että tiedottaja on itse saanut viestin myöhään), harjoitusaikojen muutokset päivitetään internetiin ja aina ei ehdi katsoa niitä päivittäin.

Juniorien vanhemmat kokevat, että heidän saamansa tieto on täysin olennaista ja tarpeellista (Kuvio 29).



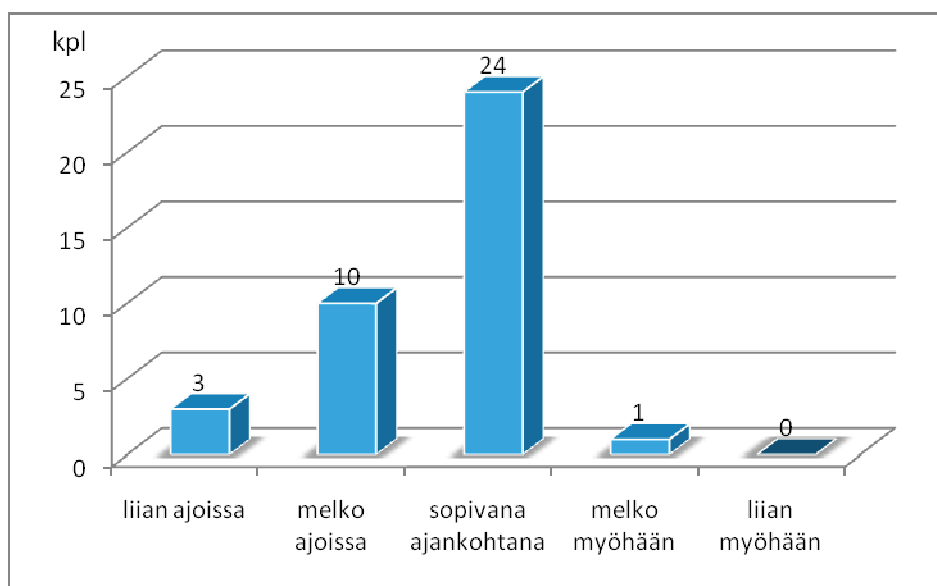
Kuvio 29. Viestinnän olennaisuus ja tarpeellisuus.

Myös viestien ymmärrettävyys ja selkeys on hyvää (Kuvio 30), vain yksi on sitä mieltä, että sitä olisi syytä hieman selkeyttää.



Kuvio 30. Viestinnän ymmärrettävyys ja selkeys.

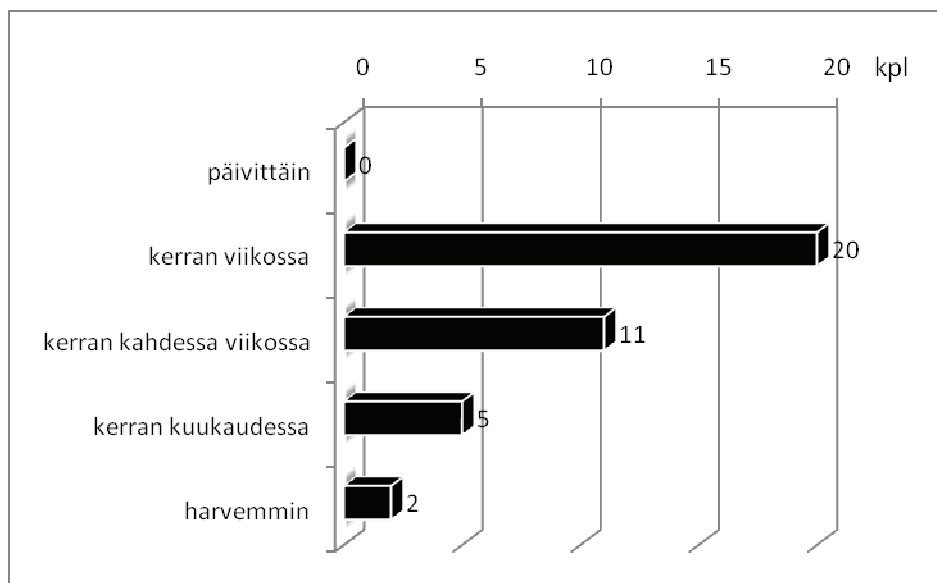
Huoltajien mielestä informaatio tulee valmentajilta ja joukkueen toimihenkilöiltä useimmiten sopivana ajankohtana (Kuvio 31). Joidenkin mielestä informaatio tulee kuitenkin ajoissa. Se ei ole välttämättä hyvä asia siitä syystä, että informaatio saattaa unohtua helposti, jos siitä ilmoitetaan liian ajoissa.



Kuvio 31. Viestinnän ajoitus.



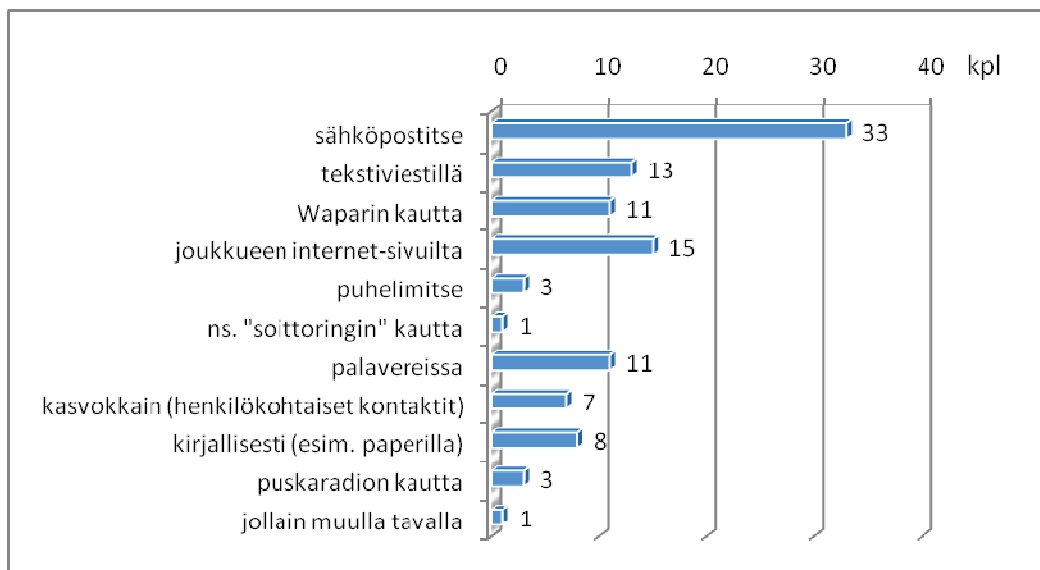
Huoltajat saavat informaatiota keskimäärin kerran viikossa (Kuvio 32). Myös vastauksia kerran kahdessa viikossa ja kerran kuukaudessa on tullut. Lisäksi harvemmin vastauksia on kaksi kappaletta. Tämän perusteella viestintää pitäisi hieman lisätä. Valmentajien kyselyssä suurin tulos oli, että valmentajat viestivät kerran kahdessa viikossa. Tässä on siis pientä ristiriitaa, mutta esimerkiksi eri vuodenaikoina viestinnän määrä on erilaista eli tämä saattaa olla vain tulkintakysymys.



Kuvio 32. Viestinnän useus.

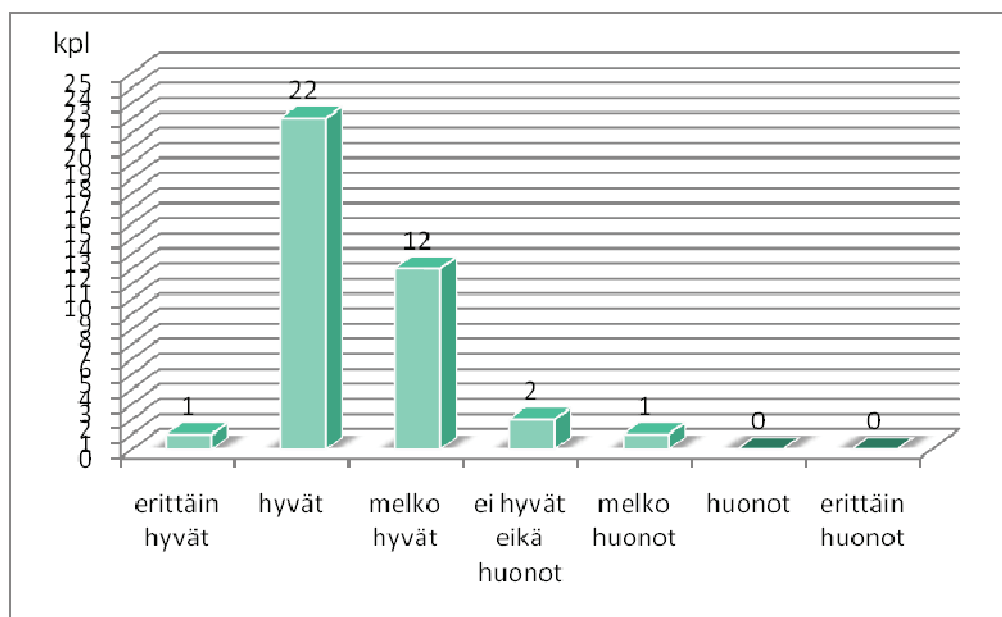
### 7.2.2 Viestintäkanavat

Joukkueissa tiedotetaan lähinnä sähköpostitse (Kuvio 33). Muita keskeisempiä viestintäkanavia ovat joukkueen internetsivut, tekstiviesti, Wapari ja palaverit. Yksi kappale tuli myös jollain muulla tavalla -vastauksia ja siihen oli laitettu avoimeen kohtaan vastaukseksi, että tieto tulee lapsen mukana. Valmentajien viestintäkanavien käyttöön verrattuna, tulokset olivat lähes samoja, suuria poikkeuksia ei ollut.



Kuvio 33. Viestintäkanavat.

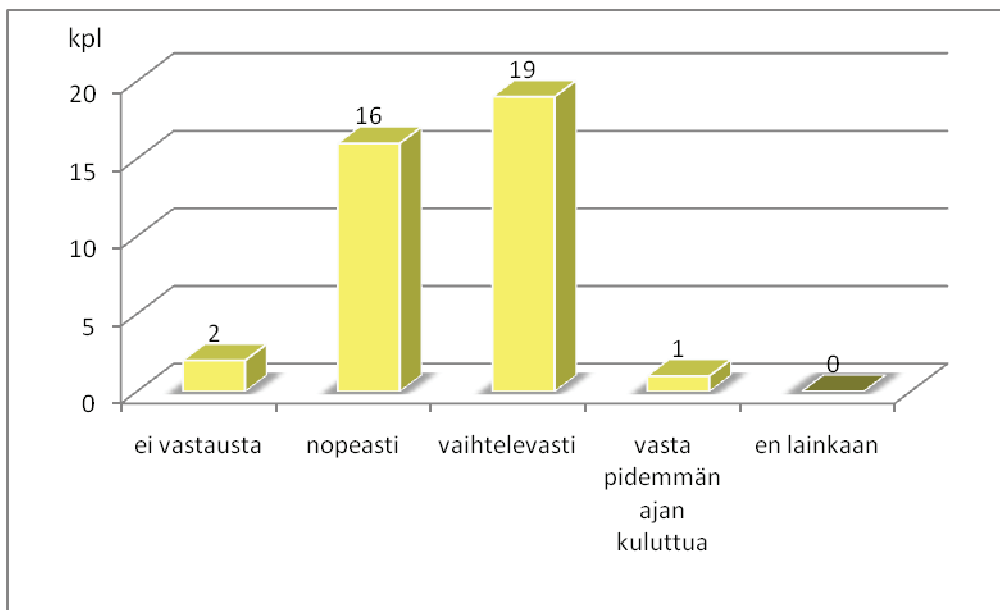
Joukkueen internetsivuja pidetään tutkimustulosten mukaan hyvinä (Kuvio 34). Parannettavaakin niistä hieman kuitenkin löytyy, koska aivan kaikki eivät ole niihin täysin tyytyväisiä.



Kuvio 34. Joukkueiden internetsivut tiedonlähteenä.

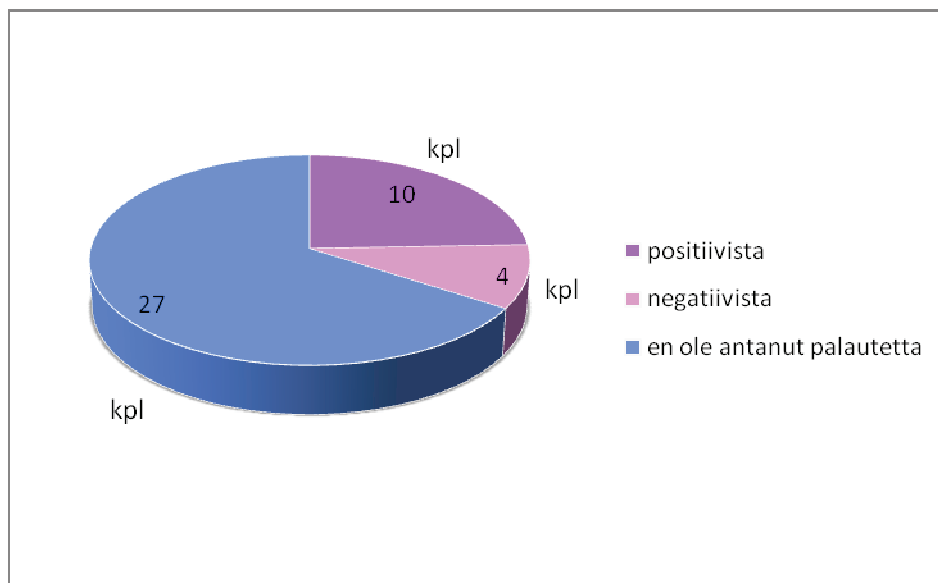
### 7.2.3 Viestinnän toimivuus

Huoltajat reagoivat mielestään vaihtelevasti informaatioon (Kuvio 35). Viestinnän vaikuttavuuteen olisi siis syytä kiinnittää huomiota, koska vuorovaikutus ei ole parhaimmillaan. Osa sanoo reagoivansa myös nopeasti. Tietenkin tämä on myös vastaanottajan aktiivisuudesta kiinni.



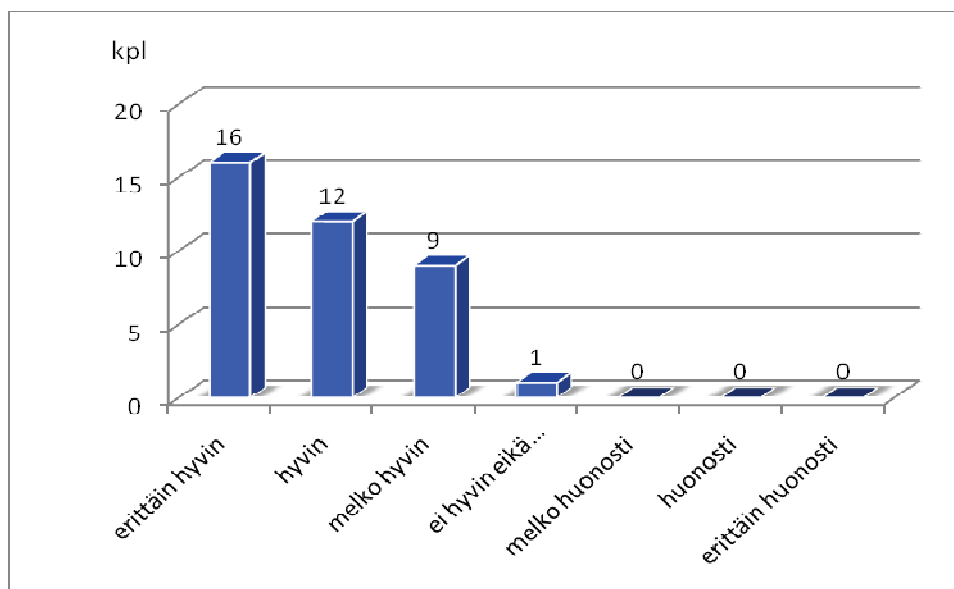
Kuvio 35. Informaatioon reagointi.

Palautetta valmentajille ja joukkueiden toimihenkilöille huoltajat ovat antaneet viestinnän osalta todella vähän (Kuvio 36). Kuvioon on laskettu myös se, jos joku on antanut sekä positiivista että negatiivista palautetta. Prosentteissa vain 28,9 on antanut jonkinlaista palautetta viestinnästä. Sisäisen viestinnän kehittämisen kannalta palautetta olisi erittäin tärkeää saada. Positiivista palautetta on annettu negatiivista enemmän. Negatiivistakin palautetta on kuitenkin annettu, vaikka valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden kyselyssä heidän mukaansa yksikään ei ollut saanut negatiivista palautetta. Tietenkin negatiivista palautetta on voitu antaa eri henkilöille, jotka tähän kyselyyn ovat vastanneet.



Kuvio 36. Palautteen antaminen.

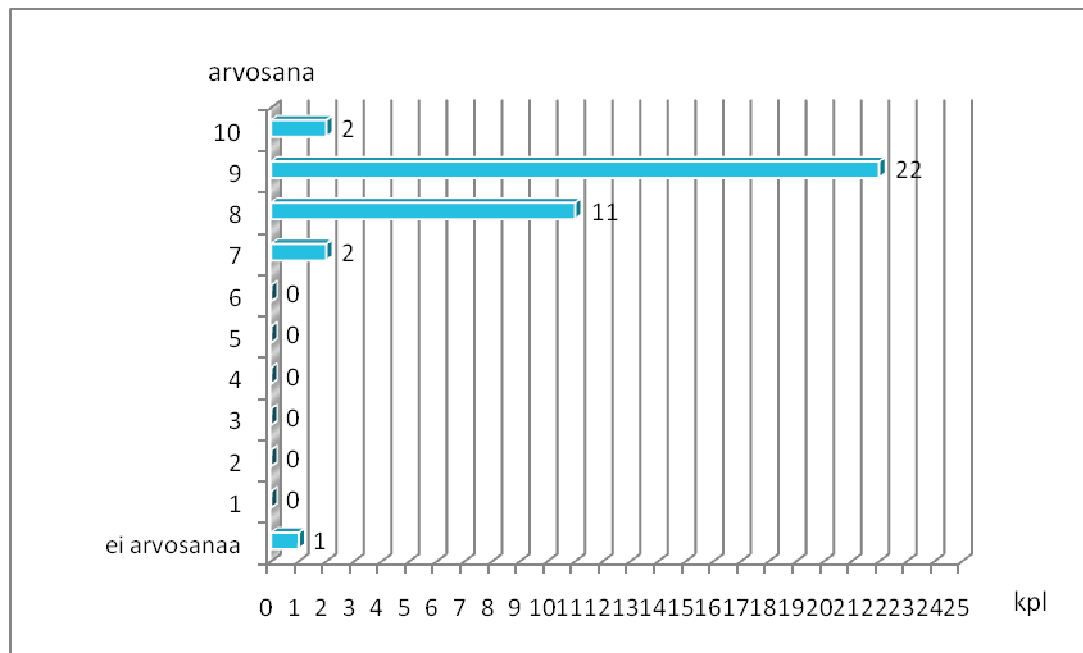
Vuorovaikutus ja yhteistyö juniorien huoltajien mielestä valmentajien ja joukkueiden toimihenkilöiden kanssa toimii erittäin hyvin (Kuvio 37). Vain yksi antoi vastaukseksi ”ei hyvin, eikä huonosti”.



Kuvio 37. Vuorovaikutuksen ja yhteistyön toimivuus valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden kanssa.

#### 7.2.4 Tyytyväisyys tällä hetkellä ja kehitysideoita tulevaisuuden viestintään

Arvosanat Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäisestä viestinnästä huoltajien näkökulmasta jakautuivat välille 7-10 (Kuvio 38). Eniten tuli arvosanoja 9. keskiarvoksi muodostui 8,6.



Kuvio 38. Arvosanojen määrä.

Avoimilla kysymyksillä kysyin vapaita kommentteja juniorien sisäisestä viestinnästä sekä kehitys- ja parannusideoita siihen (vastaukset liitteenä 8). Joukkueiden toimintaa keuhuttiin yleisesti melko paljon. Vastajat ottivat myös huomioon, että viestinnän laatu ja määrä ovat joukkuekohtaisia. Myös sitä kiiteltiin, että seurassa kiinnitetään huomiota viestinnän kehittämiseen, ja kerrottiin, että hyvällä ja avoimella tiedottamisella on mahdollisuus vaikuttaa positiiviseen seurahenkeen, vanhempien osallisuuteen ja seurakulttuurin kehittämiseen entisestään. Joku totesi, että parantamisen varaa on enemmän juniorivaliokunnan viestinnässä, ei niinkään joukkueen sisällä. Esiin tuli myös se, että viestintä ja sen toimivuus riippuu hyvin paljon viestivän henkilön aktiivisuudesta.

Vastauksina oli esimerkiksi seuraavia: juniorijaoston internetsivuja voisi kehittää, viestintää internetin kautta erityisesti kesällä voisi välttää, koska kesälomien aikana monikaan ei käytä aktiivisesti internetiä, esimerkiksi tekstiviesti olisi hyvä keino

kesäisin, tieto pitäisi saada ajoissa joukkueille ja sitä kautta ajoissa myös vanhemmille, esimerkiksi tieto tuomarivuoroissa on tullut joskus aika viime hetkellä. Myös seuratiedotetta esimerkiksi sähköpostitse pelaajille ja vanhemmille esimerkiksi kerran kuukaudessa ehdotettiin, erityisesti päätoimintakausille. Lisäksi toivottiin internetsivujen kehittämistä sekä niiden ajan tasalla pitoa sekä internetiin kehoitettiin myös laittamaan kaikki tiedot ja enemmänkin, mitä tällä hetkellä sieltä löytyy. Toisaalta viestintää pyydettiin kuitenkin karsimaan niin, että se oikeat asiat tavoittavat oikeat henkilöt. Yhtenä toiveena oli myös sähköpostin lähettäminen ryhmäviestinä vanhemmille.

## 8 POHDINTA

Sisäinen viestintä urheiluseuran toiminnassa jää usein lähes kaiken muun toiminnan varjoon, ja monet seuratoimijat eivät ole edes tulleet ajatelleeksi, miten tärkeä osa se on toimintaa ja sen onnistumista. Sisäisen viestinnän toimivuus on edellytys myös ulkoisen viestinnän toimivuudelle. Urheiluseuran hyvä sisäinen viestintä koostuu monesta eri tekijästä, joihin on hyvä kiinnittää tarkemminkin huomiota.

### 8.1 Tutkimuksen tarkastelu

Tutkimustulokset kertovat, että pääosin sisäinen viestintä Pesäkarhujen junioritoiminnassa on toimivaa ja hyvää. Kehitettävääkin kuitenkin löytyy. Esimerkiksi internetsivut kaipaisivat päivitystä ja joidenkin joukkueiden osalta laajempaa käyttöä. Myös sähköinen viestintä ja erityisesti verkkoviestintä on vielä osittain piilossa junioritoiminnan keskuudessa. Useimmat sitä käyttävät jo aktiivisesti, mutta se hidastaa muidenkin viestintää, jos kaikki eivät niin tee. Langaton viestintä on nykypäivää ja se pitää hyväksyä, koska vanhojen kanavien avulla ei enää pysy nykyajan viestintätavoissa mukana ja vanhat kanavat ovat hitaampia kuin nykypäivän nopeat ja jo yleisessä käytössä olevat viestintätavat. Sähköisen viestinnän merkitys ja erityisesti verkkoviestinnän osuus on siis kasvamassa ja syrjäyttämässä vanhat perinteiset viestintäkanavat vähitellen.

Viestinnässä on tärkeää sen suunnittelu, järkevä toteutus ja seuranta. Sitä pitää vähän väliä myös kehittää, koska koko ajan esimerkiksi tiedotuskanavat kehittyvät. Viestintä on vaikeaa, ja myös siksi se vaatii suunnittelua ja toteutuksen pohdintaa sen toteuttamisen onnistumiseksi. Käytäntöjä on myös hyvä tarkastaa silloin tällöin, koska erityisesti tekniikka kehittyi koko ajan kovaa vauhtia ja pitää pysyä viestinnässäkin ajan muutoksien mukana.

Keräsin molemmilla kyselyillä myös kehitysideoita ja parannusehdotuksia junioritoiminnan sisäiseen viestintään. Tulosten pohjalta on yhteenveto-osion parannusehdotukset ja kehitysideat kohdassa mahdollisia uudistusideoita viestintään. Kerron tuloksista yhteenvedon myös Pesäkarhujen valmentajille ja juniorivaliokunnan jäsenille. Tulen myös mahdollisesti myöhemmin tekemään Pesäkarhujen valmentajille ja joukkueiden toimihenkilöille suunnatun oppaan urheiluseuran sisäiseen viestintään liittyen.

Tutkimuksen tulokset palvelevat lähinnä valmentajia sisäisen viestinnän suhteen. Tutkimus on kuitenkin hyödyllinen myös muille, koska tulosten kautta esimerkiksi seura ja juniorivaliokunta tietävät, mitä he itse voisivat tehdä paremmin sisäisen viestinnän suhteen. Tutkimus antaa heille myös suuntaa siitä, miten valmentajat ja joukkueen toimihenkilöt hoitavat viestintää joukkueissa.

## 8.2 Parannus- ja kehitysehdotukset viestintään

Tutkimuksesta tulee selvästi esille nykypäivän viestintämuodot, erityisesti sähköisen viestinnän monet mahdollisuudet. Käytetyimpiä viestintäkanavia Pesäkarhujen juniorien viestinnässä olivat sähköposti, tekstiviesti ja internetsivut. Näihin kanaviin on siis syytä siirtyä vähitellen, elleivät ne vielä ole käytössä, koska suurin osa niitä kuitenkin käyttää. Viestintä nopeutuu ja helpottuu, kun kaikilla on käytössä samat pääkanavat. Sähköposti toimii parhaiten lyhyiden ja ytimekkäiden viestin välittämisessä, mutta sillä on myös mahdollista lähettää pidempiäkin viestejä. Tekstiviesti soveltuu hyvin kiireellisten asioiden hoitoon, koska tekstiviesti on kuitenkin henkilökohtaisempi viestintäkanava kuin sähköposti eikä sillä voi lähettää niin pitkiä viestejä. Internetsivuille on kätevä laittaa suurin osa tiedoista, koska sinne mahtuu paljon asiaa

ja sivuista voi myös muokata oman joukkueen näköiset. Tämä kanava ei kuitenkaan ole sopiva kiireellisten asioiden hoitoon.

Sähköposti antaa usein tiedon ylitarjontaa. Paljon käytössä olevat sähköpostien jake-  
lulistat ovat lähettäjälle helppokäyttöisiä, vaikka aina kaikkia vastaanottajia kyseinen  
asia ei koskisikaan. Ylitarjonta ärsyttää monia ihmisiä nykypäivänä kun ennen ärsyt-  
tävämpää oli tiedon puute. Ylitarjonnan ehkäisemiseksi kannattaa kohderyhmä miet-  
tiä tarkoin ja vaikka siitä olisi itselle hieman enemmän vaivaa, on hyvä poistaa yli-  
määräiset nimet postituslistalta, joita asia ei koske.

Joskus voi tulla kyseeseen saman asian viestiminen useampaan Riippuen tietenkin  
sen tärkeydestä, voi olla hyväkin muistuttaa joistain asioista kohdejoukkoa. Jos vies-  
tinnän ajoituksessa on ongelma, tämä tapa usein poistaa nekin.

## 9 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Arvioin tutkimustani sen pätevyyden, luotettavuuden ja puolueettomuuden kannalta.  
Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat tutkimuksen kokonaisluotetta-  
vuuden. Tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä, kun sen otos edustaa perus-  
joukkoa ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta ja virheitä. Ko-  
konaisluotettavuus voidaan arvioida esimerkiksi uusintamittauksella. (Vilka. 2007,  
152.) Tutkimus on onnistunut, jos tutkimuskysymyksiin saadaan luotettavia vastauk-  
sia. Tutkimus on tehtävä rehellisesti ja puolueettomasti sekä niin, että vastaajille ei  
aiheudu tutkimuksesta haittaa. Myös tehokkuus ja taloudellisuus sekä hyödyllisyys ja  
käyttökelpoisuus ovat osa hyvää tutkimusta. Tietosuojasta ja aikataulusta on huoleh-  
dittava tutkimusta tehdessä sekä tietoja kerätessä tulee tutkijan olla avoin. (Heikkilä  
2008, 29, 31-32.)

Aikataulu työn kanssa oli melko kiireinen, joten työn laatu on tästä syystä saattanut  
hieman kärsiä. Myös kehitysideoita ja parannusehdotuksia sain kiitettävästi. Viestin-  
nän kehittämismahdollisuudet saamieni tietojen pohjalta ovat siis myös mahdollisia.  
Tutkimuksen tuloksiin saattaa osaltaan vaikuttaa esimerkiksi vastaajien aikaisemmat



kokemukset ja tiedot tai muiden kertomat kokemukset. Yleinen kuva esimerkiksi seurasta, sen toiminnasta ja ihmisten välisistä suhteista tuo myös oman osuutensa vastaajan näkökulmaan. Erityisesti avoimia vastuksia analysoidessani huomasin sen tosiasian, että negatiivisista asioista annetaan herkemmin palautetta kuin positiivisista asioista. Havaittavissa molempien kyselyjen osalta on myös se, että jotkut vastaajista noudattivat ns. ”kultaista keskitietä” eivätkä sen tarkemmin pohtineet asioita.

## 9.1 Pätevyys

Määrällisen tutkimuksen pätevyys eli validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata. Pätevässä tutkimuksessa ei saisi olla virheitä, esimerkiksi tutkittavien kyselylomakkeen kysymysten ymmärtäminen. Tulokset vääristyvät, jos vastaaja ja tutkija eivät ajattele samalla tavalla. Pätevyyttä tarkastellaan jo tutkimusta suunniteltaessa. Käsitteet, perusjoukko ja muuttujat määritellään tarkkaan, ja aineiston kerääminen ja mittari suunnitellaan huolellisesti. On myös varmistettava, että mittarin kysymykset kattavat koko tutkimusongelman. Validissa tutkimuksessa tutkija on onnistuneesti siirtänyt tutkimuksessa käytetyn teoriankäsitteet ja ajatuskokonaisuuden kyselylomakkeeseen. (Vilka 2005, 161.)

Tutkimus onnistui mielestäni hyvin ja se mittaa sitä, mitä sen pitikin mitata eli tyytyväisyyttä Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään. Joku on voinut tietenkin ymmärtää kysymyksiä väärin, mutta sitä en voi tietää. Minulta jäi myös huoltajien kyselystä pois kysymykseen viisi (kenelle valmentajat ja joukkueen toimihenkilöt viestivät) liittyen ”joillekin muille, keille?” kysymys. Vastaukseen ”joillekin muille” oli annettu myös kaksi vastausta. Jätin sen alun perin pois oikeastaan siksi, koska ajattelin, että tähän ei tulisi muita vastauksia kuin mitä alun perin oli vaihtoehdoissa annettu. Myöskään kaikissa kysymyksissä ei ollut annettu ensimmäisenä ”ei vastaus-ta” -vaihtoehtoa. Jos joku siis on vahingossa unohtanut vastata johonkin kysymykseen, on vastausvaihtoehto saattanut jäädä ensimmäisenä jo valmiiksi valittuna olevaan. Tämä siis tietenkin aiheuttaa virheitä, mutta en usko tällaisten virheiden määrän olevan kovin suuri, eikä se sen myötä siis vaikuta tuloksiin paljoa.

Valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden kyselyssä perusjoukko oli tiedossa. Senkin elää käytännössä vähän koko ajan, mutta sillä hetkellä perusjoukko oli se ryhmä, joille juniorivaliokunta viestii. Juniorien huoltajien kyselyssä perusjoukkoa ei saatu selville, koska missään ei ole mitään tarkkaa rekisteriä vanhempien lukumäärästä. Jokaiselta joukkueelta sitä olisi erikseen voinut kysellä, mutta välttämättä täsmällistä tietoa ei siitä huolimatta olisi saatu. Useinkaan juniuriurheilussa ei kysellä lapsen huoltajista muita tietoja kuin yhteystiedot. Näihinkään tietoihin huoltajat eivät välttämättä anna kuin vain toisen huoltajan tiedot, vaikka lapsella oikeasti olisikin kaksi huoltajaa. Tässä huoltajille suunnatussa kyselyssä otantana oli siis ne vanhemmat, jotka kuuluivat joukkueiden sähköpostilistoille.

## 9.2 Luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus eli reliiabilisuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Kyse on siis mittauksen kyvystä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja mittaustulosten toistettavuudesta. Toistettavuus tarkoittaa saman tuloksen saamista riippumatta tutkijasta. Myös tutkija voi tehdä virheitä esimerkiksi tallentaessaan vastauksia. Tutkimustuloksia ei kuitenkaan pidä yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolella. Tutkimuksen luotettavuutta voivat heikentää esim. vastaajan muistaessa jonkin asian väärin tai jos vastaaja ymmärtää kysymyksen eri tavalla kuin tutkija. Virheiden vaikutus ei kuitenkaan ole välttämättä kovin suuri tutkimuksen tavoitteiden kannalta. Tärkeää on se, että tutkija ottaa kantaa tutkimuksensa oleellisimpiin satunnaisvirheisiin ja siihen, mistä virheet johtuvat. (Vilkkä 2005, 161-162.)

Olen saattanut itse tehdä virheitä vastauksia tallentaessani, mutta yritin tehdä huolellista työtä, joten en koe, että tähän on suurta mahdollisuutta. Mitään poikkeavia tai suuria yllätyksiäkään en vastauksista saanut, joten senkin puolesta pidän tutkimustuloksia luotettavana. Olen myös yrittänyt välttää tutkimustulosten yleistämistä. Vastajat ovat saattaneet ymmärtää kysymykseni eritavalla kuin mitä itse tarkoitin. Esi-testasin kuitenkin lomakkeeni ja yritin muotoilla kysymykset mahdollisimman ymmärrettävään muotoon.

### 9.3 Puolueettomuus

Tutkimukseen liittyy aina tutkijan valintoja esimerkiksi tutkimusmenetelmä, kysymysten muotoilu, analysointimenetelmät sekä raportointitavat. Tutkijalle voi sattua tahottomia virheitä tutkimuksen aikana ja sitä tehdessä. Tutkimuksen tulokset eivät saa riippua tutkijasta eivätkä hänen omat vakaumuksensa saa vaikuttaa tutkimusprosessiin. Objektiivisyyteen eli puolueettomuuteen on panostettava ja esimerkiksi kysymykset on esitettävä jokaiselle kohderyhmän jäsenelle samalla tavoin. Vastaajaa ei saa myöskään johdatella heidän valitessaan vastausvaihtoehtoja. (Heikkilä 2008, 31.)

Olen pyrkinyt laatimaan kyselylomakkeet niin, että olen itse mahdollisimman vähän johdatellut ja vaikuttanut vastaajan tuleviin vastauksiin. Kysymykset menivät kaikille samalla tavoin, koska tutkimus tehtiin lomakkeella [www-kyselynä](#). Muut tutkimukseen liittyvät valinnat olivat mielestäni perusteltuja ja esimerkiksi tutkimusmenetelmät sopivat tämänlaiseen tutkimukseen.

### 9.4 Johtopäätökset arvioinnista

Viikonloppu osoittautui melko huonoksi ajankohdaksi kyselylle. Lähetin esimerkiksi muistutusviestin kyselystä viikonloppuna, joten monikaan ei silloin luultavasti katsonut sähköpostiaan. Vaikka sähköpostit katsottiin todennäköisesti maanantaina, vastausmäärät eivät lisääntyneet silloinkaan merkittävästi. Keskiviikko, jolloin lähetin kyselyt ensimmäistä kertaa, oli mielestäni hyvä valinta päivälle, koska silloin ihmiset yleensä tavoitetaan, He eivät ole kiireisimmillään eivätkä vielä viikonlopputunnelmissakaan. Toisen kyselyni häiriötekijä oli pääsiäispyhä, jolloin sähköpostin luku ei varmasti ollut myöskään suurimmillaan.

Vastausmäärää vähensi ensimmäisessä kyselyssä varmasti se, että sanoin toivovani ainakin yhtä vastausta joukkueetta kohden. Jotkut ehkä ajattelivat, että ei viitsi vastata kyselyyn, jos he esimerkiksi olivat sopineet, että joku muu henkilö joukkueesta vastaa. Olen silti tyytyväinen, että joka joukkueesta ylipäättään tuli vastauksia. Toisessa kyselyssä vastaava tilanne saattoi syntyä, kun pyysin yhtä vastausta yhtä junioria kohden. Myös kyselyjen lähettämistä saattoi vähentää se, kun pyysin valmentajia ja

joukkueiden toimihenkilöitä välittämään viestini ainakin yhdelle huoltajalle junioria kohden.

Internetkyselystä tuli esiin se, että linkki ei toiminut aina suoraan. Ohjeiden lukemisessa ja niiden ymmärtämisessä oli puutteita. Luulen, että nykyajan ihmisten kiire näkyy tässäkin kohtaa ja niitä ei vain ole huolellisesti luettu. Vaikka ohjeistuksessani luki, että se pitää tarvittaessa kopioida ja liittää internetselaimen osoiteriville, niin palautetta sain kuitenkin siitä, että linkki ei toimi. Myös selainten välillä on eroja. Tein kyselyn Internet Explorerilla, ja jos käytti esim. Mozillaa, ä- ja ö-kirjaimet eivät näkyneet oikein. Nämä johtuu luultavasti kuitenkin The Questions-ohjelmasta. Osa on voinut luovuttaa myös vastaamisen, jos ei ole saanut linkkiä toimimaan tai on tullut eteen jotain muita teknisiä ongelmia.

Www-kysely on muiden kyselyjen ohella sellainen, että siihen voidaan helposti jättää vastaamatta. Erityisesti avoimiin kysymyksiin jätetään helposti vastaamatta, jos ne ovat vapaaehtoisia. Pakolliseksi niitä ei kannata laittaa, koska joku voi jättää siitäkin syystä kokonaan vastaamatta tutkimukseen, jos ei vaikka vain halua tai ehdi vastata avoimiin kysymyksiin. On myös mahdollista, että joku on vastannut kaksi kertaa. Tavallaan on myös mahdollista, että kohderyhmään kuulumaton henkilö on vastannut tutkimukseeni, mutta pidän sitä erittäin epätodennäköisenä.

Mitään palkintoa kyselyissäni ei ollut vastaamisesta. Se ei ole useinkaan tarpeen, jos palkinto ei ole erityisen houkutteleva. Olisin ehkä kuitenkin voinut saada edes hieman enemmän vastuksia, jos sellainen olisi ollut. Täysin varma en voi olla myöskään siitä, kenelle kysely on mennyt ja esimerkiksi kuinka monelle juniorin huoltajalle. Tässä kohtaa olen vain luottanut joukkueiden toimihenkilöiden sanaan ja analysoinut tuloksia sen mukaan.

Myös se tosiasia pitää ottaa huomioon, että osalla eri joukkueissa pelaavista juniorista voi olla samat vanhemmat (juniorit esimerkiksi sisaruksia). Nämä huoltajat ovat ehkä saaneet kyselyn kaksi kertaa, joten kokonaismäärä 141 on se määrä, kuinka monta kertaa kysely on lähetetty. Se ei erottele samoja henkilöitä, ja nämä henkilöt mahdollisesti vastaavat vain yhden kerran ainakin siinä tapauksessa, jos kysely on

mennyt vaan toiselle huoltajista tai sitten he ovat täyttäneet kyselyn molempien joukkueiden osalta, mikä kävi ilmi yhdestä vastaajasta.

Kukaan valmentajista ja joukkueen toimihenkilöistä ei vastannut huoltajille osoitettuun kyselyyn, vaikka valmentajista ja joukkueen toimihenkilöistä saattaakin osa olla myös juniorien huolta. Tähän ratkaisuun päädyttiin, koska valmentajat ja joukkueen toimihenkilöt olivat jo mahdollisesti vastanneet ensimmäiseen, valmentajille ja joukkueiden toimihenkilöille suunnattuun kyselyyn. Näin ollen olisi tullut päällekkäisiä vastauksia, koska he voivat olla jollain tavalla joukkueen viestinnässä mukana, vaikka eivät välttämättä itse sitä tiedostaisi tai eivät olisi pääviestijän roolissa. Myös tutkimuksen luotettavuus kärsisi, koska näin ollen ei tulisi niin todenperäisiä vastauksia, jos he arvioisivat omaa viestintäänsä tai ainakin heitä lähellä olevaa asiaa. En tietenkään silti voi varmaksi tietää, onko esimerkiksi joku ensimmäiseen kohderyhmään kuuluva vastannut tähän toiseenkin kyselyyn. Vastaukset eivät myöskään ole välttämättä täysin puolueettomia. Positiivista mainetta on saattanut tulla esimerkiksi siinä tapauksessa, jos juniorivaliokunnan jäsenistä joku on kuulunut ensimmäisen kyselyni kohderyhmään. Nämä henkilöt olisi siis pitänyt rajata kyselystäni pois, mutta se ei välttämättä olisi ollut mahdollista, koska sama henkilö saattaa vastata jonkun joukkueen viestinnästä.

Mielestäni sähköisessä kyselyssä vastausaika ei kannata olla liian pitkä, koska vastaajan saatua tiedon hän useimmiten reagoi siihen heti tai sitten jättää reagoimatta. Useinkaan monen päivän kuluttua vastauksia ei enää tule, ellei ole sellainen tilanne, että joku lukee sähköpostinsa esimerkiksi matkan takia vasta myöhemmin. Liian lyhytkään vastausaika ei tietenkään saa olla, jotta mahdollisimman monella on mahdollisuus näistä poikkeussyistäkin vastaamisen ja tiedon saamiseen. Joskus tietenkin voi käydä niinkin, että esimerkiksi joku ei ehdi reagoimaan kymmenenkään päivän vastausaikaan. Tämäkin asia on niin riippuvainen henkilön käytännöistä ja tottumuksista.

Huomasin myös, että muistutuskyselyllä ei useinkaan saada paljon lisää vastauksia, lähinnä satunnaisia. Tutkimuksessani kaikki ei välttämättä laittanut huoltajien muistutusviestiä eteenpäin, koska en ainakaan kaikilta saanut vastausta sen eteenpäin laittamisesta, vaikka pyysin. Myöskään joukkue, joka ensimmäisellä kerralla tulosti saa-

tekirjeistäni paperiversiot, eivät varmaan millään keinolla muistuttaneet enää kyselystä. Muistutuskysely on kuitenkin hyvä tehdä, koska joku on esimerkiksi voinut unohtaa koko tutkimuksen tai muuten vain on ensimmäinen tiedote mennyt ohi. On myös mahdollista, että jos ensimmäinen viesti ei ole jostain syystä tavoittanut kaikkia kohderyhmään kuuluvia, niin toisella kerralla heidät voidaan mahdollisesti tavoittaa.

## LÄHTEET

Alajärvi, K., Herno, L., Koskinen, H. & Yrttiaho, L. 1999. Työelämän viestintä. Porvoo: WSOY.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsjävi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hurme, P. Yhteisöviestintä ja viestintäteknologia. [verkkodokumentti][Viitattu 22.4.2009] Saatavissa: [http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/yhtjavie\\_teksti.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/yhtjavie_teksti.html)

Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: vinkkejä aloittelevalle tutkijalle. 2007. Toim. Aaltola, J. & Valli, R. Juva: WS Bookwell Oy.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Inforviestintä.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Helsinki: Inforviestintä.

Kaijansinkko, P. Hopeaa kirkastamaan. [verkkodokumentti] 23.2.2009. [Viitattu 10.3.2009]. Saatavissa: <http://www.pesakarhut.fi/?id=E633AA28-67424108B04E-934E296E1C75>.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M. & Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita.

Lehtonen, J. 2003 Yhteisöviestinnän perusteet - verkko-oppimateriaali. [verkkodokumentti] [Viitattu 8.4.2009] Saatavissa: [http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen\\_viestinta.html](http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/termikirjasto/sisainen_viestinta.html)

Mäntynevä, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

Pessi-Järvenpää, P. 20 vuotta toimintaa ja tähtihetkiä. Satakunnan Kansan ilmoitusliite 17.3.2005, s.27.

Pesäkarhut Pori. 2009. [verkkosivut] [viitattu 10.3.2009] Saatavissa: <http://pesakarhut.fi>

Pesäpalloliitto. 20 vuotta toimintaa ja tähtihetkiä. [verkkodokumentti] 7.11.2005. [Viitattu 10.3.2009]. Saatavissa: <http://www.pesis.fi/artikkeliarkisto/?num=30353>.

Pulkkinen, T. Seuran tiedotustoiminta. [verkkodokumentti] [Viitattu 8.4.2009] Saatavissa:

[http://www.palloliitto.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/68828/file/SEURANTIEDOTUS\\_TOIMINTAFS.pdf](http://www.palloliitto.fi/mp/db/file_library/x/IMG/68828/file/SEURANTIEDOTUS_TOIMINTAFS.pdf)

Puro, J. 2004. Onnistu viestinnässä. Helsinki: WSOY.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma.

Urheiluseuran mediaopas. 2004. Suomen Liikunta ja Urheilu.

Vilkka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Virtualia AMK. Tutkimussuunnitelma määrällistä tutkimusta varten. [verkkodokumentti]. [viitattu 2.4.2009]. Saatavissa:

<https://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464114103/1194104887231/1194105949194.html.stx>

Wapari. 2009. [verkkodokumentti] [Viitattu 8.4.2009] Saatavissa:

[http://www.wapari.fi/tiedostot/Wapari\\_esite08.pdf](http://www.wapari.fi/tiedostot/Wapari_esite08.pdf)

Wiio, O. 2000. Viestinnän tietotekniikkaa ja esitysviestintää. Tampere: Tammerpaino.

Ziemann, M. SLU, Liikunnan ja Urheilun Maailma 12/07. Urheiluseuran viestintä.

[verkkodokumentti] [Viitattu 3.4.2009]. Saatavissa:

[http://www.phlu.fi/seuratoiminta/urheiluseuran\\_viestinta/](http://www.phlu.fi/seuratoiminta/urheiluseuran_viestinta/)



Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Pori  
Markkinointi ja viestintä  
Ilona Heinilä

**Saatekirje**

18.3.2009

Hei

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa, liiketalouden koulutusohjelmassa, markkinointia ja viestintää. Teen opinnäytetyönäni tutkimusta Pesäkarhujen juniorijoukkueiden sisäisestä viestinnästä. Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää ja parantaa Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää.

Selvitän tällä kyselyllä viestinnän nykytilaa valmentajien ja joukkueen toimihenkilöiden näkökulmasta. Myöhemmin tulen tekemään myös vanhemmille viestintää arvioivan kyselyn. Toivon, että vastaat kyselyyn ja saat näin ollen oman mielipiteesi mukaan tutkimukseen. Useampikin henkilö samasta joukkueesta saa vastata kyselyyn. Toivoisin kuitenkin saavani joka joukkueesta vähintään yhden vastauksen. Tämä on myös hyvä tilaisuus kehittää taas osaltaan yhteistä toimintaamme. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä. Kyselylomakkeeseen on aikaa vastata 10 päivää (18.3. – 27.3.2009).

Kyselyyn voit vastata osoitteessa:

<http://www.bit.spt.fi/asp/thequestions/thequestions.asp?HotOperation=pesakarhut1>  
(kopioi oheinen osoite tarvittaessa internet-selaimesi)

Täytä kysely ja paina lopuksi ”hyväksy vastukset”-linkkiä. Vastaamiseen menee aikaa noin 10-15 minuuttia. Tutkimuksen valmistuttua, toimitan tuloksista yhteenvetä kaikille valmentajille ja joukkueen toimihenkilöille luettavaksi / ”ohjeistukseksi”.

Ystävällisin terveisin,

Ilona Heinilä

[ilona.heinila@student.samk.fi](mailto:ilona.heinila@student.samk.fi)

040-5488989



Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Pori  
Markkinointi ja viestintä  
Ilona Heinilä

**Muistutuskirje**

28.3.2009

Hei

Haluaisin vielä muistuttaa sinua Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään liittyvästä, valmentajille ja muille joukkueiden toimihenkilöille osoitetusta kyselystä.

Toivon, että vastaat kyselyyn ja saat näin ollen oman mielipiteesi mukaan tutkimukseen. Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää ja parantaa Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää. Useampikin henkilö samasta joukkueesta saa vastata kyselyyn. Toivoisin kuitenkin saavani joka joukkueesta vähintään yhden vastauksen.

Täytä kysely ja paina lopuksi ”hyväksy vastukset”-linkkiä. Vastaamiseen menee aikaa noin 10-15 minuuttia. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä. Kyselylomakkeeseen on aikaa vastata vielä neljä päivää, 31.03.09 asti.

Kyselyyn voit vastat osoitteessa:

<http://www.bit.spt.fi/asp/thequestions/thequestions.asp?HotOperation=pesakarhut1>  
(kopioi oheinen osoite tarvittaessa internet-selaimesi)

Jos olet jo vastannut, kiitän vastauksistasi.

Keväisin terveisin,

Ilona Heinilä

[ilona.heinila@student.samk.fi](mailto:ilona.heinila@student.samk.fi)

040-5488989



**KYSELYLOMAKE VALMENTAJILLE /  
JOUKKUEEN TOIMIHENKILÖILLE**

*(Pesäkarhujen juniorijoukkueiden sisäisen viestinnän kartoitus)*

\*ei pakollinen tieto

**TAUSTATIEDOT**

**1. Mitä joukkuetta valmennat/missä joukkueessa olet mukana? (esim. D-95 tytöt)**

**2. Kuinka monta pelaajaa joukkueessasi on?**

**3. Mikä on tehtäväsi joukkueessa?**

- ei vastausta
- valmentaja
- joukkueenjohtaja
- jokin muu

**4. Kuinka kauan olet ollut mukana joukkueen toiminnassa?**

- alle vuoden
- 1-2 vuotta
- 2-3 vuotta
- 3-4 vuotta
- 4-5 vuotta
- yli 5 vuotta

**5. Vastaatko joukkueesi viestinnästä?**

- ei vastausta
- täysin
- osittain
- en lainkaan

**SEURAN / JUNIORIVALIOKUNNAN VIESTINTÄTAPOJEN  
KARTOITUS (juniorijoukkueille)**

**6. Mitä mieltä olet tämän hetkisestä Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäisestä viestinnästä ja tiedottamisesta?**

- erittäin hyvää
- hyvää
- melko hyvää
- ei hyvää eikä huonoa
- melko huonoa
- huonoa
- erittäin huonoa

**7. Saatko mielestäsi tietoa sisäisen viestinnän kautta (junioritoimintaan liittyviä asioista)?**

- liikaa
- melko paljon
- sopivasti
- melko vähän

- liian vähän

**8. Onko informaatiossa puutteita? Jos, minkälaisia? \***

**9. Onko viestintä mielestäsi useimmiten ymmärrettävää/selkeää?**

- ei vastausta
- täysin ymmärrettävää
- melko ymmärrettävää
- joskus ymmärrettävää, joskus ei
- pitäisi hieman selkeyttää
- pitäisi huomattavasti selkeyttää

**10. Saatko informaation seuralta / juniorivaliokunnalta useimmiten?**

- liian ajoissa
- melko ajoissa
- sopivana ajankohtana
- melko myöhään
- liian myöhään

**11. Miten saat informaation seuralta / juniorivaliokunnalta? (voit valita useamman vaihtoehdon)**

- sähköpostitse
- tekstiviestillä
- seuran internet-sivuilta
- puhelimitse

- palaverissa
- kasvokkain (henkilökohtaiset kontaktit)
- kirjallisesti (esim. paperilla)
- puskaradion kautta
- jollain muulla tavalla

**12. Jos vastasit edelliseen ”jollain muulla tavalla”, niin millä? \***

**13. Minkälaiset seuran internet-sivut mielestäsi ovat tiedonlähteenä?**

- erittäin hyvät
- hyvät
- melko hyvät
- ei hyvät eikä huonot
- melko huonot
- huonot
- erittäin huonot

**14. Miten mielestäsi vuorovaikutus ja yhteistyö seuran/juniorivaliokunnan kanssa toimii viestinnän osalta?**

- erittäin hyvin
- hyvin
- melko hyvin
- ei hyvin eikä huonosti
- melko huonosti
- huonosti

- erittäin huonosti

**15. Miten Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa? \***

**16. Arvosanasi Pesäkarhujen juniorien sisäiselle viestinnälle (seuran/juniorivaliokunnan ja joukkueiden välinen viestintä)? (1-10)**

**17. Muut vapaat kommentit Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään liittyen (seuran/juniorivaliokunnan ja joukkueiden välinen viestintä)? \***

### **OMAN VIESTINTÄSI / JOUKKUEESI VIESTINTÄTAPOJEN ARVIOINTI (junioreille / heidän huoltajilleen)**

**18. Toimiiko mielestäsi joukkueenne sisäinen viestintä ja tiedotus tällä hetkellä?**

- erittäin hyvin
- hyvin
- melko hyvin
- ei hyvin eikä huonosti
- melko huonosti
- huonosti
- erittäin huonosti

**19. Mitä viestintäkanavia käytät viestiessäsi/tiedottaessasi joukkueellesi? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- sähköposti
- tekstiviesti
- Wapari
- joukkueen internet-sivut



- puhelu
- ns. ”soittorinki”
- palaveri
- kasvokkain (henkilökohtaiset kontaktit)
- kirjallisesti (esim. paperilla)
- puskaradio
- jotain muuta

**20. Jos vastasit edelliseen ”jotain muuta”, niin mitä? \***

**21. Mitä viestintäkanavia käytät eniten? (valitse 3 eniten käyttämäsi viestintäkanavaa)**

- sähköposti
- tekstiviesti
- Wapari
- joukkueen internet-sivut
- puhelu
- ns. ”soittorinki”
- palaveri
- kasvokkain (henkilökohtaiset kontaktit)
- kirjallisesti (esim. paperilla)
- puskaradio
- jotain muuta

**22. Kuinka usein viestit joukkueellesi?**

- ei vastausta
- päivittäin
- kerran viikossa
- kerran kahdessa viikossa
- kerran kuukaudessa

- harvemmin

**23. Saatto mielestäsi viestinnälläsi tuloksia aikaan?**

- ei vastausta
- nopeasti
- vaihtelevasti
- vasta pidemmän ajan kuluttua
- en lainkaan

**24. Aiheutuuko viestinnästäsi kustannuksia? Jos, minkälaisia? \***

**25. Onko joukkueellanne selkeä systeemi siinä, kuka hoitaa pääsääntöisesti joukkueenne viestinnän? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- yksi henkilö hoitaa viestinnän
- sovimme tarkoin kuka viestii mitäkin
- joskus käy niin, että kukaan ei viesti
- joskus useampi saattaa viestiä samasta asiasta

**26. Onko viestintäsi nopea toteuttaa?**

- erittäin nopeaa
- nopeaa
- melko nopeaa
- ei nopeaa eikä hidasta
- melko hidasta
- hidasta

- erittäin hidasta

**27. Minkälaista palautetta olet valmentajana/muuna joukkueen toimihenkilönä saanut joukkueesi viestinnästä? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- positiivista
- negatiivista
- en ole saanut palautetta

**28. Miten mielestäsi vuorovaikutus ja yhteistyö joukkueesi/vanhempien kanssa toimii viestinnän osalta?**

- erittäin hyvin
- hyvin
- melko hyvin
- ei hyvin eikä huonosti
- melko huonosti
- huonosti
- erittäin huonosti

**29. Miten joukkueesi sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa? \***

**30. Muut vapaat kommentit joukkueesi sisäiseen viestintään liittyen (valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden ja pelaajien/vanhempien välinen viestintä)? \***

## VALMENTAJIEN JA JOUKKUEEN TOIMIHENKILÖIDEN KYSELYN AVOIMET VASTAUKSET KOOTUSTI

**KYSYMYS 8.: *Onko informaatiossa puutteita? Jos, minkälaisia?***

**VASTAUKSET:**

- Nopeampia vastauksia sähköposti kyselyihin.
- Välillä kaikki tieto ei välity tarpeeksi ajoissa tietoisuuteen.
- Ei.
- Toisinaan tieto tulee viime tipassa.
- Tilanne on parantunut totaalisesti viime vuodesta, jolloin seurasin tilannetta vähän sivummalta.

**KYSYMYS 15.: *Miten Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa?***

**VASTAUKSET:**

- Mikä on junjorivaliokunta ???
- Jonkinlainen osto- / myynti palsta seuran sivuilla olisi kiva. Voisi Esim. Pieniä piikkareita kaupata.
- Tänä vuonna homma toimii paremmin kuin viime vuonna, kiitos! ;)
- Pyörii nyt kaiken kaikkiaan paremmin kuin viime vuonna, koska entinen junioripäällikkö oli saamaton ja laiska.
- Keskustelu on avointa ja junioritoiminnassa mukana olevien mielipiteitä ja ehdotuksia kuunnellaan ja otetaan selvästi huomioon toimintaa kehitettäessä.
- Tällä hetkellä olen saanut tarvittavan informaation sähköpostitse ja mahdollisuus on kuitenkin aina kysyä mieltä askarruttavia asioita luotettavalta junioripäälliköltä Juuli Kemiläiseltä!

**KYSYMYS 24.: *Aiheutuuko viestinnästäsi kustannuksia? Jos, minkälaisia?***

**VASTAUKSET:**

- Ei koidu, maksan itse kaikki.
- Tekstiviestin hinnat.
- Puhelinkuluja.
- Ei.
- Totta kai aiheutuu. Sähköä, bensaa...jopa kengät kuluu kun kävelee.
- Puhelinkuluja, kopiopaperikuluja.

- Lähinnä todella pieniä puhelinkustannuksia.

**KYSYMYS 29.: *Miten joukkueesi sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa?***

**VASTAUKSET:**

- Saattaisi olla hyvä jos katsoisi kokonaan uudelleen mutta pakka valmentaminen vievän koko ajan.
- Tietysti voisi olla hyvä, että myös viestit menisivät perille...joskus tosiaan on niin, että nettiä ei lueta tai laput jäävät kassiin...ehkä vastaan tuloa myös viestittäväältä osapuolelta.
- Homma Toimii !!!
- Seuran nettisivujen käyttö.
- Yhteisiä palavereja pitäisi järjestää enemmän, mutta oma henkilökohtainen ajankäyttöni alkaa olla ongelma. Kevätaika on melko tapahtumarikasta aikaa joukkueelle ja aikaa menee tällä ehkä enemmän kuin voisoin toimintaan laittaa.
- Pitämällä säännöllisesti valmennustiimin palavereita.

**KYSYMYS 30.: *Muut vapaat kommentit joukkueesi sisäiseen viestintään liittyen (valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden ja pelaajien/vanhempien välinen viestintä)?***

**VASTAUKSET:**

- Kun paljon puhutaan niin aina asiat selkeytyvät. Ja kun joukkueessa on monta henkilöä ja montaa mieltä niin täytyy kaikkia kuunnella. Eli kultaista keskitietä joka päivä haetaan.
- Kaipailen joukkueenjohtajakoulutusta seuralta. en välttämättä pidä siitä, että kaikki täytyy oppia kantapäähän kautta ja vähän "viime tingassa". Yleisesti ottaen olen todella tyytyväinen Pesäkarhujen seuratoimintaan ja sen suhtautumiseen junioritoimintaan. Asiat on hoidettu hyvin, ja seurassa on halu parantaa edelleen.

Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Pori  
Markkinointi ja viestintä  
Ilona Heinilä

**Saatekirje**

1.4.2009

Hei

Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa, liiketalouden koulutusohjelmassa, markkinointia ja viestintää. Teen opinnäytetyönäni tutkimusta Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäisestä viestinnästä. Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää ja parantaa Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää.

Arvioin tällä kyselyllä viestinnän nykytilaa juniorien huoltajien näkökulmasta. Toivon, että vastaat kyselyyn ja saat näin ollen oman mielipiteesi mukaan tutkimukseen. Kaikki saavat vastata, joille kysely on lähetetty sähköpostitse. Toivon kuitenkin ainakin yhtä vastausta yhtä junioria kohden. Tämä on hyvä tilaisuus kehittää toimintaa ja antaa palautetta viestinnän osalta. Teidän mielipiteenne on tärkeä tutkimuksen tulosten kannalta, koska tuloksilla pyritään vaikuttamaan erityisesti juuri niihin asioihin, joissa olette kokeneet puutteita tai ongelmia. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä. Kyselylomakkeeseen on aikaa vastata 10 päivää (1.4. – 10.4.2009). Täytä kysely ja paina lopuksi ”hyväksy vastukset”-linkkiä. Vastaamiseen menee aikaa noin 5-10 minuuttia.

Kyselyyn voit vastata osoitteessa:

<http://www.bit.spt.fi/asp/thequestions/thequestions.asp?HotOperation=pesakarhut2>

(kopioi oheinen osoite tarvittaessa internet-selaimesi)

Ystävällisin terveisin,

Ilona Heinilä

[ilona.heinila@student.samk.fi](mailto:ilona.heinila@student.samk.fi)

040-5488989



Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Pori  
Markkinointi ja viestintä  
Ilona Heinilä

**Muistutuskirje**

11.4.2009

Hei

Haluaisin vielä muistuttaa sinua Pesäkarhujen juniorien huoltajille suunnatusta, opinnäytetyöni kyselystä. Teen tutkimusta Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäisestä viestinnästä. Tutkimuksen tarkoituksena on kehittää ja parantaa Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäistä viestintää.

Toivon, että vastaat kyselyyn ja saat näin ollen oman mielipiteesi mukaan tutkimukseen. Kaikki, joille kysely on lähetetty sähköpostitse, saavat vastata siihen. Toivon kuitenkin ainakin yhtä vastausta yhtä junioria kohden. Tämä on hyvä tilaisuus kehittää toimintaa ja antaa palautetta viestinnän osalta. Teidän mielipiteenne on tärkeä tutkimuksen tulosten kannalta, koska tuloksilla pyritään vaikuttamaan erityisesti juuri niihin asioihin, joissa olette kokeneet puutteita tai ongelmia. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä. Kyselyyn on aikaa vastata 17.04.09 asti. Jos suora linkki kyselylomakkeeseen ei toimi, kopio linkki internet-selaimesi osoiteriville. Täytyy kysely ja paina lopuksi ”hyväksy vastukset”-linkkiä. Vastaamiseen menee aikaa noin 5-10 minuuttia.

Kyselyyn voit vastata osoitteessa:

<http://www.bit.spt.fi/asp/thequestions/thequestions.asp?HotOperation=pesakarhut2>

(kopioi oheinen osoite tarvittaessa internet-selaimesi osoiteriville)

Jos olet jo vastannut kyselyyn, kiitän vastauksistasi!

Keväisin terveisin,

Ilona Heinilä

[ilona.heinila@student.samk.fi](mailto:ilona.heinila@student.samk.fi)

040-5488989



## **KYSELYLOMAKE JUNIORIEN HUOLTAJILLE**

*(Pesäkarhujen juniorijoukkueiden sisäisen viestinnän arviointi)*

\* ei pakollinen tieto

### **TAUSTATIEDOT**

**1. Missä joukkueessa lapsesi pelaa? (esim. D-95 tytöt)**

**2. Kuinka kauan lapsesi on pelannut pesäpalloa Pesäkarhuissa?**

- alle vuoden
- 1-2 vuotta
- 2-3 vuotta
- 3-4 vuotta
- 4-5 vuotta
- yli 5 vuotta

**3. Oletko itse seurannut joukkueen viestintään liittyviä asioita?**

- ei vastausta
- aktiivisesti
- jonkin verran
- en lainkaan

**VALMENTAJIEN / JOUKKUEEN TOIMIHENKILÖIDEN VIES-  
TINTÄ (sinulle / lapsellesi)**



**4. Mitä mieltä olet tämänhetkisestä joukkueen sisäisestä viestinnästä ja tiedottamisesta?**

- erittäin hyvää
- hyvää
- melko hyvää
- ei hyvää eikä huonoa
- melko huonoa
- huonoa
- erittäin huonoa

**5. Viestivätkö valmentajat/joukkueen toimihenkilöt? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- pelaajille
- huoltajille
- ei kenellekään
- joillekin muille

**6. Saatko mielestäsi tietoa sisäisen viestinnän kautta (joukkueen asioihin liittyen)?**

- liikaa
- melko paljon
- sopivasti
- melko vähän
- liian vähän

**7. Onko informaatiossa puutteita? Jos, minkälaisia? \***

**8. Onko saamasi tieto useimmiten mielestäsi olennaista ja tarpeellista?**

- kyllä, täysin
- kyllä, jonkin verran
- joskus on, joskus ei ole
- ei kovin
- ei lainkaan

**9. Onko viestintä mielestäsi useimmiten ymmärrettävää ja selkeää?**

- ei vastausta
- täysin ymmärrettävää
- melko ymmärrettävää
- joskus ymmärrettävää, joskus ei
- pitäisi hieman selkeyttää
- pitäisi huomattavasti selkeyttää

**10. Saatko informaation valmentajilta/joukkueen toimihenkilöiltä useimmiten?**

- liian ajoissa
- melko ajoissa
- sopivana ajankohtana
- melko myöhään
- liian myöhään

**11. Kuinka usein sinulle keskimäärin tiedotetaan?**

- ei vastausta
- päivittäin
- kerran viikossa
- kerran kahdessa viikossa
- kerran kuukaudessa
- harvemmin

**12. Miten saat informaation valmentajilta/joukkueen toimihenkilöiltä useimmiten? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- sähköpostitse
- tekstiviestillä
- Waparin kautta
- joukkueen internet-sivuilta
- puhelimitse
- ns. ”soittoringin” kautta
- palavereissa
- kasvokkain (henkilökohtaiset kontaktit)
- kirjallisesti (esim. paperilla)
- puskaradion kautta
- jollain muulla tavalla

**13. Jos vastasit edelliseen ”jollain muulla tavalla”, niin millä? \***

**14. Minkälaiset joukkueen internetsivut mielestäsi ovat tiedonlähteenä?**

- erittäin hyvät
- hyvät
- melko hyvät
- ei hyvät eikä huonot
- melko huonot
- huonot
- erittäin huonot

**15. Reagoitko saamaasi informaatioon?**

- ei vastausta
- nopeasti
- vaihtelevasti
- vasta pidemmän ajan kuluttua
- en lainkaan

**16. Oletko antanut koskaan joukkueen valmentajille tai muille toimihenkilöille palautetta viestinnästä/ tiedottamisesta? (voit valita useammankin vaihtoehdon)**

- positiivista
- negatiivista
- en ole antanut palautetta

**17. Miten mielestäsi vuorovaikutus ja yhteistyö valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden kanssa toimii viestinnän osalta?**

- erittäin hyvin
- hyvin

- melko hyvin
- ei hyvin eikä huonosti
- melko huonosti
- huonosti
- erittäin huonosti

**18. Miten Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa? \***

**19. Arvosanasi Pesäkarhujen juniorien sisäiselle viestinnälle (valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden ja huoltajien/lasten välinen viestintä)? (1-10)**

**20. Muut vapaat kommentit Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään liittyen (valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden ja huoltajien/lasten välinen viestintä)? \***

## HUOLTAJIEN KYSELYN AVOIMET VASTAUKSET

### KOOTUSTI

#### **KYSYMYS 7.: *Onko informaatiossa puutteita? Jos, minkälaisia?***

##### **VASTAUKSET:**

- Ei ole puutteita.
- Ei mainittavaa puutetta.
- Harkkalistat voisivat JOSKUS tulla aikaisemminkin.
- Nyt toimihenkilömuutosten jälkeen informaatio kulkee paljon paremmin.
- Seuran viestintää joukkueille / vanhemmille voisi tehostaa. Joukkueen sisäinen tiedotus hoituu mainiosti jjohtajan ja valmentajien toimesta.
- Joskus tieto tulee "viime tipassa" johtuen ehkä siitä, että tiedottaja on itse saanut viestin myöhään?
- Melko hyvää on ollut - ei erityistä korjaamisen tarvetta mielestäni.
- EI.
- Informaatio toimii hyvin.
- Jos esim. harkoissa muutoksia, tieto samana päivänä netissä, aina ei ehdi koneelle joka päivä.
- Ei.

#### **KYSYMYS 18.:*Miten Pesäkarhujen juniorien sisäistä viestintää voitaisiin mielestäsi kehittää ja parantaa?***

##### **VASTAUKSET:**

- Juniorijaoston viestintää voi parantaa, esim. nettisivuilla toivotettiin hyvää joulua vielä maaliskuussakin!!!!
- Pesäpallo ja varsinkin pelit ja ulkoarjoitukset painottuvat pitkälti kesään. Vaihtoehtona netin kautta tulevalle viestinnälle tulisi olla esim. tekstiviesti - sillä kaikki eivät kesäaikaan vastaa aivan samaan tahtiin sähköposteihinsa kuin talvella. Tekstiviesti ei voi olla edes kustannuskysymys - niitä lähettää jopa ilmaiseksi.
- Tieto riittävän ajoissa joukkueille ja sitä kautta huoltajille. Aiemmin ollut ongelmaa että tieto esim. tuomarivuoroista on tullut aika viime hetkellä.
- Seuratiedote pelaajille ja vanhemmille esim. kerran kuukaudessa päätoimintakausien aikana. Keväällä tullut seuran lähettämä tiedote oli hyvä, jatkoa toivotaan (esim. sähköpostiversio).
- www-sivujen kehittäminen.

- Viime kesänä tuomarivuorot jakaantuivat epätasaisesti ja niistä informoitiin huonosti.
- SÄHKÖPOSTIRYHMÄLLÄ VANHEMMILLE.
- Nettisivut on hyvä pitää aina ajan tasalla ja tiedottaa mieluummin enemmän kuin vain välttämätön.
- En osaa sanoa.
- Internet on todella hyvä ja nopea kanava. Päivityksiä useimminkin ja kaikki asiat sinne.
- Tällä hetkellä viestintä toimii kohtalaisesti, ehkä jonkin verran voisi karsia viestien määrää niin, että viestit kulkevat oikeille henkilöille suhteutettuna viestin sisältöön.
- Sähköpostit ajoissa ja muut tiedot myös.
- Hyvä näin.

**KYSYMYS 20.: *Muut vapaat kommentit Pesäkarhujen junioritoiminnan sisäiseen viestintään liittyen (valmentajien/joukkueen toimihenkilöiden ja huoltajien/lasten välinen viestintä)?***

**VASTAUKSET:**

- Iso kiitos toimihenkilöille!
- Joukkueen huoltaja toimii kiitettävän aktiivisesti viestinnässä eikä puutteita ole.
- Viestinnän laatu ja määrä ovat varmasti kovin joukkuekohtaisia. Tyttäreni joukkueessa asiat ovat erinomaisesti hoidettu.
- Mukava todeta, että seurassa kiinnitetään huomiota viestinnän kehittämiseen. Hyvällä ja avoimella tiedottamisella on mahdollisuus vaikuttaa positiiviseen seurahenkeen, vanhempien osallisuuteen ja seurakulttuurin kehittämiseen.
- Parantamisen varaa on enemmänkin seuran junioritoiminnan yleisessä viestinnässä, ei niinkään D-96 joukkueen sisällä.
- Tällä hetkellä ei negatiivista sanottavaa.
- Tänä vuonna on viestintä toiminut moitteettomasti...aina ei ole ollut näin...viestintä riippuu niin paljon viestittävän henkilön aktiivisuudesta.
- Meillä toimii tosi hyvin, Eijalle kiitos!