

Tampereen ammattikorkeakoulu, ylempi amk-tutkinto
Mediatuottamisen koulutusohjelma
Marika Kelokari



YHTEISÖLLISTÄ VERKKOVIESTINTÄÄ

- sosiaalinen media Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittämisessä

Työn tilaaja: Suomen Agilityliitto ry
Työn ohjaaja: Leena Mäkelä
Tampere 12/2009

Tampereen ammattikorkeakoulu, ylempi amk-tutkinto
Mediatuottamisen koulutusohjelma

Tekijä	Marika Kelokari
Työn nimi	Yhteisöllistä verkkoviestintää – sosiaalinen media Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittämisessä
Sivumäärä	49
Valmistumisaika	18.12.2009
Työn ohjaaja	Yliopettaja Leena Mäkelä
Työn tilaaja	Suomen Agilityliitto ry

TIIVISTELMÄ

Tämän kehittämishankkeen tavoitteena oli selvittää kuinka vapaaehtoistyövoimalla toimiva urheiluliitto voisi parantaa verkkoviestintänsä ajantasaisuutta ja ammattimaisuutta sekä vuorovaikutus- ja osallistumismahdollisuuksia sosiaalisen median avulla. Kehittämishanke oli tärkeää toteuttaa liiton verkkoviestinnän ongelmien ratkaisemiseksi ja toimivan viestinnän turvaamiseksi.

Kehittämishankkeen määrittelyssä käytettiin EU-hankkeissa yleisesti käytettyä hanketoiminnan menetelmää sekä avointa lajin harrastajille suunnattua kyselyä liiton verkkoviestinnästä. Kehittämishankkeen lopullinen rajaus tapahtui hanketoiminnan menetelmän avulla. Sosiaalista mediaa käsittelevä aineisto on pääasiassa peräisin sosiaalisen median palveluiden avulla löydettyistä lähteistä.

Työn tuloksena syntyi pidemmän aikavälin kehitykseen soveltuva kehittämishanke Suomen Agilityliiton verkkoviestinnälle. Kehittämishankkeesta saatuja tuloksia on jo hyödynnetty liiton verkkoviestinnän uudistuksen ensimmäisessä vaiheessa, ja se sisältää paljon aineksia myös jatkokehitykseen.

Avainsanat: sosiaalinen media, blogit, wikit, osallistuminen, sosiaalinen jakaminen, yhteistyö, vuorovaikutus, verkkoviestintä

TAMK University of Applied Sciences, Master's Degree
MA in Media Management

Writer	Marika Kelokari
Title	Social web communications – developing Finnish Agility Association's web communications with social media
Pages	49
Graduation Time	December 18, 2009
Thesis Supervision	Leena Mäkelä
Co-operating Company	Finnish Agility Association

ABSTRACT

The goal of this thesis was to study how a sports association which operations are almost solely dependent on voluntary workers could improve their web communications to be timely and professional with proper interaction and collaboration possibilities enabled by social media. It was very important to establish a plan to solve all the problems that had appeared in the association's web communications and to resolve those problems. This thesis includes that development plan along with full details on the current state.

A well-known management tool that is widely used on EU-projects was used in defining the content of this thesis. Also a web study was conducted among people interested in the sports. The source materials used in this thesis were found mainly through social media channels.

The result of this thesis is a longer term development plan for the Finnish Agility Association's (FAA) web communications. The results of this thesis have already been used in the first improvement project of FAA's web communications, but it also includes a lot to work on in the future.

Keywords: social media, blogs, wikis, participation, social sharing, collaboration, interactivity, web communications, agility

Esipuhe

Tämän opinnäytetyönäni suunnittelemani kehittämishankkeen laatiminen on ollut pitkä ja opettavainen prosessi. Aiheen rajaaminen oli haastavaa, ja olinkin ensin tyytyä suppeampaan ja tutumpaan rajaustapaan, josta lopulta syntyi tämän kehittämishankkeen määrittelemä perusparannushanke. Alkuun aiheeni näkökulmaa tuntui piirittävän varsinainen runsaudenpula: en tiennyt miltä kannalta asioita käsittelisin. Kesän mittaisen kirjoitustauon aikana Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän käytännön työt herättivät useita uusia ideoita. Ymmärsin voivani oppia kehittämishankkeesta enemmän käsittelemällä pidemmän aikavälin kehityssuunnitelmia lyhytkestoisemman uudistushankkeen sijaan.

Kehittämishankkeeseen on koottu tulokset Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän nykytilasta ja siitä kuinka vapaaehtoisvoimin toimiva liitto voisi hyödyntää sosiaalista mediaa. Opinnäytetyöni on tarkoitettu liiton verkkoviestinnän kehittämistä vauhdittavaksi ja selkeyttäväksi pitkän aikavälin suunnitelmaksi. Samalla se on kurkistus Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän tilaan liiton toiminnan ensimmäisinä vuosina 2006–2009.

Erityisesti haluan kiittää opinnäytetyöni ohjaajaa, yliopettaja Leena Mäkelää käsittämättömästä kärsivällisyydestä ja upeasta kyvystä löytää asioiden ydin pienten ja rikkonaisten sisältöjen seasta. Niko Kososelle haluan esittää kiitokseni kehittämishankkeeni käynnistämisen verkkosivu-uudistuksen asiantuntevasta ja toiveeni ylittävästä teknisestä toteutuksesta. Sydämelliset kiitokset myös vanhemmilleni ja kaikille ystävilleni tuesta kahden kiivaan kirjoitusjakson aikana. Jaakko Latikalle keskusteluista, kannustuksesta ja kritiikistä. Tiina Ruipolle stressittömään tilaan vievästä rikkaasta mielikuvituksesta. IPS:lle tsempeistä ja lisäenergiasta. Jolle ja Chrisille loputtomasta positiivisuudesta ja uskosta. Juhanille kaikesta.

Tampereella joulukuussa 2009
Marika Kelokari

Sisällys

1 Johdanto	5
2 Viestintä uudistuksen lähtökohdat ja sosiaalinen media	8
2.1 Suomen Agilityliitto – agilitytoiminnan edistäjä ja kehittäjä	8
2.2 Sosiaalinen media	10
3 Verkkoviestinnän nykytila ja ongelmat	13
3.1 Harrastajat eivät saa tarpeeksi tietoa liiton palveluista	17
3.2 Tiedon etsiminen Suomen Agilityliiton verkkosivuilta	18
3.3 Liiton ja harrastajien vuorovaikutus	20
4 Sosiaalisen median tuomat ratkaisut ongelmiin	22
4.1 Osallistuminen ja vuorovaikutus onnistuvat	23
4.2 Helppoa sisällöntuotantoa ja julkaisua avoimilla alustoilla	25
4.3 Kohderyhmien huomiointi	29
5 Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittäminen	32
5.1 Kehittämishankkeen tavoitteet	32
5.2 Kehittämishankkeen rajaus	33
5.3 Onnistumisen mittarit	34
5.3.1 Osallistuminen ja vuorovaikutus	35
5.3.2 Suomalaisen agilityharrastajan paras tiedonlähde	36
5.4 Laaja kehittämishanke toteutetaan pienempinä kokonaisuuksina	37
6 Loppusanat	40
6.1 Kriittinen arviointi	41
6.2 Suositukset tulevalle kehittämiselle	42
Lähteet	44
Liitteet	46

1 Johdanto

Suomen Agilityliitto on nuori valtakunnallinen liikunta- ja urheilujärjestö, joka on ennakkoluulottomasti määritellyt verkkoviestinnän tärkeimmäksi viestintätavakseen. Liiton viestintä on kuitenkin jäänyt sille tasolle kuin se oli liittoa perustettaessa vuoden 2006 alussa, sillä sitä ei ole koskaan kokonaisvaltaisesti suunniteltu tai kehitetty. Vapaaehtoisvoimin toimivassa liitossa tilanne ei ole varsinaisesti yllättävä, mutta suunnittelematon ja kehittymätön toiminta ei ole myöskään sopiva ratkaisu.

Muutosten tahti ja asiakkaiden muuttuvat vaatimukset ovat nykyisin sellaisia, että yritykset eivät voi enää toimia pelkästään sisäisten resurssiensa varassa yrittäessään täyttää ulkoisia vaatimuksia, toteaa Tapscott (2006, 19-20). Hänen mielestään yritysten tulee luoda uutta yhdessä kaikkien kanssa: kumppaneiden, jopa kilpailijoiden, mutta ennen kaikkea asiakkaidensa kanssa. Tätä liiketoimintamallia hyödynnetään vasta kaikkein edistyneisimmissä yrityksissä, joista parhaat esimerkit löytyvät sosiaalista mediaa hyödyntävistä palveluista. Vapaaehtoisorganisaatioille kuten Suomen Agilityliitto tämän toimintamallin tulisi olla itsestään selvä elinehto, mutta liiton täytyy myös pystyä tarjoamaan helpot ja vaivattomat puitteet osallistumiseen.

Tämän ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyönä toteutetun kehittämishankkeen tavoitteena on selvittää kuinka pääasiassa vapaaehtoisvoimin pyörivä liitto voisi parantaa verkkoviestintäänsä niin, että vuorovaikutus, osallistumismahdollisuudet ja tiedonkulku liiton ja lajin harrastajien kesken paranisivat. Tavoitteenani on suunnitella liitolle sellaiset verkkopalvelut, että lajin harrastajat saavat liiton palveluista tarpeeksi tietoa ja voivat halutessaan osallistua liiton toimintaan ja lajin kehittämistyöhön verkossa. Siksi sosiaalisen median käyttö liiton verkkoviestinnässä on kehityshankkeeni punainen lanka.

Toimin Suomen Agilityliiton tiedottajana liiton viestinnästä ja markkinoinnista vastaten. Minut valittiin tähän tehtävään ja liiton hallitukseen vuoden 2008 huhtikuussa järjestetyssä liiton vuosikokouksessa. Tätä ennen ehdin toimia muutaman kuukauden tiedotustoimikunnan vetäjänä jo tällöin huomaten tiedonkulussa vaikeuksia liiton sisällä, sekä harrastajien ja liiton välillä. Lajin tuoreena harrastajana näin

ongelmakohtina etenkin huonon läpinäkyvyyden liiton toimintaan ja lajin kehitykseen, joka ilmenee muun muassa satunnaisena tyytymättömyytenä liiton hallituksen päätöksiin. Samalla liiton hyötyjä on jossakin määrin vaikeampi perustella harrastajille puhumattakaan agilityn urheilullisen imagon kohottamisesta mediassa. Kiinnostukseni verkkoviestinnän kehityshankkeeseen lähtikin juuri näistä viestinnän haasteista ja halusta kyetä aktivoimaan harrastajia mukaan lajiliiton toimintaan. Näin erityisesti verkkoviestinnässä monta sellaista ongelmaa, joihin halusin lähteä etsimään ratkaisuja. Työelämässä olen ollut mukana vastaavissa kehittämishankkeissa, mutta Suomen Agilityliiton erityishaasteena on sen toimijoiden vapaaehtoisuus. Lajin harrastajat ovat Suomen Agilityliiton kantava voimavara ja eteenpäin vievä voima, ja liiton on löydettävä entistä parempia keinoja olla vuorovaikutuksessa kaikkialla Suomessa asuviin harrastajiin.

Kehittämishankkeen määrittelyssä olen käyttänyt EU-hankkeissa yleisesti käytettyä hanketoiminnan menetelmää. Menetelmän avulla olen etsinyt Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmakohdat, jotka on sitten käännetty viestinnällisiksi tavoitteiksi. Näiden tavoitteiden kautta lähdin määrittelemään sopivia ratkaisuja ja itse hankekokonaisuutta. Kehittämishankkeessa on huomioitu myös harrastajien mielipide, joka vahvisti sosiaalisen median hyödyntämisen järkevyyttä. Toteutin harrastajille keväällä 2009 kyselyn Suomen Agilityliiton verkkoviestinnästä, ja tämän kyselyn tulokset on otettu huomioon hankkeen määrittelyssä ja jatkosuosituksissa.

Kehittämishankkeen toisessa luvussa kuvailen hankkeen lähtökohdat, toimijat ja tavoitteet. Suomen Agilityliiton toimintamallin ohella valotan lukijoille sosiaalisen median luonnetta. Liiton verkkoviestinnän nykytilaa ja sen ongelmia olen avannut tarkemmin kolmannessa luvussa. Neljännessä luvussa konkretisoin sosiaalisen median tarjoamia ratkaisuja Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmiin. Viidennessä luvussa käyn läpi kehittämishankkeen tavoitteet ja rajauksen, sekä esitän suunnitelman Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittämiseksi. Esittelen myös hankkeen onnistumisen mittarit.

Tämä kehittämishanke on laajemman tason suunnitelma Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittämiseksi. Käytännön kehittämistyötä tehdään liitossa pienempinä kokonaisuuksina. Sain tästä kehittämishankkeesta tarvittavat tiedot verkkoviestinnän perusparannukseen jo kesän 2009 alussa. Liiton oli saatava hyvän

verkkoviestinnän perusedellytykset kuntoon mahdollisimman pian. Verkkosivuston perusparannus valmistuukin samaan aikaan tämän laajemman kehittämishankkeen kanssa. Perusparannusten valmistuttua uudistuksissa pidetään seurantavaihe, jonka aikana tärkeintä on agilityharrastajien aktivoiminen mukaan liiton toimintaan verkossa. Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän seuraava kehitysvaihe lienee tässä kehittämishankkeessa esiteltyjen laajempien verkkopohjaisten yhteistyömahdollisuuksien lisääminen.

2 Viestintä uudistuksen lähtökohdat ja sosiaalinen media

Tässä luvussa kuvailen kehityshankkeen lähtökohdat, toimijat ja tavoitteet. Kerron Suomen Agilityliitosta organisaationa sekä sen viestintätoiminnoista yleisellä tasolla. Käyn myös läpi mitä sosiaalinen media on, ja perustelen lyhyesti sen suosimisen järkevyyttä.

2.1 Suomen Agilityliitto – agilitytoiminnan edistäjä ja kehittäjä

Suomen Agilityliitto ry (SAGI) on suomalaisten agilityä harrastavien yhdistysten muodostama valtakunnallinen lajiliitto. Liiton pääasiallisena tarkoituksena on ”edistää ja kehittää agilityurheilua, -liikuntaa ja -harrastetoimintaa tavoitteenaan ihmisten fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen kehittäminen. Liiton perustana ovat liikunnan eettiset arvot ja urheilun reilun pelin periaatteet sekä tasa-arvon edistäminen.” (Suomen Agilityliiton säännöt 2006, 1.)

Suomen Agilityliitolla on tällä hetkellä 186 jäsenyhdistystä, joissa arvioidaan olevan noin 40 000 henkilöjäsentä. Heistä aktiivisia agilityn harrastajia on yli 11 000 (Hakemus Suomen Liikunta... 2009, 1). Vuonna 2008 Suomessa järjestettiin noin 700 agilitykilpailua, joissa tehtiin lähes 66000 kilpailusuoritusta. Lisensoitujen harrastajien määrä kasvaa noin neljä prosenttia vuodessa. Suomessa agilityä on harrastettu vuodesta 1986. Lajin suosion lisääntyessä ja painopisteen siirtyessä enenevässä määrin koirista myös ihmisten liikunnallisuuden tukemiseen sekä urheilullisen näkökulman korostamiseen suomalaiset agilityseurat kokivat välttämättömäksi valtakunnallisen Suomen Agilityliitto ry:n perustamisen. Liitto perustettiin tammikuussa 2006, ja se on toistaiseksi yhä maailman ainut agilitylajiliitto. Historiallisista syistä muissa agilityä harrastavissa maissa agilitytoiminta kuuluu yhä kenneltoiminnan alle. Suomi on agilitymaana edelläkävijän asemassa, sillä lajiliitto mahdollistaa agilitytoiminnan kehityksen myös ihmisten urheilullisesta näkökulmasta. Suomen Agilityliitto onkin Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n tuore tukijäsen, sekä Suomen Kennelliiton jäsen. Näiden jäsenyyksien kautta liitto varmistaa lajin tasapainoisen kehityksen sekä koirat että ihmiset huomioiden.

Suomen Agilityliiton toiminta voidaan jakaa kolmeen pääalueeseen: nuorisotoimintaan, harrastustoimintaan ja huippu-urheiluun, joista kutakin osa-aluetta tuetaan sekä koulutus- että kilpailutoiminnan osalta. Hallinto, viestintä ja markkinointi, tietotekniset ja kalustoratkaisut, sekä muut vastaavat tukitoiminnot ovat olemassa varsinaisen toiminnan tukemiseksi. Suomen Agilityliitto tarjoaa jäsenyhdistyksilleen ja lajin harrastajille monipuolisia palveluita, joita vasta liiton perustamisen jälkeen on pystytty Suomessa kehittämään nimenomaan ihmisen ja koiran yhteistyön tuloksia korostavasta näkökulmasta. Agilityurheilun edistäminen ja kehittäminen kustannetaan merkittävilta osin yksittäisten harrastajien lisenssimaksuilla, jolloin kustannuksia voidaan jakaa tasapuolisesti kaikkien lajin harrastajien kesken. Mahdollisuus Agilityliiton toiminnan rahoittamiseen yhteistyökumppaneiden kautta on tullut mahdolliseksi vasta tänä vuonna johtuen Suomen Kennelliiton aiemmista yhteistyökumppanisopimuksista.

Suomen Agilityliitto on pääasiassa vapaaehtoisvoimin toimiva organisaatio, jolla on tällä hetkellä vain kaksi palkattua työntekijää: toiminnanjohtaja sekä osa-aikainen toimistosihteeri. Vapaaehtoisorganisaation johtaminen on erittäin haasteellista, sillä erityisesti toimijoiden pitkäaikainen sitouttaminen toimikuntiin on vaikeaa ja liiton töitä tehdään pääasiassa palkatta muiden töiden ohella. Vastaan Suomen Agilityliiton hallituksen jäsenenä ja liiton tiedottajana. Viestintää ja tiedotusta tarvittaisiin hoitamaan useampikin henkilö, jotta operatiivisen toiminnan lisäksi olisi mahdollista tehdä tehokkaasti myös kehitystyötä. Liiton tärkeimmäksi viestintäkanavaksi on määritelty Internet jo liittoa perustettaessa. Vuoden 2006 alussa perustetulle liitolle ei ole kuitenkaan vielä koskaan kirjattu viestintäsuunnitelmaa, eikä liiton läsnäoloa verkossa ole konseptoitu. Liiton nykyistä yhteydenpitoa jäsenseuroihin ja agilityn harrastajiin voidaan kutsua tiedottamiseksi. Erona kommunikaatioon eli viestintään, jolla tarkoitetaan yhteiseksi tekemistä monille, jakamista ja osallistumista, tiedottaminen ilmaisee paremmin yksisuuntaista yleisölle suuntautuvaa tiedonjakelua. (Karvonen 2005). Lähetän jäsenseuroille ja tarvittaessa lehdistölle tiedotteita sähköpostitse. Julkaisen tiedotteet myös Suomen Agilityliiton verkkosivuilla, josta ne ovat kaikkien harrastajien luettavissa.

Liiton toiminta on erittäin riippuvaista vapaaehtoisten agilityharrastajien panoksesta. Liiton viestinnän tärkeimmiksi tavoitteiksi voidaankin nostaa tehokas yhteydenpito

jäsenseuroihin ja harrastajiin, sekä harrastajien aktivoiminen mukaan agilityurheilun kehittämiseen kansallisella tasolla. Saadakseen lisää harrastajia mukaan toimintaansa Suomen Agilityliiton on onnistuttava muuttamaan tiedotuskulttuurinsa kommunikaation eli viestinnän, osallistumisen ja jakamisen kulttuuriksi. Suomen Agilityliiton viestinnän tapahtuessa pääasiassa verkossa on luonnollista ja tärkeää selvittää kuinka nimenomaan verkkotiedotuksesta päästäisiin osallistumismahdollisuuksia antavaan verkkoviestinnän tilaan. Suomalaiset agilityharrastajat ovat jo aktiivisia verkossa omien yhdistystensä, yritystensä, yhteisöjensä ja treeniryhmiensä kautta. Sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet voisivat olla Suomen Agilityliitolle tärkeä ja kipeästi kaivattu apu, jonka avulla harrastajien nykyistäkin sisällöntuotantoa, ideoita ja osaamista voitaisiin hyödyntää nykyistä paremmin valtakunnallisesti. Suomen Agilityliiton tulee mahdollistaa osallistuminen omaan toimintaansa olemalla avoin ja tarjoamalla siihen mahdollisuus – myös verkossa. Näin toimimalla Suomen Agilityliitto voisi olla myös suomalaisten liikunta- ja urheilujärjestöjen edelläkävijä. Liiton toiminnan jatkuvuuden kannalta erittäin merkityksellistä on myös se, että sosiaalinen media on erityisesti nuorille aikuisille luontainen tapa käyttää verkkoa. Lähes kaksi kolmasosaa nuorista käyttää Internetiä aktiivisesti osallistuen ja keskustellen. Sosiaalisen median käyttäjiä löytyy kuitenkin jokaisesta ikäluokasta (15/30 Research Aallon mukaan 2009, 6).

2.2 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on käsitteenä vielä suhteellisen nuori, mikä ilmenee erittäin vaihtelevana käsityksenä sen merkityksestä. Sosiaalinen media sinänsä ei ole uusi ilmiö, mutta etenkin 2000-luvulla kehitetyt uudet työkalut ovat helpottaneet ja monipuolistaneet verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta ja sisällöntuotantoa valtavasti. Varhaisempaa sosiaalista mediaa edustavat esimerkiksi keskustelupalstat, uutisryhmät ja chatit, jotka 2000-luvulla ovat edelleen käyttökelpoisia, mutta niiden rinnalle on noussut muita osallistumista mahdollistavia työkaluja. Sosiaalinen media ei kuitenkaan tarkoita pelkkää teknologiaa. Erkkolan (2008, 83) mukaan se on Internetin avoimilla alustoilla tapahtuvaa viestintää ja yhteistyötä, ”jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla.” Sosiaalisen median perusedellytyksiä ovat siis ketterä teknologia, sisältö ja sitä tuottava yhteisö. Seuraava Kankaan, Toivosen & Bäckin kuvio havainnollistaa asiaa:



Kuvio 1: Sosiaalisen median perusedellytykset (Kangas, Toivonen & Bäck Erkkolan mukaan 2008, 57).

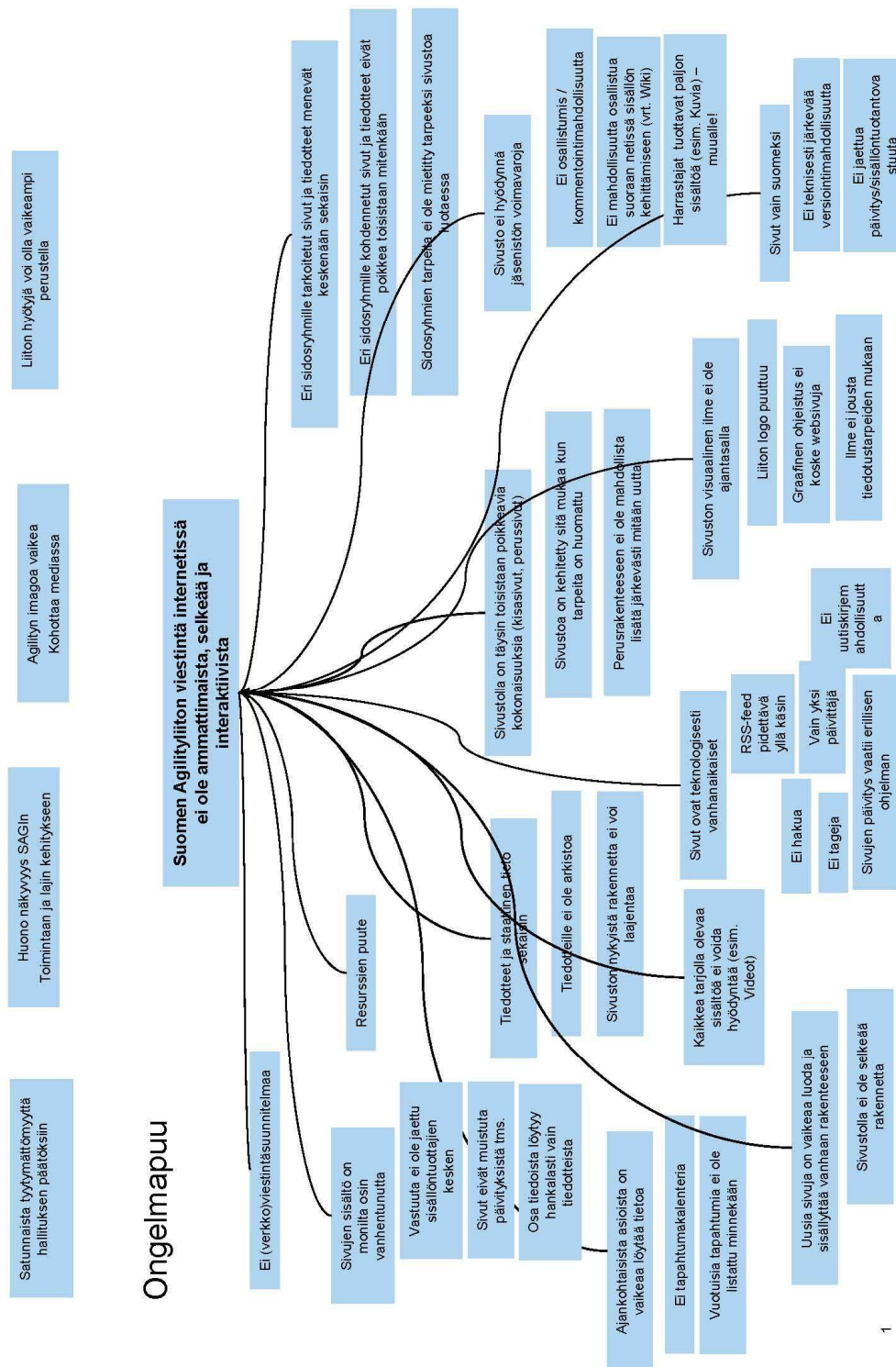
Erkkolan mukaan kyse on myös jälkiteollisesta ilmiöstä, ”jolla on tuotanto- ja jakelurakenteen muutoksen takia vaikutuksia yhteiskuntaan, talouteen ja kulttuuriin”. Suoranta (2008) ja Tapscott (2006) viittaavat samaan muutokseen puhuessaan digitaalisen median mahdollistamasta vallankumouksesta, jossa on kyse nimenomaan osallistumisesta passiivisen vastaanottamisen sijaan. ”Ehkä massamedia on vain lyhyt välivaihe ihmiskunnan historiassa. Välivaihe, jota edelsi ja seuraa ihmistenvälinen suora, vapaa kommunikointi”, kirjoittaa Jungner (2009). Sosiaalinen media eroaa massamediasta tyypillisesti ainakin seuraavilta osin. Sosiaalisen median työkalut ovat yleisesti kaikkien (Internet-yhteydet omaavien) saatavilla ilmaiseksi tai hyvin pienin kustannuksin, kun taas massamedia on yksityisesti tai hallitusten omistamaa. Sosiaalisen median työkalut ovat helppokäyttöisiä verrattuna massamedian käyttämiin erikoistaitoja vaativiin työkaluihin. Sosiaalinen media on muuttuvaa ja sitä voivat muuttaa muutkin kuin tiedon alkuperäiset tuottajat esimerkiksi kommentoimalla tai editoimalla yhteistyömallista riippuen (Wikipedia: Social media, 2009). Tapscott vertaa ensimmäisiä Internet-sovelluksia ja verkkosivuja paperille painettuun sanomalehteen, joka on muuttumaton eikä mahdollista vuorovaikutusta tuottajien ja yleisön välillä. Valitettavasti Suomen Agilityliiton verkkoviestintä on yhä tällä tasolla, vaikka kansainvälisesti katsottuna sosiaaliselle kanssakäymiselle perustuvat sivustot ovat syrjäyttäneet vanhat, staattiset sivustot jo liiton perustamisvuonna 2006. Esimerkiksi Wikipedia ohitti suosituimmuudessa Encyclopedia Britannican, Google Maps MapQuestin, flickr webshotsin. Tapscottin mukaan sivustot erosivat toisistaan kriittisesti etenkin siten, että häviäjät keskittivät sisällöntuotantonsa itselleen eivätkä luoneet niille interaktiivisuutta kun taas voittajat keskittyivät yhteisöjen luomiseen ja

avasivat sisällöntuotantonsa myös heille. Käytännön esimerkkejä sosiaalisen median palveluista ovat esimerkiksi linkkien ja uutisten jakopalvelut (delicious, reddit), blogit ja mikroblogit (Wordpress, twitter), wikit (Wikipedia), mediapalvelut (kuvien ja videoiden jakaminen palveluissa kuten Flickr ja YouTube), yhteisöt (Facebook), ja virtuaalimaailmat (SecondLife).

Yleisö ei enää tyydy pelkästään vastaanottamaan, se haluaa myös osallistua ja tehdä itse. Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n (SLU) syyskokouspäivillä 20.11.2009 SLU:n pääsihteeri Jukka Pekkala muistutti seminaarin osallistujia ihmisten motivaatiosta liikkumiseen. Koko elämänsä elämänkulun kattavia motiiveja harrastaa liikuntaa ovat muun muassa liikunnan antama ilo, nautinto, osallistuminen, kansalaistoiminta, mielekäs elämänsisältö, viihde ja terveys. Motiiveilla täytyy olla mahdollisuus toteutua, ja Suomen Agilityliitto voisi olla tarjoamassa harrastajille liikunnan osallistavaa ja kansalaistoimintaan aktivoivaa voimaa yllättäen myös verkon kautta.

3 Verkkoviestinnän nykytila ja ongelmat

Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän nykytilan määrittelyssä olen käyttänyt EU-hankkeissa yleisesti käytettyä hanketoiminnan menetelmää Logical Framework Approachia (myöhemmin LogFrame). LogFrame on työkalu, ”jota käytetään hankkeiden suunnittelussa, toimeenpanossa, seurannassa ja arvioinnissa. LogFrame-mallin avulla voidaan identifioida ja analysoida ongelmia, määritellä tavoitteita ja toimenpiteitä. Malli tarkastelee onko hanke relevantti, toteutettavissa ja kestävä.” (Terveystieteiden tutkimuskeskus: Logical Framework, 2009) LogFrame-mallin mukaisilla hankkeilla on tietynlainen elinkaari, jota on noudatettu myös tämän kehityshankkeen kohdalla. Suomen Agilityliiton viestinnän ja verkkosivujen parantaminen on kuulunut liiton toimintasuunnitelmaan ainakin vuosina 2008-2009. LogFramen mukaisessa ohjelmatyövaiheessa keskustelimme liiton hallituksen kokouksissa tarpeesta uudistaa liiton verkkosivut ja parantaa niiden kautta tapahtuvaa viestintää. Tunnistettuaamme kehitystarpeen oli syytä määritellä kehityshanke tarkemmin. LogFramen tarjoamien määrittelyvaiheen työkalujen avulla määrittelin verkkoviestinnän nykytilan, sidosryhmät, tavoitteet ja hankkeen rajauksen. LogFramen avulla löydettyjä ongelmia on kuvattu yksityiskohtaisemmin seuraavan sivun ongelmapuussa (kuvio 2). Tämä kaavio selventää verkkoviestinnän nykytilan ongelmien moninaisuutta, ja näyttää syy-seuraussuhteen useiden pienten ja suurten ongelmien välillä.



Kuvio 2: LogFrame-mallin mukainen ongelmapuu Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmista

LogFramen määrittelyvaiheesta saatujen tulosten tueksi ja laajentamiseksi toteutettiin verkossa avoimen kyselyn Suomen Agilityliiton verkkoviestinnästä. Kyselyllä selvitettiin lajin harrastajien mielipiteitä nykyisistä verkkosivuista, kehitysideoita ja valmiutta osallistua Suomen Agilityliiton toimintaan verkossa. Kysely oli avoinna 16.-27.4.2009, ja siihen vastasi 409 eri henkilöä, eli noin 4 prosenttia lajin harrastajista. Kyselystä tiedotettiin Suomen Agilityliiton verkkosivuilla, jäsenseurojen yhteyshenkilöille sähköpostitse, www.agi.fi - sekä www.finagility.com - sivustojen keskustelufoorumeilla sekä Suomen Agilityliiton Facebook-sivulla. Kyselyn jakelu oli siis tavanomaisia tiedotteita laajempi. Kyselyn kautta lajin harrastajat saivat tiedon verkkosivujen tulevasta muutoksesta, sekä mahdollisuuden vaikuttaa muutokseen itse.

Käyttäjäkyselyyn vastasi toivotusti erityyppisiä agilityharrastajia. Vastaaja saattoi valita itselleen useammankin kuin yhden roolin. Vastaajien oli mahdollista valita yksi lisenssityypin mukainen rooli, eli yli 18-vuotias kilpailija, alle 18-vuotias kilpailija tai harrastaja (ei kilpailija), jonka lisäksi tai vaihtoehtoisesti kouluttaja, seuratoimija, tuomari tai muu. Ylivoimainen enemmistö vastaajista oli aktiivisia agilityn harrastajia, minkä voi päätellä heidän rooleistaan kilpailijoina (yli 18v., 76 prosenttia vastaajista), kouluttajina (45 prosenttia) ja seuratoimijoina (40 prosenttia). Yli 18-vuotiaiden, alle 18-vuotiaiden kilpailijoiden (7 prosenttia) ja harrastajien (ei kilpailevat, 12 prosenttia) vastausprosentit korreloivat hyvin hankittujen lisenssien määrän kanssa (Taulukko 1). Näiden ryhmien osalta vastausprosentit ovat linjassa lisenssin hankkineiden henkilöiden lukumäärään. Ei-kilpailevien harrastajien todellinen määrä on huomattavasti suurempi kuin ei-kilpailevien lisenssin hankkineiden henkilöiden, arviolta jopa 3000 henkilöä enemmän (Hakemus Suomen Liikunta... 2009, 1). On mahdollista, että kysely ei ole tavoittanut tätä osaa harrastajista tehokkaasti, mutta toisaalta he eivät myöskään ole aktiivisimpia agilityyn liittyvän tiedon kuluttajia tai tuottajia. Kouluttajien, seuratoimijoiden ja roolin muu valinneiden kokonaismäärää ei tiedetä, joten heidän osaltaan vastausprosenttia ei voida laskea. Agilitytuomareita vastaajista oli 2 prosenttia, mutta tuomarien kokonaislukumäärään suhteutettuna heistä kävi vastaamassa 22 prosenttia, joka on erinomainen vastausprosentti. Muussa roolissa, kuten huoltajana, kyselyyn ilmoitti vastanneensa 3 prosenttia vastaajista. Kyselyn kokonaistulokset löytyvät liitteistä yksi ja kaksi.

Taulukko 1: Lisenssin hankkineiden harrastajien määrät kyselyyn vastanneista ja ryhmien sisäiset vastausprosentit huhtikuussa 2009.

Yli 18-vuotiaat kilpailevat (A-lisenssi)	Yli 18-vuotiaat kilpailevat (B-lisenssi)	Ei-kilpailevat harrastajat (C-lisenssi)
82 % lisenseistä (3028 kpl)	10 % lisenseistä (252 kpl)	8 % lisenseistä, 298kpl
76 % vastanneista, (310 kpl)	7 % vastanneista (30 kpl)	12 % vastanneista (50 kpl)

Suomen Agilityliiton verkkosivut ovat verkkoviestinnän kyselyyn vastanneiden keskuudessa suosituin agilityaiheinen tiedonhakukanava. Kyselyyn vastanneista 87 prosenttia ilmoitti lukevansa liiton kotisivuja ja tiedotteita löytääkseen agilityyn liittyvää tietoa. Toiseksi suosituin kanava tiedon löytämiseen olivat harrastajien omien jäsenseurojen tiedotuskanavat. Niitä ilmoitti seuraavansa 76 prosenttia vastaajista. Kolmannella sijalla oli kaupallinen verkkosivusto www.agi.fi 69 prosentin osuudella. Suomen Agilityliitolla on uuden ja ajankohtaisen agilitytiedouden tuottajana suuri merkitys lajin harrastajilla, ja sen verkkosivujen tulisikin olla merkityksellisin ja ajantasaisin tiedonlähde suomalaisille agilityharrastajille. Nuoren liiton uskottavuus on kuitenkin vaakalaudalla mikäli se ei kykene julkaisemaan ajantasaista tietoa lajista myös omilla verkkosivuillaan.



Kuvio 3: Agilityyn liittyvän tietouden hankintaan käytetyt kanavat

Suomen Agilityliitossa on havaittu selkeä tarve verkkosivujen uudistukseen jo

pelkästään käytännöllisistä syistä: sivujen päivittäminen on teknisistä syistä ainoastaan tiedottajan harteilla. Tiedottajan lisäksi vain kahden muun henkilön on ylipäättään mahdollista päivittää sivuja. Syynä tähän on vanhentunut teknologia, joka on vaatinut päivityksiä tekeviltä henkilöiltä erityistaitoja ja -ohjelmistoja. Samalla vanha teknologia on tehnyt tiedottamistyöstä monin kerroin vaivalloisempaa ja hitaampaa kuin sen nykyaikana voisi olettaa olevan: jokainen tiedote vaatii usean eri paikan tai tiedoston päivittämistä. Ongelmat, jotka aiheuttavat tuotantopuolella hankaluuksia, näkyvät vastaanottajille erityisesti hitaana reagoitina ja aiheuttavat tyytymättömyyttä. Tämä oli nähtävissä etenkin avointen kysymysten vastauksissa. Vastaajat kokivat Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmaksi lähinnä perässä laahaavan tiedotuksen: huhut liiton omista tai sidosryhmien päätöksistä ehtivät monesti levitä ennen kuin asia oli saatu virallisesti julkaistua Suomen Agilityliiton verkkosivuilla. Kävin läpi kaikki Suomen Agilityliiton verkkosivuston sivut huhtikuussa 2009 saadakseni selville kuinka ajantasaista tietoa ne sisältävät. Kilpailu- ja tulossjärjestelmän, kurssikalenterin tai intranetin sisältö ei ole mukana tässä listauksessa, sillä ne eivät kuulu tämän kehittämishankkeen piiriin. Sivusta vain noin 8 prosenttia oli täysin ajan tasalla. Osalla sivusta tieto oli täysin vanhentunutta, mutta osaa sivusta on voitu käyttää hyödyksi verkkosivuston uudistuksessa. Tällaisia sivuja ovat esimerkiksi edellisten vuosien tapahtumista kertovat sivut ja tiedotteet. Suurin osa liiton verkkosivuista koostuikin liiton tiedotteista. Tämä on tärkeää huomioda siksi, että pysyvä tieto lajin perusteista ja Suomen Agilityliiton toiminnasta puuttuu liiton verkkosivuilta lähes kokonaan tai se löytyy Materiaalipankki-nimisen sivun liitetiedostoista. Tiedotteet vanhenevat nopeasti eivätkä ne saisi olla ainoa keino löytää tietoa liiton verkkosivuilta.

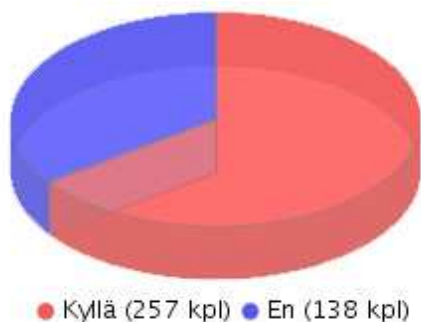
3.1 Harrastajat eivät saa tarpeeksi tietoa liiton palveluista

Kysyttäessä pelkkää palveluiden tunnettuutta verkkoviestintäkyselyyn vastanneet ilmoittivat tuntevansa suurimman osan liiton palveluista erinomaisesti: liiton eri palvelut tunnisti 69–98 prosenttia vastaajista. Joukosta tosin erottui selvästi kaksi suhteellisen uutta liiton palvelua. Suomen Agilityliiton fanisivun Facebookissa tunsu entuudestaan vain neljätolista prosenttia vastaajista, mutta 22 prosenttia vastaajista oli kiinnostunut sivusta vaikka ei siitä aiemmin tiennytään. Kyselyn aikana kyseisen fanisivun kävijämäärä ja fanien määrä nousikin jonkin verran. Toinen huonosti tunnettu alue oli liiton tarjoama liikuntapaikkatietous, joka käsittää hallirakentamisen,

agilitykentät ja esteet. Liikuntapaikkatietouden saatavuudesta tiesi vain 47 prosenttia vastaajista, mutta kiinnostuneita oli kaksikymmentäkolme prosenttia lisää.

Liikuntapaikkatietoudesta ei olekaan liiton nykyisillä verkkosivuilla mitään sisältöä, vaan tietoa on ollut tarjolla vain liiton järjestämissä seminaareissa ja kaupallisessa Agility Sports Bulletin -lehdessä liiton toimihenkilöiden toimittamana. Vastaukset kuitenkin selkeästi osoittavat, että tämän alueen tiedolle olisi jatkossa tarvetta myös Suomen Agilityliiton omilla verkkosivuilla.

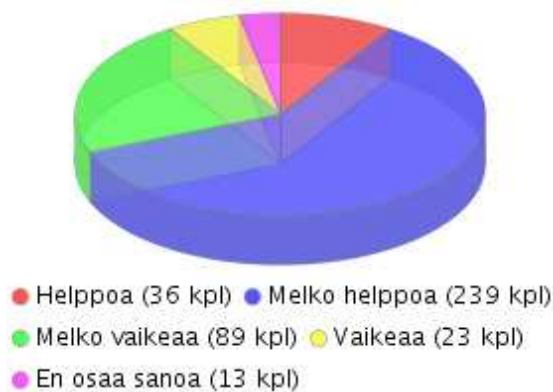
Kyselyn tulosten mukaan Suomen Agilityliiton palvelut tunnetaan varsin hyvin. Sen lisäksi, että selvitettiin kuinka hyvin vastaajat tuntevat liiton palvelut, olisi pitänyt kysyä myös kuinka hyvin verkkosivut heitä näiden palveluiden osalta tukevat. Palveluiden hyvästä tunnettuudesta huolimatta vastaajat eivät silti tunne palveluiden sisältöä tarpeeksi hyvin, tai niistä ei ole tarjolla tarpeeksi tietoa. Yli kolmannes kyselyyn vastanneista ei mielestään saa tarpeeksi tietoa Suomen Agilityliiton toiminnasta (kuvio 4). Samaan tulokseen viittaa myös kyselyn avoimissa kysymyksissä annettu palaute, sekä omat tulokseni liiton verkkosivujen ajantasaisuudesta. Avoimissa kysymyksissä vastaajat nostivat tärkeiksi tiedonaiheiksi mm. koulutukset ja kouluttamisen (66 mainintaa), kilpailut (65 mainintaa), säännöt (41 mainintaa), sekä liiton ja sen sidosryhmien toiminnan (18 mainintaa). Kaikki tärkeitä aiheita, joiden osalta liiton verkkosivujen sisällöt ovat hajanaisesti esitettyjä, vanhentuneita tai puutteellisia.



Kuvio 4: Saavatko vastaajat mielestään tarpeeksi tietoa Suomen Agilityliiton toiminnasta

3.2 Tiedon etsiminen Suomen Agilityliiton verkkosivuilta

Suomen Agilityliiton verkkosivujen ylläpitäjille verkkoviestintään ja -sivuihin liittyvät ongelmat ovat johtuneet enimmäkseen vanhentuneen teknologian aiheuttamista ongelmista, kuten totesin tämän luvun alkupuolella. Odotinkin verkkoviestintää koskevassa kyselyssä nousevan esille enemmän teknisiä ongelmia kuin niitä lopulta nousi. Vastaajat kokivat tiedon etsimisen sivustolta (kuvio 5) ja sivuston navigaation (kuvio 6) enimmäkseen melko helpoksi. Tilanne on silti huolestuttava, sillä helppona tiedon etsimistä tai navigaatiota ei pitänyt juuri kukaan, mutta vaikeana tai melko vaikeana kuitenkin yli neljäsosa käyttäjistä.

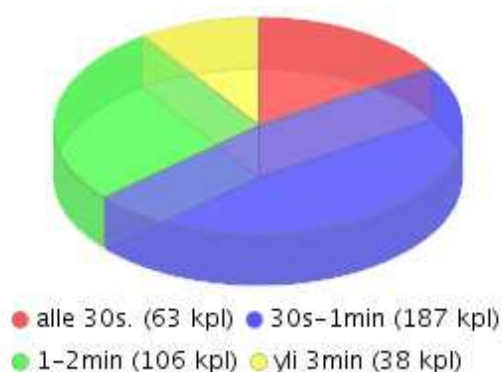


Kuvio 5: Yleisvaikutelma tiedon etsimisen helppoudesta



Kuvio 6: Yleisvaikutelma sivujen navigaatiosta

Tiedon löytäminenkin tapahtui vastaajien mielestä huomattavasti nopeammin kuin liiton toimihenkilöiden kesken ennakkoon arvioimme. Avoimen kysymyksen ”4.4 Mitä tietoa etsit edellisellä vierailukerrallasi? Löysitkö etsimäsi?” vastaukset selittävät käyttäjien nopeaa tiedonlöytämistä. Kilpailukalenteri, johon on suora linkki liiton pääsivulta, oli ehdottomasti etsityin kohde ja se myös näytetään löytäneen helposti.



Kuvio 7: Vastaajien arvio siitä kuinka kauan etsittyjen tietojen löytäminen yleensä kestää

3.3 Liiton ja harrastajien vuorovaikutus

Selvitin vastaajien mielipidettä liiton ja harrastajien yhteydenpidon helppoudesta. Kysymystä ei oltu rajattu pelkkään verkkoviestintään muuten kuin koko kyselyn otsikoinnissa. Yli puolet vastaajista piti yhteydenpitoa helppona. Vastaajaryhmistä aktiivisimmin Suomen Agilityliittoon yhteyttä joutunevat pitämään seuratoimijat ja tuomarit, mutta näidenkään ryhmien vastaukset eivät poikkea kokonaistuloksista merkittävästi. Lähes viidesosa vastaajista pitää yhteydenpitoa Suomen Agilityliittoon vaikeana tai melko vaikeana. Huomattavan suurella osalla vastaajista ei ilmeisesti ole kokemuksia yhteydenpidosta liittoon.



Kuvio 8: Vastaajien kokemus yhteydenpidon helppoudesta Suomen Agilityliittoon

Suomen Agilityliiton ja agilityharrastajien verkkovuorovaikutuksen suurin puute on se ettei liitolla ole virallista, julkista viestintäkanavaa, joka olisi myös interaktiivinen. Kuluttajat käyttävät mitä tahansa viestintäkanavaa, joka sopii heidän viestilleen. Samanaikaisesti käytetty kanava vaikuttaa siihen millaisia viestejä he lähettävät (Ingelbrech, Li 2008). Suomalaisissa agilityaiheisissa verkkokeskusteluissa on selkeitä eroja riippuen siitä millä keskustelupalstalla ollaan. Uudemmallalla, moderoidulla ja

jonkinlaisen tunnistautumisen vaativalla palstalla keskustelu pysyy asiallisena, ja päinvastaisilla periaatteella toimivan palstan viestit ovat usein hyvin epäasiallisia. Eri kanavissa keskustellaan myös Suomen Agilityliitosta, mutta viestinnälliseltä kannalta tilanne on vaikea, sillä liiton toimihenkilöt eivät voi jatkuvasti seurata kaikkia verkkokeskusteluja ja jaella niissä oikeita, virallisia vastauksia.

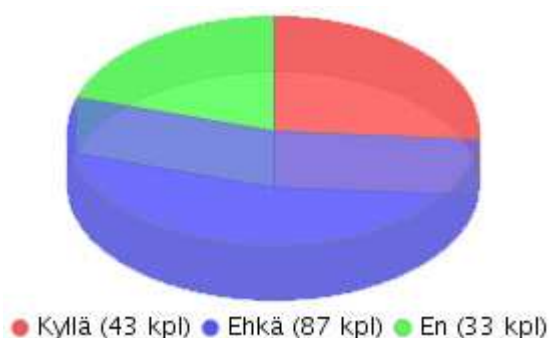
4 Sosiaalisen median tuomat ratkaisut ongelmiin

Voisiko sosiaalinen media tarjota ratkaisuja Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmiin? Käyn läpi sosiaalisen median työkaluja ja ominaisuuksia tarkastellen kuinka ne voisivat auttaa tekemään liiton verkkoviestinnästä tässä kehittämishankkeessa määriteltyjen tavoitteiden mukaista. On tärkeää huomata, että monet tässä luvussa esitellyistä sosiaalisen median ratkaisuista eivät ole sinänsä uusia ideoita. Sosiaalinen media vain auttaa tekemään sisällöistä julkisia ja interaktiivisia mahdollistaen suurempien ihmisjoukkojen osallistumisen ajasta ja paikasta riippumatta. Sosiaalisen median tarkoituksena on helpottaa osallistumista tuotantovaiheesta vastaanottamiseen ja tehdä vastaanottajistakin tuottajia. Vanhoilla teknologioilla näiden mahdollisuuksien toteuttaminen on ollut joko täysin mahdotonta tai vähintäänkin kömpelöä ja hidasta.

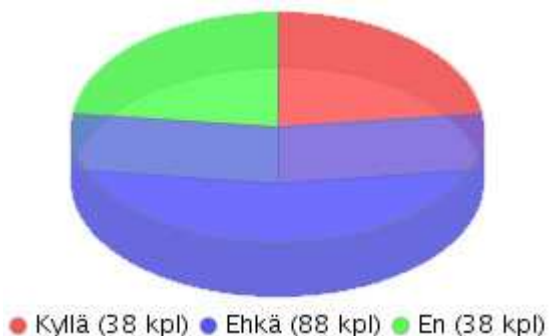
Tekniset ratkaisut eivät saa olla muutosten itseisarvo, mutta kuten Suoranta ja Vaden (2008) toteavat, digitaalista mediaa on juhlistettu demokratisoivana medianana, joka mahdollistaa erilaiset ruohonjuuritason yhteiskunnalliset aktiviteetit muuttamalla ”vastaanottajat” uuden median sisällöntuottajiksi. Suomen Agilityliiton tapauksessa verkkoviestinnän teknisten ratkaisujen parantamisella ja sosiaalisen median elementtien lisäämisellä verkkopalveluihin voisi olla ratkaiseva merkitys liiton toimihenkilöiden ja agilityharrastajien yhteisön osallistumismahdollisuuksien antajana, sekä sisällön saattamisessa ajan tasalle. Uskon, että liiton mahdollisuudet sosiaalisen median hyödyntämiseen ovat erinomaiset. Tällä hetkellä Suomen Agilityliitto ei kykene hyödyntämään niitä harrastajien voimavaroja, jotka aktiivisessa harrastajayhteisössä jo ovat olemassa. Aiemmin määritellyt tekniset ongelmat aiheuttavat noidankehän, jossa henkilöresursseja haaskataan muuhun kuin varsinaiseen lajin kehittämiseen. Harrastajienkaan ei oikeastaan ole mahdollista osallistua lajin kehitystyöhön verkossa, tai ainakaan sitä ei ole tehty helpoksi ja kaikille avoimeksi. Verkkoviestinnän kyselykin osoittaa agilityn harrastajien toivovan Suomen Agilityliitolta enemmän viestintätoimia kuin se voi nykyisten toimihenkilöidensä voimin tarjota. Toisaalta liitto ei voi laskea viestintäänsä sen varaan, että sen toimintaan tulisi yhtäkkiä mukaan paljon uusia ja aktiivisia toimijoita. Liiton tuleekin kiinnittää erityistä huomiota siihen miten se voi hyödyntää sitä agilitätietoutta, jota lajin harrastajat ja seurat jo tuottavat. Lisäksi viestintä- ja yhteistyöalustojen kehittäminen vapauttaa nykyisten toimihenkilöiden voimavaroja varsinaiseen viestintätööhön rutiinien hoitamisen sijaan.

4.1 Osallistuminen ja vuorovaikutus onnistuvat

Verkkoviestinnän kyselyyn vastanneista agilityharrastajista neljäsosa jakaa tai haluaisi jakaa agilityyn liittyvää materiaalia verkossa (kuvio 8). Lähes yhtä suuri osa voisi kuvitella osallistuvansa agilityyn liittyvien sisältöjen, kuten koulutusmateriaalin, kehittämiseen verkossa (kuvio 9). Ehkä-vastausten suureen määrään molemmissa kysymyksissä lienee vaikuttanut ainakin epätietoisuus siitä kuinka jakaminen ja osallistuminen verkossa voisi tapahtua, ja mitä se voisi käytännössä olla.



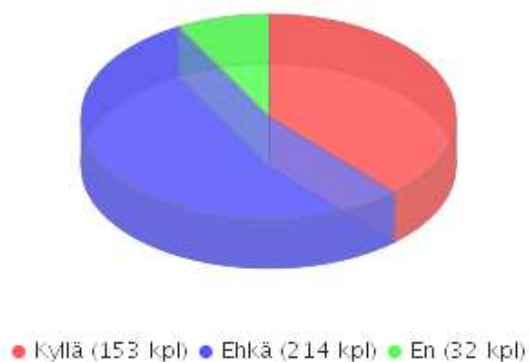
Kuvio 9: Vastaaja jakaa tai haluaisi jakaa agilityyn liittyvää materiaalia (esim. valokuvat, videot, tekstit) muiden kanssa



Kuvio 10: Vastaaja voisi kuvitella osallistuvansa agilityyn liittyvän sisällön (esim. koulutusmateriaalien kehittämiseen verkossa)

Sosiaalisen median avulla Suomen Agilityliitto voisi antaa harrastajille mahdollisuuden osallistua liiton toimintaan myös verkossa. Yksinkertaisimmillaan osallistuminen ja vuorovaikutus voi olla sisältöjen kommentointia ja arviointia tai jakamista eteenpäin muille kiinnostuneille. Sosiaalisen median ideana on tehdä sisällöistä sosiaalista juuri vuorovaikutuksen kautta, eikä pienintäkään mahdollisuutta saada uusia näkökulmia tai seuraajia sisällöille kannata väheksyä. Pääosan vuodesta Suomen Agilityliiton yhteydenpito harrastajiin tapahtuu virtuaalisesti verkossa. Seurojen tärkein vaikuttamismahdollisuus liiton toimintaan on liiton vuosikokous.

Keskustelumahdollisuus verkossa voisi vaikuttaa myös vuosikokouksessa käsiteltäviin asioihin ja jäsenyhdistysten osallistumisaktiivisuuteen, kun päätettävät asiat olisi saatu lähemmäksi yksittäistä harrastajaa sosiaalisesta mediasta voimaa saaneen verkkoviestinnän avulla. Verkkoviestinnän kyselyyn vastanneista harrastajista noin 38 prosenttia antaisi liitolle mielellään palautetta verkossa, esimerkiksi kommentoimalla, jopa 53 prosenttia voisi ehkä tehdä niin (kuvio 10). Käytännössä esimerkiksi sääntöjä ja arvokilpailujen kriteerejä koskevat keskustelut ovat aina kuumia verkkokeskustelunaiheita, mutta Suomen Agilityliiton on vaikea ottaa kantaa hajanaisesti eri verkkosivustoilla tapahtuvaan keskusteluun.



Kuvio 11: Antaisitko palautetta mielelläsi internetin kautta, esimerkiksi tiedotteita kommentoimalla?

Sosiaalinen media mahdollistaa verkossa muitakin osallistumis- ja vuorovaikutusmahdollisuuksia kuin keskustelun, joiden avulla agilityharrastajien osaamista ja voimavaroja voisi hyödyntää nykyistä paremmin valtakunnallisesti. Suomalaisista agilitysivustoista vain www.agi.fi – sivusto tarjoaa muitakin verkko-osallistumisen muotoja kuin keskustelupalstan. Siellä käyttäjät voivat mm. lisätä tekstiä, kuvia ja videoita kilpailutulostensa yhteyteen. Suomen Agilityliitto voisi ottaa palvelusta mallia laajentamalla sisällöntuotantoaan liiton sisältä seuroille sekä harrastajille. Esimerkiksi piiri- ja seuratason kilpailuista uutisoiminen voisi olla yksi sellainen osa-alue, jolla sisältöä jo tuotetaan, mutta sitä ei vain vielä hyödynnetä Suomen Agilityliiton toimesta valtakunnallisesti. Agilityn imagolle tekisi hyvää näyttää aktiivista liikunta- ja urheilutoimintaansa mahdollisimman laajasti ja julkisesti. Tunnettu, positiivisesti näkyvä ja ajankohtainen lajiliitto ja liikuntalaji otetaan paremmin vastaan sekä mediassa, että rahoittajien ja päättäjien suunnalla.

Käytännössä sosiaalinen media voisi tarjota harrastajille ainakin seuraavia mahdollisuuksia osallistua liiton toimintaan verkossa:

- Sisällöntuotanto ja julkaiseminen: uutiset, tiedotteet (tarvittaessa esim. maantieteellisesti kohdennetut), agilitytietouden tuottaminen yhdessä editoijien lukumäärästä riippumatta, muut verkkosisällöt
- Tilaaminen ja jakaminen: kiinnostavien sisältöjen tilaaminen esimerkiksi rss-syötteen tai sähköpostin avulla. Sisältöjen helppo jakaminen eteenpäin sosiaalisen median sivustoille ja yksittäisille henkilöille. Liiton oma mille tahansa sivustolle upotettava widget-sovellus, joka vähentäisi jäsenyhdistysten työtaakkaa ja vapauttaisi resursseja näyttämällä liiton uusimmat uutiset ja tiedotteet automaattisesti.
- Keskustelu ja palaute: vaikuttaminen ja julkinen kysymismahdollisuus kommenttien avulla keskustellen tai uutisaiheisiin rajatulla keskustelupalstalla. Sisältöjen arvostelu esimerkiksi tähdin.

Kehittämishankkeen tavoitteisiin yllä mainitut mahdollisuudet nivoutuvat sillä ne omalta osaltaan mahdollistavat hyvää vuorovaikutusta liiton ja lajin harrastajien kesken, avointa ja osallistavaa viestintää sekä sisällön kommentointi-, osallistumis-, jakamis-, katsomis- ja kuuntelumahdollisuuksia nykyisten lukemis- ja latausmahdollisuuksien lisäksi.

4.2 Helppoa sisällöntuotantoa ja julkaisua avoimilla alustoilla

Yksi Suomen Agilityliiton verkkoviestintään negatiivisesti vaikuttavista seikoista on verkkosivujen ylläpidossa käytetty vanhentunut teknologia, jonka vuoksi ylläpitotehtävät ovat turhan työläitä. Ihmiset ovat todennäköisemmin tuotteliaampia silloin kun he voivat odottaa työstään seuraavan mielihyvää ja menestystä (Fiore 2007). Vanhentunutta julkaisutapaa käyttäessäni pelkkä työhön tarttuminen on ollut rasittava ajatus, kun tiedän jo etukäteen suurimman osan työhön käytetystä ajasta kuluvan muuhun kuin varsinaiseen viestintään. Helppokäyttöiset ja nopeat alustat mahdollistaisivat keskittymisen oleelliseen. Sosiaalisen median sisällöntuotanto- ja julkaisualustat eroavat liiton nykyisestä tavasta ylläpitää verkkosivujaan liiton kannalta

neljällä kriittisellä tavalla: ne ovat avoimia (laaja kehittäjäyhteisö), ilmaisia, helppokäyttöisiä ja toimivat verkkoselaimella. Web 2.0 teknologioiden ansiosta verkkoselaimella pystytään nyt toteuttamaan paljon sellaisia tehtäviä sekä ajamaan ohjelmia, jotka ennen vaativat yritykseltä tai yhteisöltä suuria rahallisia panostuksia ja olivat siksi harvemmin yksittäisten käyttäjien saatavilla. Myös maksullisia sosiaalisen median palveluita on olemassa, mutta tällöin perustoiminnot ovat yleensä ilmaisia, ja käyttäjät maksavat vain lisäpalveluista. Tällaisia freemium-palveluita ovat esimerkiksi flickr ja Skype. Termi freemium tulee sanoista free ja premium. (Melakoski, Sirkesalo, Tirronen 2007, 20). Käytännössä Suomen Agilityliiton verkkoviestinnälle tärkeitä ja mahdollisia sosiaalisen median sisällöntuotanto- ja julkaisualustoja voisivat olla blogit liiton viestintään, wikit agilitytietouden tallentamiseen ja laajentamiseen, sekä erilaiset kollaboraatiotyökalut, kuten beta-vaiheessa oleva Google Wave. Sopivia työkaluja valitessa kannattaa valita kypsässä kehitysvaiheessa oleva työkalu, jolla on laaja käyttäjäyhteisö. Aktiivinen yhteisö takaa ilmaisenkin työkalun kokonaiskehityksen ja sen, että työkaluun on helposti saatavilla erilaisia ilmaisia käyttäjien kehittämiä laajennuksia.

Blogi on verkkosivusto, jossa yksi tai useampi kirjoittaja julkaisee säännöllisesti tekstiä, videoita, kuvaa tai ääntä. Vanhat jutut jäävät muuttumattomina talteen arkistoon. Blogeille on tyypillistä myös juttujen kommentointimahdollisuus ja verkkosyötteet, jonka avulla lukijat voivat helposti seurata blogin päivittymistä tai levittää sen sisältöä. (Wikipedia: Blog, 2009) Henkilökohtaiset verkkopäiväkirjat ovat blogien tunnetuin sisältötyyppi, ja yrityksilläkin on omia blogeja. Blogi voi keskittyä myös yhden tai useamman aiheen ympärille. Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kannalta on tärkeää huomioida blogien tekniset ominaisuudet verrattuna perinteiseen staattiseen julkaisutapaan verkkosivuilla. Tällä hetkellä Suomen Agilityliitto julkaisee pääasiassa kahdenlaisia uutisia: tiedotteita ja kilpailu-uutisia. Liiton tiedottaminen helpottuisi teknisesti suunnattomasti kun tiedotteiden ja uutisten julkaisu siirrettäisiin blogiin, jonka käyttämiseen ei vaadita ammatillisia erityistaitoja, koulutusta tai erityisohjelmistoja. Blogeja päivitetään selaimen kautta tai lähettämällä blogiin sähköpostia, mikä mahdollistaa päivitykset mistä tahansa laitteelta, jossa on verkkoselain ja Internet-yhteys. Blogien helppokäyttöisten ja lähes täysin ohjelmistoista riippumattomien sisällöntuotantoalustojen ansiosta Suomen Agilityliitto voisi jakaa sisällöntuotanto- ja päivitysvastuuta, sekä antaa jäsenyhdistyksilleenkin mahdollisuuden

uutisoida omista kilpailu- ja agilitytapahtumistaan valtakunnallisesti liiton sivuilla. Hyvällä, kansainvälisesti laajasti käytetyllä, avoimella blogialustalla on myös laaja kehittäjäyhteisö ja se kehittyy jatkuvasti. Kaiken lisäksi suosituimmat blogialustat ovat ilmaisia. Monet blogialustat ovat kehittyneet vuosien myötä huomattavan monipuolisiksi julkaisujärjestelmiksi, joilla on mahdollista toteuttaa koko verkkosivusto tai vaikkapa verkkokauppa blogijulkaisemiselle ominaisella helpolla tavalla.

Wikit ovat verkkosivuja, joiden sisältöä käyttäjät voivat itse muokata, usein ilman sivustolle kirjautumista. Sana wiki tarkoittaa Havaijin kielellä nopeaa. Wikien teknologia mahdollistaakin nopean ja helpon sisällöntuottamisen sekä editoinnin. Wikeissä julkaistulla tiedolla on aina näkyvä historia. Vanhat versiot ja keskustelut auttavat lukijoita ja osallistujia arvioimaan tiedon paikkansapitävyyttä. Wikit tarjoavat lähes rajoittamattoman mahdollisuuden avoimeen sisällöntuotantoon, keskusteluun ja kriittisyyteen. Wikialustoille onkin rakennettu monentyyppisiä sisältöjä. Maailman tunnetuin wiki on vapaa tietosanakirja Wikipedia. Wikejä käytetään tietosanakirjojen lisäksi myös sisällönhallintajärjestelminä ja ryhmätyökaluina, mutta näihin tarkoituksiin on olemassa monipuolisempiakin ratkaisuja.



Kuvio 12: Agilitystä kertova sivu Wikipedian englanninkielisessä versiossa (Wikipedia: Dog agility, 2009)

Suomalaiset agilityharrastajat ovat aktiivisia Internetissä toimijoita, ja Suomen Agilityliiton kannattaisi tarjota heille alusta, jossa agilityyn liittyvää tietoutta voitaisiin ylläpitää ja kehittää koko harrastajakunnan voimin. Suomen Agilityliiton uutisia ja

lajitietoutta välittävillä verkkosivuilla ei voida avata täysin vapaata muokkaus ja julkaisuoikeutta, sillä liiton virallisen tiedotuksen on oltava turvattua ja se on jossain määrin myös Suomen lain säätelemää. Tästä syystä agilityyn liittyvän epävirallisen tiedon ylläpitämiseen tarvitaan erillinen sivusto. Wikillä agilityn oman tietosanakirjan luomistyöhön osallistuminen on mahdollista kaikille kiinnostuneille, joilla on Internet-yhteys ja verkkoselain.

Tiedosta tulee tieteellistä vasta tieteellisen yhteisön avoimen ja vapaan kritiikin kautta. (Suoranta, Vaden 2008.) Wikipohjaisen agilitytietosanakirjan tavoitteena tuskin tulee olemaan yksinomaan tieteellisen tiedon tarjoaminen tai kehittäminen, mutta kommentin sisältämä ajatus yhteisön voimasta tiedon laadun varmistajana on huomionarvoinen myös suomalaisessa agility-yhteisössä. Lajin kehityksen ja historian tallentamisen kannalta olisi järkevää, että harrastajilla on mahdollisuus osallistua lajin dokumentointiin ja kehitykseen demokraattisesti ja avoimesti valtakunnallisella tasolla. En pidä lainkaan mahdottomana hyvän wikipohjaisen agilitytietosanakirjan leviämistä muillekin kielille, vaikka suomenkieli wikin alkuperäiskielenä on lähtökohtana englantia hankalampi. Toistaiseksi Internetissä ei ole agilityharrastukselle omaa wiki-tietosanakirjaa. Toimiakseen wiki-tietosanakirjat vaativat kriittisen massan ylittävän käyttäjäkunnan torjumaan vandalismia ja toisaalta edistämään uutta sisällöntuotantoa. Pienten (kielellisten) yhteisöjen on vaikeampaa ja epätodennäköisempää saada aikaan eläväinen wiki-tietosanakirja. Suomen Agilityliitolle wikin perustaminen ei kuitenkaan luo merkittäviä lisäkustannuksia, joten epäonnistumisen riski kannattaa edellä mainittujen mahdollisten hyötyjen ja yhteisön aktiivisuuden valossa ottaa. Wiki voidaan asentaa Suomen Agilityliiton olemassa olevalle virtuaalipalvelimelle ja uusia kustannuksia syntyy vain sen asennuksesta.

Verkkoviestinnän kyselyn tuloksista syntyi idea myös virallisen sisällön tuottamiseen verkossa yhteistyönä. Useat vastaajat toivoivat Suomen Agilityliiton verkkosivujen olevan olemassa myös ruotsinkielisenä, tai vähintäänkin verkkoviestinnäkyselyjen kaltaisten tärkeimpien tiedotteiden kaksikielisyyttä. Käytännössä Suomen Agilityliiton sisältä on tällä hetkellä lähes mahdotonta löytää voimavaroja edes tiedotteiden käännöstyön toteuttamiseksi, eikä sen ole taloudellisesti mahdollista käännättää sisältöjä. Suomessa on paljon suomea sekä ruotsia puhuvia agilityharrastajia, joiden osaamista voisi olla mahdollista hyödyntää. Sosiaalisen median

kollaboraatiotyökalut, kuten Google Docs, Google Wave ja wikit, mahdollistaisivat käännöstyön teettämisen sellaisella harrastajalla, jolla sattuu tiettyyn aiheeseen olemaan kiinnostusta ja sopivasti aikaa käytettävissään. Nykyisestä toimikuntapohjaisesta toimintamallista poiketen annettaisiinkin materiaali vapaasti käännettäväksi Internetiin, jossa kuka tahansa kiinnostunut harrastaja voisi käännöksen toteuttaa. Samalla välttyttäisiin kasaamasta tietäntyyppisiä töitä vain yhden henkilön vastuulle. Harrastajat voisivat tehdä käännöstyötä oman aikataulunsa mukaisesti ja riittävän pieninä palasina. Sama yhteisö voisi pitää huolta sisällön oikeellisuudesta samalla periaatteella kuin esimerkiksi Wikipediassa sisältö on saatu pääosin paikkansa pitäväksi yhteisön valvonnan avulla. Käännöstöistä ideaa voi laajentaa muihinkin sisältöihin, esimerkiksi koulutusmateriaalien työstämiseen julkisesti. Blogeihin verrattuna yhteisen sisällöntuotannon mahdollistavat työkalut ovat vielä kehittymättömiä. Kuitenkin esimerkiksi beta-vaiheessa oleva Google Wave on jo vauhdittanut Suomen Agilityliiton verkkopalvelujen teknistä kehitystä ja niistä viestimistä, kun ominaisuuksien ja sisältöjen yhteisöllinen tuottaminen on onnistunut muita medioita kätevämmän.

Sisällöntuotannon ja julkaisemisen siirtäminen sosiaalisen median alustoille auttaisi Suomen Agilityliiton parantamaan liiton ja harrastajien välistä vuorovaikutusta, tekisi viestinnästä avoimempaa ja osallistavampaa, helpottaisi sisäisen viestinnän toimivuutta ja antaisi harrastajille useita eri osallistumismahdollisuuksia ja mahdollistaisi liitolle virallisen julkisen keskustelukanavan. Samalla liiton verkkosivusto muuttuisi helppokäyttöisemmäksi ja kaikkien toimihenkilöiden olisi mahdollista osallistua sen toimittamiseen, joka taas johtaisi ajantasaisempaan ja ammattimaisempaan viestintään, jota voitaisiin mahdollisesti toteuttaa myös eri kielillä. Verkkosivustoa olisi myös nopeaa ja helppoa uudistaa ilmaisten työkalujen ja niiden aktiivisen kehittäjäyhteisön ansiosta.

4.3 Kohderyhmien huomiointi

Liiton verkkoviestinnän tärkein kohderyhmä on tämän lajin harrastajat ja kehittämishankekin on rajattu heihin suuntautuvaan viestintään. Sosiaalisen median työkalut mahdollistavat tehokkaamman kohderyhmäkohtaisen verkkoviestinnän olipa kyse sitten kokonaisista sidosryhmistä, vain tietäntyyppisistä sisällöistä kiinnostuneista henkilöistä tai tiettyjä päätelaitteita käyttävistä ryhmistä.

Suurin osa sosiaalisen median työkaluista, kuten blogit ja wikit, voivat muodostaa rss-syötteitä, joiden avulla kiinnostuneet saavat tiedon uusista sisällöistä esimerkiksi suoraan verkkoselaimeensa tai jollekin sivustolle. Tämän ansiosta käyttäjän ei tarvitse koskaan käydä sivuilla tarkastamassa onko mitään uutta tapahtunut, ja hän saa varmasti tiedon jokaisesta itselleen tärkeästä päivityksestä. Suomen Agilityliiton nykyisillä verkkosivuilla on RSS-syöte, jota täytyy päivittää käsin eikä se tälläkään hetkellä ole ajan tasalla. Blogissa toimiva julkaisujärjestelmä sen sijaan muodostaa RSS-syötteitä automaattisesti. Sisältöjä on mahdollista luokitella esimerkiksi vastaanottajan kohderyhmän tai sisällön tyypin mukaan. Kategorioiden ja tagien ansiosta rajoituksena toimii vain sisällöntuottajien mielikuviutus. Hyvällä julkaisualustalla jopa lukijoille on mahdollista antaa oikeudet tagata eli luokitella sisältöjä. Aktiiviharrastaja haluaa seurata kaikkia tulostietoja, kun taas lehdistölle riittävät tietyt tiedotteet.

Etenkin kotimaisten arvokilpailujen aikaan Suomen Agilityliiton pitäisi kyetä huomioimaan myös verkkosivujen mobiilikäyttäjät. Kilpailu-uutiset, lähtölistat ja tulostiedot ovat haluttua tietoa kisakatsomoissa. RSS-syötteiden ja avointen alustojen ansiosta vähintäänkin verkkosivujen uutisvirta on helppoa muuttaa myös mobiilikäyttöön optimoiduksi. Verkkosivu tunnistaa käyttäjän (mobiili)selaimen, ja näyttää sisällön sille parhaiten muotoiltuna.

Edellä esitettyjen perusteluiden valoisissa esitän, että Suomen Agilityliiton verkkosivustolle tehtäisiin ainakin seuraavat muutokset verkkoviestinnän parantamiseksi:

Sisällöntuotantoon ja julkaisuun valittavien työkalujen tulee olla

- kypsässä kehitysvaiheessa
- kansainvälisesti ja laajasti käytettyjä
- avoimen kehitysalustan työkalu
- helposti ja nopeasti paranneltavissa erilaisten laajennusten (plugin) avulla
- ilmainen
- helppokäyttöinen, ei vaadi erityistä kouluttautumista
- käytettävissä verkkoselaimella

Liiton viralliseen verkkoviestintään otettaisiin käyttöön blogityökalu, jossa

- on monipuolinen julkaisujärjestelmä, jonka avulla onnistuu koko verkkosivuston rakentaminen, ei pelkkä blogi
- sisällöntuottajat (ja yleisöt) voivat luokitella sisältöjä monipuolisesti
- sisältöjä voi tilata itselleen RSS-syötteenä, ehkä myös sähköpostitse
- kaikista luokitelluista sisällöistä saa automaattisesti muodostuvan RSS-syötteen
- sisältöjä voi kommentoida, jakaa, katsoa, kuunnella, lukea, arvioida ja ladata
- sisällöntuottajien määrä on jotakuinkin rajoittamaton, mutta sisällöntuottajille voidaan antaa erilaisia oikeuksia

Liiton palvelimelle asennettaisiin wiki, jonka avulla voidaan on mahdollista alkaa toteuttaa esimerkiksi agilityn omaa tietosanakirjaa.

Selvitettäisiin laajemmin mitä agilityyiin liittyviä sisältöjä voidaan kehittää yhteistyössä ja valittaisiin niiden yhteiseen kehitykseen sopivat avoimen alustan työkalut, vaikka alustat eivät vielä olisikaan täysin kehittyneitä. Sopivia työkaluja saattaisivat olla esimerkiksi Google Docs, Google Wave ja wikit. Ainakin Google Wave vaikuttaa lupaavalta yhteistyöalustalta kehittymättömyydestään ja rajoitetusta käyttäjäympäristöstään huolimatta.

Luotaisiin widget-sovellus, jonka avulla seurat voivat automaattisesti näyttää liiton tärkeimmät tiedotteet, tai miten tahansa luokiteltuja sisältöjä, automaattisesti omilla sivuillaan.

5 Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän kehittäminen

5.1 Kehittämishankkeen tavoitteet

Suomen Agilityliiton verkkoviestintää on kehitettävä niin, että tiedonkulku liiton ja agilityharrastajien välillä on toimivaa ja niiden välinen vuorovaikutus on mahdollista myös verkossa. Liiton verkkoläsnäololle on luotava sellaiset puitteet, että se kykenee hyödyntämään lajin harrastajien tuottamaa sisältöä omassa toiminnassaan ja päinvastoin. Sosiaalista mediaa hyödyntämällä liiton henkilöresursseja vapautuisi viestinnän ylläpidosta sisällöntuotantoon ja kehitykseen, mikä osaltaan antaa mahdollisuuden asettaa Suomen Agilityliiton tavoitteeksi avoimen ja osallistavan viestinnän päätöksenteosta toteutukseen. Tavoitteenani on helpottaa samalla myös liiton sisäistä viestintää esimerkiksi yhteistä sisällöntuotantoa helpottamalla.

Kehittämishankkeen edetessä Suomen Agilityliiton verkkosivuston tulee muuttua tiedotepohjaisesta ja vanhaa sisältöä tarjoavasta massamedian kaltaisesta viestintäkanavasta ammattimaiseksi, selkeäksi ja interaktiiviseksi verkkopalveluksi. Aktiivinen ja ajantasainen verkkopalvelu antaa agilitystä urheilulajina paremman kuvan myös valtakunnallisen median edustajille ja vaikuttaville päättäjille. Sosiaalisen median työkalujen käyttöönotto sinänsä ei ole itseisarvo Suomen Agilityliiton verkkosivuilla, mutta niiden tarjoaminen toimintojen läpi on helppoa asettaa tavoitteita verkkopalvelun vuorovaikutuksen ja osallistumisen tasolle. Kehittämishankkeen tavoitteena on lisätä liiton verkkosivuille mahdollisuus ainakin kommentoida, osallistua, jakaa, katsoa ja kuunnella. Nykyisiä verkkosivuja on mahdollista vain lukea ja niiltä voi ladata joitakin dokumentteja mukaansa. Jatkossa liiton verkkosivujen sisältöjä tulee olla helppo kommentoida. Liiton sisältöjä koskeville keskusteluille tulee olla olemassa liiton tunnustama kanava, jossa liiton toimihenkilöt voivat julkisesti osallistua omia sisältöjään käsitteleviin keskusteluihin. Kanava mahdollistaa sen, että käyty keskustelu ei jää irralliseksi vaan se voidaan ottaa entistä paremmin huomioon lajin kehityksessä. Tuotannolliselta puolelta verkkoviestinnän uudistusten tulee olla helppokäyttöisiä ja kaikilla liiton toimihenkilöillä tulee olla ainakin periaatteessa mahdollisuus käyttää niitä. Teknologian tulee olla ketterää ja sallia nopeat uudistukset. Verkkoviestinnän uudistuksessa on järkevää ottaa tavoitteeksi myös kohderyhmäkohtaisen viestinnän

kehittäminen, sillä sosiaalisen median työkalut helpottavat sisältöjen jaottelua kohderyhmien (itse valitsemien) mielenkiinnon kohteiden mukaan.

Kehittämishankkeen tavoitteena on suunnitella Suomen Agilityliiton verkkoviestinnälle puitteet, jotka mahdollistavat

- Hyvän vuorovaikutuksen liiton ja lajin harrastajien kesken sosiaalisen median avulla
- Avoimen ja osallistavan viestinnän päätöksenteosta toteutukseen
- Sujuvamman sisäisen viestinnän
- Helppokäyttöisen ja kaikille toimihenkilöille yhteisen sisällöntuotantoalustan
- Ammattimaisen, selkeän ja interaktiivisen verkkopalvelun, joka on aktiivinen ja ajan tasalla
- Sisällön kommentointi-, osallistumis-, jakamis-, katsomis-, ja kuuntelumahdollisuuksia nykyisten lukemis- ja latausmahdollisuuksien lisäksi
- Liiton tuottamia sisältöjä koskevat keskustelut liiton virallisesti tunnustamassa kanavassa
- Kohderyhmäkohtaisen viestinnän kehityksen
- Verkkopalveluiden nopean ja helpon uudistamisen
- Eri kieliversiot

5.2 Kehittämishankkeen rajaus

Suomen Agilityliiton viestintätyötä toteutetaan tietenkin useiden henkilöiden toimesta ja muillakin tavoin kuin Internetissä liiton verkkosivujen kautta. Verkkosivut ovat kuitenkin kaikkein tärkein ja ainoa kanava, jolla edes periaatteessa kaikki lajin harrastajat ympäri Suomen on mahdollista tavoittaa. Viestinnän keskeisiin ongelmakohtiin pureutuakseni olen rajannut tämän kehittämishankkeen Suomen Agilityliiton verkkosivujen kehitykseen niin, että sivut tukevat jatkossa kaikista sidosryhmistä ensisijaisesti lajin harrastajia ja heidän osallistumistaan. Samanaikaisesti liiton toimintaa kehitetään muillakin tahoilla, muun muassa organisaatiomuutos on parhaillaan käynnissä. Kilpailu- ja tulosjärjestelmän (KITU), kurssikalenterin ja intranetin kehitys eivät kuulu tämän kehittämishankkeen piiriin. Kehittämishankkeen aikana näistä saatu palaute otetaan kuitenkin huomioon ja annetaan tiedoksi niiden kehittäjille. Toisin kuin Suomen Agilityliiton perustietoja tarjoavat verkkosivut,

kilpailu- ja kurssikalenterit päivittyvät säännöllisesti jäsenseurojen kilpailu- ja kurssianomusten tullessa hyväksytyksi.

Pelkkä sosiaalisen median työkalujen käyttöönotto ei riitä tekemään agilityharrastajista verkkoyhteisön jäseniä. Yhteisön aktivointitoimet eivät kuitenkaan kuulu tämän kehittämishankkeen piiriin, vaan ovat oma vaativa yhteisöviestinnällinen kokonaisuutensa.

5.3 Onnistumisen mittarit

Kehittämishankkeen onnistumista voidaan mitata useilla eri mittareilla. Uudistuksen kokonaisvaikutukset nähdään vasta pidemmällä aikavälillä, joten tulosten seurantaan kannattaa käyttää ainakin puoli vuotta. Mittareiden tulee pystyä mittaamaan tehtävien muutosten onnistumista ja kehittämishankkeelle asetettujen tavoitteiden täyttymistä. Harrastajille suunnattu kysely verkkoviestinnästä on ollut tärkein yksittäinen hankkeen suunnitteluun vaikuttava mittari. Kysely uusitaan noin puoli vuotta verkkosivujen uudistuksen jälkeen, jotta muutosta edeltävää ja sitä seuraavaa tilannetta voidaan vertailla keskenään. Lopullinen ajankohta määräytyy liiton tulevien henkilöresurssien mukaan Tavoitteena on, että muutoksen jälkeen käyttäjäkyselyn tulokset olisivat kokonaisuudessaan paremmat kuin ensimmäisen kyselyn. Kysymysten asettelua täytyy päivittää jonkin verran sen mukaan, mitä uudistuksia liiton verkkoviestintään on ehditty tekemään. Tulevaa kyselyä voidaan laajentaa erityisesti viestinnän interaktiivisuutta koskevilla kysymyksillä. Verkkosivujen sisällön ajantasaisuutta arvioitaessa on järkevämpää luottaa kvantitatiivisiin tuloksiin kuin käyttäjäkyselyyn, sillä arviot nykyisestä sivustosta olivat yllättävän positiivisia sisällön tosiasialliseen ajantasaisuuteen verrattuna. Käyttäjäkysely selvittää kuitenkin sitä, kuinka ajantasaiselta tieto vastaajien mielestä vaikuttaa.

Suomen Agilityliiton toimihenkilöille olisi pitänyt toteuttaa samankaltainen verkkoviestinnänkysely, jotta uudistusten vaikutuksesta viestinnän tuottajien kannalta olisi selkeää tietoa. Toimihenkilöille suunnattu kysely kannattaa kuitenkin tehdä käynnissä olevien uudistusten jälkeen, jotta saadaan tietoa niiden toimivuudesta niiltä henkilöiltä, jotka pääasiassa vastaavat liiton verkkoviestinnän tuottamisesta.

5.3.1 Osallistuminen ja vuorovaikutus

Tällä hetkellä harrastajat eivät voi osallistua Suomen Agilityliiton verkkoviestintään liiton omissa kanavissa tai olla muutenkaan julkisesti vuorovaikutuksessa liiton kanssa verkon kautta. Osallistuminen verkkoviestintään tarkoittaa esimerkiksi keskustelua, kommentointia ja sisällön tuottamista. Kehittämishankkeen tavoitteena olevat uudistukset mahdollistavat verkossa tapahtuvaa julkista kanssakäymistä harrastajien ja liiton kesken. Määrällisesti kaikki vuorovaikutustilanteet liiton omissa kanavissa ovat käänne parempaan, mutta tässä vaiheessa on vaikea arvioida kuinka paljon keskustelua tai harrastajien tuottamaa sisältöä tulee syntymään ja kuinka nopeasti. Ehdoton tavoite on luoda liitolle virallinen julkinen kanava, jossa epäselvistä ajankohtaisista asioista voidaan keskustella asiallisesti. Tavoitteena on myös, että vastaaminen ei olisi pelkästään liiton toimihenkilöiden harteilla, vaan asiallisesta keskustelusta vastaisi koko agility-yhteisö vertaistuenomaisesti. Kanavan toimiessa hyvin huhuihin ja asiattomiin kommentteihin perustuva keskustelu muissa kanavissa vähenee. Nämä mittarit ovat havainnoitavissa määrällisesti ja laadullisesti esimerkiksi laskemalla tärkeimpiä tiedotteita koskevan keskustelun liiton kanavassa vs. muilla keskustelupalstoilla. Tavoitteena on, että

- Liiton toimialueeseen kuuluvista asioista keskustellaan verkossa ennemmin liiton omassa kanavassa kuin muilla palstoilla
- Vuoden 2010 piirinmestaruuskilpailuista 50 prosenttia raportoidaan liiton sivuilla piirin tai järjestävän seuran toimesta
- Vuoden 2010 muista arvokilpailuista viestitään ja raportoidaan yhteistyössä Suomen Agilityliiton kanssa ja liiton verkkosivuja hyödyntäen

Harrastajille suunnatussa verkkoviestinnäkyselyssä tulosten tulee parantua vuorovaikutuksen osalta seuraavasti:

- Liiton ja harrastajien vuorovaikutuksen kokee helppona tai melko helppona 65 prosenttia vastaajista (nyt noin 54 prosenttia)
- Liiton ja harrastajien vuorovaikutuksesta En osaa sanoa - vastauksia enintään 20 prosenttia (nyt noin 29 prosenttia)

Sosiaalisen median hyödyntäminen liikunta- ja koirajärjestöissä on Suomessa vielä vähäistä. Aktiivisesti verkossa järjestönsä hyväksi sisältöä tuottava liikuntayhteisö saattaisi olla mediassa kiinnostava uutisoinnin aihe. Esimerkki olisi kiinnostava ja innostava ainakin muille järjestöille. Innovatiivisuus, aktiivisuus ja hyvin yhteen pelaava valtakunnallinen harrastajayhteisö voisi lisätä lajin näkyvyyttä ja tunnettuutta normaalista poikkeavasta näkökulmasta, jonka keskiössä olisikin koiran sijaan harrastajana nimenomaan ihminen ja toimintana liikkumisen tärkeimpiä motiiveita: osallistuminen, kansalaistoiminta ja mielekäs elämänsisältö (Pekkala 2009).

5.3.2 Suomalaisen agilityharrastajan paras tiedonlähde

Suomen Agilityliitto on kaikkien suomalaisten agilityä harrastavien yhdistysten muodostama liitto, ja sen tulee palvella harrastajakuntaa valtakunnallisesti. Liitto kehittää suomalaista agilityurheilua, liikuntaa ja harrastustoimintaa ja kehityksen tulosten tulee olla helposti harrastajien löydettävissä. Kävijämäärillä ja löydettävyydellä on suuri merkitys myös yhteistyökumppaneiden kanssa neuvoteltaessa. Siksi Suomen Agilityliiton verkkosivuston tulee olla puoli vuotta kehittämishankkeen jälkeen:

- Edelleen suosituin agilityaiheisen tiedon hakukanava (käyttäjäkyselyn mukaan)
- Kolmen parhaan hakutuloksen joukossa kolmen suosituimman hakukoneen suomalaisversion (esim. google.fi) tuloksissa hauilla agility ja ”agility”
- Liiton verkkosivusto tavoittaa keskimäärin 70 prosenttia lisenssillisten harrastajien määrästä
- Liiton verkkosivusto ohjaa liikennettä liiton YouTube-kanavaan ja Facebook-sivulle, jotka puolestaan ohjaavat liikennettä liiton verkkosivustolle
- Helppokäyttöinen ja selkeä:
 - Harrastajista 20 prosenttia pitää tiedon etsimistä Suomen Agilityliiton sivuilta helppona (nyt noin 10 prosenttia)
 - Enintään 10 prosenttia pitää tiedon etsimistä Suomen Agilityliiton sivuilta vaikeana tai melko vaikeana (nyt noin 28 prosenttia)
 - Harrastajista 20 prosenttia pitää Suomen Agilityliiton verkkosivujen navigaatiota helppona (nyt noin 11 prosenttia)

- Enintään 10 prosenttia pitää Suomen Agilityliiton verkkosivujen navigaatiota vaikeana tai melko vaikeana (nyt noin 27 prosenttia)

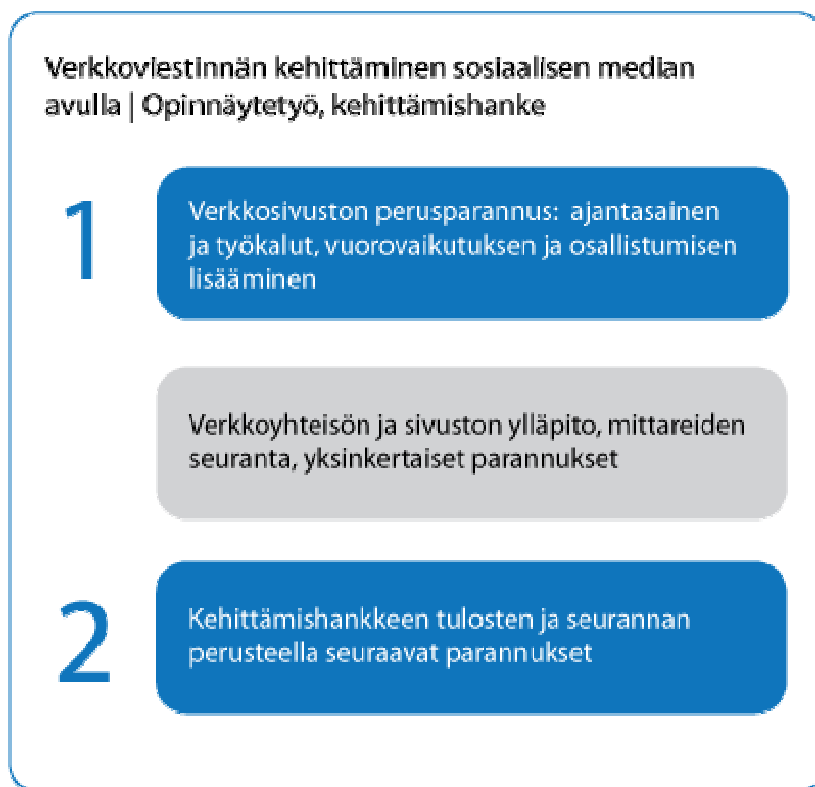
Verkkosivusto voi olla paras tiedonlähde vain, jos se on myös sisällöltään ajan tasalla. Siksi Agilityliiton verkkosivuston tulee olla heti uudistamisen jälkeen ja aina siitä eteenpäin hyvin päivitetty. Ajantasaisuutta tarkastellaan uudelleen puolen vuoden kuluttua uudistuksesta.

- Harrastajista 75 prosenttia saa mielestään tarpeeksi tietoa Suomen Agilityliiton toiminnasta (nyt noin 65 prosenttia)
- 95 prosenttia liiton staattisten sivujen sisällöstä tulee olla ajan tasalla (ei tiedote-arkisto)
- Tärkeimpien tiedotteiden julkaisu on onnistunut ajoissa ja tieto on ollut ensimmäisenä saatavilla liiton verkkosivuston kautta

Sisällöntuotannollisesta näkökulmasta parhaat verkkosivut on helppokäyttöinen ja teknologisesti ajan tasalla. Sisällöntuottajien kokemuksia selvitetään heille suunnatulla kyselyllä. Lisäksi uudistuksen jälkeen voidaan mitata sitä onko sisällöntuottajia ollut tarvetta kouluttaa.

5.4 Laaja kehittämishanke toteutetaan pienempinä kokonaisuuksina

Tämä opinnäytetyönä tehty verkkoviestinnän kehittämishanke on suurempi kokonaisuus kuin hanke, jollainen kannattaa pääasiassa vapaaehtoisvoimin toimittaessa kerrallaan toteuttaa. Siksi kehittämishankkeen vaatima käytännössä tehtävä työ onkin pilkottava useammaksi projektiksi (kuvio 12).



Kuvio 12: Verkkoviestinnän kehittämishankkeen sisältöä toteutetaan käytännössä useampana eri projektina, joiden välillä laajan hankkeen tuloksia täydennetään mittareita seuraamalla.

Aikataulullisesti sain tästä kehittämishankkeesta verkkoviestinnän perusparannukseen vaadittavat tiedot jo ennen työn valmistumista. Käytännössä liiton on saatava verkkoviestinnän perusteet kuntoon mahdollisimman pian, ja siksi verkkosivuston sisällön ja työkalut uudistava sekä vuorovaikutusta ja osallistumista lisäävä perusparannushanke onkin jo loppusuoralla. Perusparannusten on määrä valmistua samaan aikaan kun tämä laajempi kehittämishanke tarkastetaan.

Perusparannukseen valittiin sellaisia elementtejä, joiden avulla liiton verkkoviestintää olisi helppo toteuttaa ajantasaisena ja ammattimaisena, ja jotka mahdollistaisivat vuorovaikutusta ja osallistumista. Kahta julkaisualustaa kokeiltuamme päädyimme valitsemaan liiton viralliseen verkkoviestintään erittäin suosittu ja monipuolisen avoimen kehitysalustan blogityökalu Wordpressin. Wordpress-julkaisualusta on kaikin puolin tässä kehittämishankkeessa asetettujen tavoitteiden mukainen (luvut 4 ja 5). Liiton palvelimelle asennettiin myös wikityökalu Mediawiki, sillä sen asennus saatiin sisällytettyä Wordpressin käyttöönoton kustannuksiin. Mediawikiä ei ole vielä otettu

käyttöön missään muodossa. Perusparannukset valittiin siten, että erityisesti liiton ja harrastajien vuorovaikutus paranisi, avoin ja osallistava viestintä olisi teknisesti mahdollista, sisällöntuotanto- ja julkaisualusta olisi helppokäyttöinen ja sillä voisi olla lähes rajoittamaton määrä käyttäjiä, liitolla olisi oma virallinen ja julkinen (keskustelu)kanava sen asioiden käsittelyyn, verkkosivuston uudistaminen olisi jatkossa nopeaa ja helppoa, verkkosivustolle olisi helppoa sisällyttää mitä tahansa sisältöä tekstistä videoihin ja niitä sisältöjä olisi helppoa arvioida ja jakaa eteenpäin muille kiinnostuneille. Perusparannushankkeella on ollut positiivinen vaikutus myös liiton rahoitukseen. Suomen Agilityliitto kykeni myymään uusille yhteistyökumppaneilleen erilaisia näkyvyyksiä verkkosivuillaan ja niiden näkyvyyksien toteuttaminen onnistuu uudella julkaisualustalla suhteellisen joustavasti.

Verkkosivuston perusparannusten valmistuttua uudistuksissa pidetään seurantavaihe, jonka aikana sivuston toiminnallisuutta korjaillaan tarvittaessa yksinkertaisin parannuksin. Tämä vaihe on erittäin tärkeä verkkosivuston todellisen sosiaalisuuden saavuttamiseksi. Harrastajia tulee aktivoida mukaan toimintaan, sillä sosiaalisen median perusedellytyksethän olivat paitsi perusparannuksessa kuntoon laitetut ketterät teknologiat ja sisällöt, niin myös niiden ympärillä toimiva yhteisö. Verkkoviestinnän seuraava kehitysvaihe lieneekin tässä kehittämishankkeessa esiteltyjen laajempien verkkopohjaisten yhteistyömahdollisuuksien lisääminen.

6 Loppusanat

Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän perusparannus valmistuu samaan aikaan tämän laajemman kehittämishankkeen kanssa. Kehittämishankkeen oli jo alkukesästä 2009 sellaisessa vaiheessa, että perusparannuksia voitiin alkaa suunnitella ja toteuttaa. Uudet verkkosivut julkaistiin 13.12.2009 osoitteessa www.agilityliitto.fi tukemaan Pohjoismaiden mestaruuskilpailujen tiedotusta (liite 3). Uuden verkkosivuston ansiosta kilpailuraportointi vei puolet vähemmän henkilöresursseja kuin viime vuonna, jolloin tehtävä sitoi jatkuvasti kahta henkilöä jäykän julkaisujärjestelmän vuoksi: yhtä kilpailupaikalla ja yhtä Suomessa. Agilityharrastajat lukivat, katselivat ja kommentoivat PM-kisojen tiedotusta heti innokkaasti. PM-kilpailut ovat arvokisoistamme pienikokoisimmat, mutta silti sivujen julkaisu ja kisatiedotus houkuttelivat sivuillemme heti yli 1000 eri kävijää, jotka latsivat sivuja yli 12000 kertaa (liitteet 4 ja 5).

Perusparannukset myöhästyivät ennakoidusta aikataulustaan kahdesti: verkkosivuja ei saatu kuntoon ennen heinäkuussa järjestettyjä maajoukkueen karsintakilpailuja eikä ennen syyskuussa järjestettyjä maailmanmestaruuskilpailuja. Ongelmia aiheuttivat paitsi henkilöresurssit niin myös liiton virtuaalipalvelimeen kohdistunut palvelunestohyökkäys. Vapaaehtoisten työn organisoimisen hankaluus tuli tässä projektissa esiin valitettavan hyvin. Lisäksi kesä- ja syyskausi ovat agilityn aktiivisinta kilpailuaikaa, ja tämä sitoi ennestäänkin vähäisiä tiedotusresursseja operatiivisten tehtävien tekoon kehittämishankkeeseen keskittymisen sijaan – käytännössä siis minua itseäni. Wordpress-blogijulkaisualustan käyttöönotto aiheutti työtahdissa erittäin positiivisen muutoksen ja vahvisti käsitystäni siitä, että olemme kehittämässä verkkoviestintäämme oikeaan suuntaan. Sisällöntuotanto ja valmiiden sisältöjen tarkistaminen vauhdittui silminnähden, kun tarjolla oli helppokäyttöinen alusta, johon kaikki sisällöistä vastaavat pääsivät itse tuottamaan tai editoimaan sisältöä.

Kehittämishankkeessa alkaa nyt seurantavaihe, jota seuraavien vaiheiden toteutukseen vaikuttavat muun muassa liiton tulevat henkilöresurssit, budjetti ja jäsenseurojen päätökset kevätkokouksessa 2010. Tuleviin päätöksiin on nyt mahdollista vaikuttaa uudella tavalla: avoimella ja interaktiivisella verkkoviestinnällä.

6.1 Kriittinen arviointi

Johtuen roolistani Suomen Agilityliiton hallituksen jäsenenä ja liiton tiedottajana tässä kehittämishankkeessa mainitut ongelmat voidaan nähdä kritiikkinä myös omalle vastuulleni liiton viestinnästä. Olen saanut suomalaisilta agilityharrastajilta luottamustehtävän, ja tämän kehittämishankkeen toteuttaminen oli oiva mahdollisuus olla sen tehtävän arvoinen. Kehittämishankkeen toteuttamiseen minua motivoi paitsi saamani vastuu, niin myös aito halu tehdä Suomen Agilityliiton verkkoviestinnästä ammattimaista, ajantasaista ja osallistavaa. Kehittämishankkeeni valmistuessa olemme mielestäni etenemässä hyvää vauhtia kohti tuota tavoitetta. Luottamustehtäväni liiton hallituksessa ja tiedottajana ovat katkolla huhtikuussa 2010 järjestettävässä kevätkokouksessa. En vielä tiedä aionko asettua ehdolle näihin tehtäviin uudelleen. Jatkoipa tehtävässä kuka tahansa, uskon tästä kehittämishankkeesta olevan paljon hyötyä hänellekin. Suunnitelmia täytyy tietenkin konkretisoida, kuten esimerkiksi perusparannuksia varten tein, mutta tämä kehittämishanke antaa hyvän suunnan verkkoviestinnän jatkokehittämiseksi.

Kehittämishankkeeni osalta olen tyytyväisin verkkoviestinnän ongelmien onnistuneeseen tunnistamiseen. Suuren osan verkkoviestinnän nykytilan ongelmista tunnistin ammattitaitoni avulla. LogFrame-mallin mukainen ongelmien jäsentely ja harrastajille suunnattu kysely verkkoviestinnästä auttoivat minua havaitsemaan uusiakin ongelmia. Verkkoviestinnän kyselyn kysymystenasettelu ei ollut kaikilta osin aivan onnistunut. Vastaukset jäivät monilta kohdin liian ylimalkaisiksi ja kysymyksiä onkin syytä kehittää ennen seurantakyselyn toteuttamista. Eniten hyötyä oli kyselyn avoimista vastauksista, vaikka niihin vastaakin aina vain pieni osa vastaajista. Harrastajille suunnattu pieni haastattelututkimus tai liiton vanhojen sivujen käytettävyydestä olisivatkin luultavasti antaneet paremman kuvan koko sivuston todellisesta käytettävyydestä. Niiden toteuttamista kannattaakin harkita jatkossa mikäli resurssit siihen riittävät. Verkkokysely soveltui paremmin laajempaan verkkoviestinnän tilan seurantaan. LogFrame-mallin mukainen ongelmien ja tavoitteiden määrittely onnistui mielestäni erinomaisesti, ja määrittelyistä oli apua jokaisessa työvaiheessa. Havaitsin LogFramen avulla huomaamatta jääneitä ongelmia ja hanketoiminnan rakenne auttoi pitämään ongelmat ja tavoitteet työn ytimessä koko työstämisen ajan.

Työni haasteellisin osuus oli kirjoittaa sosiaalisen median tarjoamista ratkaisuksista Suomen Agilityliiton verkkoviestinnän ongelmiin. Sosiaalinen media on niin paljon laajempi aihe kuin mitä pystyin tässä kehittämishankkeessa avaamaan, että rajauksen tekeminen oli hankalaa. Siksi päädyin tarkastelemaan sosiaalista mediaa lähinnä mahdollistajana: mitä parannuksia se voisi tuoda liiton verkkoviestintään etenkin akuuteimpien ongelmien osalta. Verkkoviestinnän kehittämisestä oli mielenkiintoista kirjoittaa ja minulla oli selkeä näkemys siitä millaisia tavoitteita kehittämishankkeella tulee täyttää, jotta verkkoviestinnästä saataisiin toimivaa. LogFrame-malli ja verkkoviestinnän kysely toivat tavoitteiden asetantaan omat tärkeät lisänsä, ja niistä oli paljon hyötyä myös onnistumisen mittareita kehittäessäni.

Työskentelytapani tämän hankkeen parissa eivät olleet ainakaan tarkastajan, ja ehkä Suomen Agilityliiton toimijoidenkaan, kannalta aivan parhaat mahdolliset. Olisin halunnut tehdä kehittämistyötä varsin avoimesti hankkeen edistymisestä koko ajan viestien, esimerkiksi blogin avulla. Näin toimien olisin luultavasti saanut entistäkin parempaa palautetta ja lisää ideoita kehittämishankkeeseeni. Käytännössä kuitenkin kirjoitin työtä enimmäkseen itsekseni, ja vasta suhteellisen pitkälle prosessoituja ajatuksia julki tuoden. Agilityharrastajien mielipidettä en juurikaan osannut hyödyntää verkkoviestinnän kyselyn jälkeen. Toimin tällä tavalla pääasiassa kahdesta syystä: ajan puutteen vuoksi kirjoitin tekstini lukukelpoiseen muotoon vasta aivan viimeisessä vaiheessa. Lisäksi tämä kehittämishanke oli minulle niin henkilökohtainen asia, että pelkäsin esittää ajatuksiani julkisesti niiden ollessa vielä raakileita. En olisi laskenut työtä käsistäni vieläkään, ellei aikaraja olisi jo tullut vastaan.. Nämä kokemani rajoitukset auttoivat minua ymmärtämään, että julkisen vuorovaikutteisuuden ja osallistumisen mahdollistaminen ei onnistu vain tekniset mahdollisuudet luomalla. Se voi joidenkin ihmisten osalla vaatia suurta muutosta työtavoissa. Itse olen tottunut asettamaan töitani julkisen kritiikin kohteeksi, joten reaktioni tämän opinnäytetyön suhteen yllätti minutkin. Julkinen vuorovaikutus ja yhteistyö ovat mahdollisia, mutta ne vaativat paljon rohkaisua ja vähintäänkin positiivisia ja asiallisia kokemuksia.

6.2 Suositukset tulevalle kehittämiselle

Suomen Agilityliiton verkkoviestinnässä on paljon hyviä kehityskohteita vielä perusparannusten jälkeenkin. Nyt olemme saavuttamassa sitä onnellista asemaa, että viestinnän ylläpitotyöt eivät enää vie enemmän resursseja kuin sisällöntuotanto.

Kehittämistyötkin voivat olla mahdollisia varsinaisten viestintätehtävien kärsimättä. Mikäli Suomen Agilityliitto haluaa ottaa nyt tehdyistä ja tulevista uudistuksista irti kaiken mihin sosiaalinen media antaa mahdollisuuksia sen pitäisi panostaa myös yhteisön kehittämiseen ja ylläpitoon. Liiton viestinnän ja markkinoinnin alla kannattaisi olla jatkossa jonkinlainen yhteisövastaavan rooli. Tässä roolissa toimiva henkilö voisi tehdä työtä sosiaalisen median mahdollistaman työskentelykulttuurimuutoksen eteen, selvittää mitä sisältöjä voidaan antaa yhteisön ylläpidettäväksi tai kehitettäväksi ja ennen kaikkea aktivoida agilityharrastajia osallistumaan eri tavoin liiton toimintaan. Yhteistä sisällöntuotantoa voisi lähteä kokeilemaan esimerkiksi sosiaalista mediaa suvereenisti käyttävien nuorten kanssa liiton nuorisotoiminnan kehittämiseksi, tai tärkeimpien tiedotteiden kääntämiseksi ruotsiksi.

Lähteet

Aalto, Tuija 2009. Yleisö ei enää vain kuuntele ja katsele. YLE ja yleläiset sosiaalisessa mediassa. [online] [viitattu 26.11.2009]. <http://www.slideshare.net/Tuija/yle-ja-yleliset-sosiaalisessa-mediassa-2579933?src=embed>

Fiore, Neil 2007. The Now Habit: A Strategic Program for Overcoming Procrastination and Enjoying Guilt-Free Play. Penguin Group USA. ISBN 9781585425525.

Gotta, Mike 2008. Deciphering Social Networks. Utah: Burton Group. Maksullinen raportti.

Hakemus Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n jäseneksi 2009. Helsinki: Suomen Agilityliitto.

Ingelbrecht, Nick & Lin, Julia 2008. Dataquest Insight: Consumer Social Networks, a Fact-Based Reality Check. Gartner. Maksullinen raportti.

Jungner, Mikael. Ehkä massamedia.. [online] [viitattu 2.12.2009]. <http://twitter.com/MikaelJungner/status/5178920841>

Karvonen, Erkki. Johdatus viestintätieteisiin. [online] [viitattu 15.4.2009]. <http://www.uta.fi/viesverk/johdviest/lahtokohtia/kasite.html>

Melakoski, Cai & Sirkesalo, Sohvi & Tirronen, Helena 2007. ”Himottaa, mutta pelottaa?” Suomalaisen sisällöntuotantoalan näkemyksiä osallistumistaloudesta ja sosiaalisesta mediasta. [online] [viitattu 4.12.2009] http://www.tamk.fi/kirjasto/b._raportteja_attchmt/Parteco_selvitys2007_MelSirTir.pdf

Pekkala, Jukka 2009. SLU:n strategia. Esitelmä. SLU syyskokouspäivät 20.11.2009. Tampere.

Suoranta, Juha & Vadén Tere, Wikiworld: Political Economy and the Promise of Participatory Media 2008. [online] ISBN 978-951-44-7281-7 (pdf), 978-951-44-7280-0 (sidottu) http://wikiworld.files.wordpress.com/2008/03/suoranta_vaden_wikiworld.pdf

Suomen Agilityliiton säännöt 2007. [online] [viitattu 7.3.2009]. <http://www.agilityliitto.fi/liitto/saannot.html>

Tapscott, Don & Williams, Anthony D. 2006. Wikinomics: how mass collaboration changes everything. New York: Portfolio. ISBN: 9781591841937

Terveiden edistämisen keskus: Logical Framework = LogFrame. [online] [viitattu 8.12.2009]. http://www.health.fi/index.php?page=arv_tyokaluja&i=100186

Zeldman, Jeffrey 2009. What are web standards. [online] [viitattu 20.4.2009]. <http://www.zeldman.com/2009/04/08/what-are-web-standards>

Wikipedia: Blog. [online] [viitattu 28.5.2009]. <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

Wikipedia: Dog agility [online] [viitattu 28.5.2009].
http://en.wikipedia.org/wiki/Dog_agility

Wikipedia: Social media. [online] [viitattu 2.12.2009]
http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

Liitteet

Liite 1: Kysely Suomen Agilityliiton verkkoviestinnästä 16.-27.4.2009, valintakysymykset



Liite1_Kysely_valinta
kysymykset.pdf

Liite 2: Kysely Suomen Agilityliiton verkkoviestinnästä 16.-27.4.2009, avoimet kysymykset



Liite2_Kysely_avoime
t kysymykset.xlsx

Liite 3: Tiedote uusien verkkosivujen julkaisusta

Suomen Agilityliiton verkkosivut uudistuivat

Suomen Agilityliiton uusi verkkosivusto julkaistiin 13.12.2009. Sisällöltään, ilmeeltään ja toiminnallisuuksiltaan täysin uudistunut sivusto palvelee agilityn harrastajia entistä, liiton perustamisvuonna 2006 julkaistua sivustoa paremmin.

Sivusto julkaistiin nyt tukemaan Tukholmassa 13.12. kisattavien Pohjoismaiden mestaruuskisojen uutisointia. Sivuston toiminnallisuuksia hiotaan tulevan viikon aikana esimerkiksi kilpailu-uutisten näkyvyyden suhteen. Esittelemme uuden sivuston ominaisuuksia tarkemmin uudistuksen valmistuttua. Tervetuloa SAGIn uusille sivuille katsomaan ja osallistumaan!

www.agilityliitto.fi

PM-kisaviikonlopun uutiset

Kysy lisää - jätä kommentti!

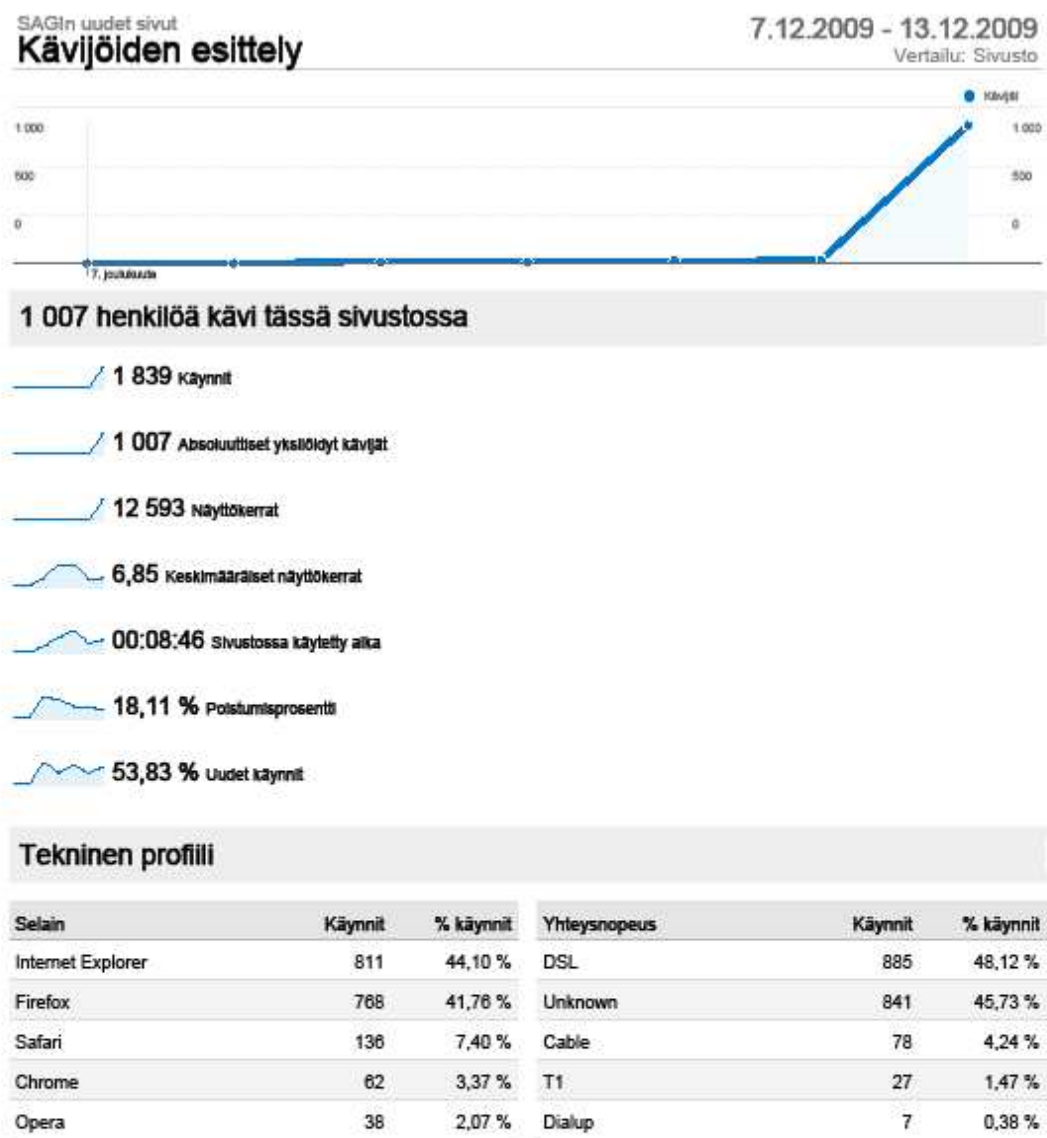
Lisätietoja uudistuksesta saat jättämällä kommenttisi tämän tiedotteen verkkoversioon. Ylläpidon tulee hyväksyä ensimmäinen kommenttisi, jota seuraavat kommenttisi julkaistaan automaattisesti kunhan käytät samaa nimeä ja sähköpostiosoitetta. Sähköpostiosoitettasi ei julkaista kommentin yhteydessä vaan se näkyy vain ylläpidolle. Kommentoi mieluusti omalla nimelläsi.

Tämä tiedote verkossa

Parhain terveisin,
Marika Kelokari

Tiedottaja
Suomen Agilityliitto

Liite 4: Kävijämäärät Suomen Agilityliiton uusilla verkkosivuilla



Liite 5: Suosituimmat sisällöt Suomen Agilityliiton uusilla verkkosivuilla

