

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Tanssin Tiedotuskeskuksen rooli ja viestintämateriaali kansainvälisen sidosryhmän näkökulmasta

Maarit Kakkonen

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

5/2011

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Maarit Kakkonen	Sivumäärä 45 ja 30 liitesivua
Työn nimi Tanssin Tiedotuskeskuksen rooli ja viestintämateriaali kansainvälisen sidosryhmän näkökulmasta	
Ohjaava(t) opettaja(t) Arto Lindholm ja Antti Pelttari	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Tanssin Tiedotuskeskus, Pirjetta Mulari	
Tiivistelmä <p>Tutkin opinnäytetyössäni Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälisen sidosryhmän ymmärrystä Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnasta ja palveluista sekä kartoitan kyseiselle sidosryhmälle parhaiten hyödynnettäviä viestintämenetelmiä. Opinnäytetyöni tavoitteena on arvioida Tanssin Tiedotuskeskuksesta muodostunutta yrityskuvaa sekä tuoda esille toimintaehdotuksia ja kehitysideoita kansainväliselle sidosryhmälle kohdistetun viestinnän edistämiseksi.</p> <p>Opinnäytetyöni pohjautuu Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainväliselle sidosryhmälle sähköisesti toteutettuun kyselytutkimukseen. Opinnäytetyössäni kuvaan tutkimuksen toteuttamisprosessin, avaan ja analysoin tutkimustulokset sekä pohdin kehitysehdotuksia.</p> <p>Opinnäytetyöni tutkimustuloksissa nousevat esille Tanssin Tiedotuskeskuksen yrityskuvan ja kansainväliselle sidosryhmälle kohdistetun viestintämateriaalin heikkoudet, vahvuudet ja tärkeimmät kehittämiskohteet. Opinnäytetyöni tarjoaa Tanssin Tiedotuskeskukselle vinkkejä viestintästrategian sisällön suunnitteluun.</p> <p>Opinnäytetyöni tilaaja on Tanssin Tiedotuskeskus.</p>	
Asiasanat viestintä, yrityskuva, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus, kehittäminen	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
The Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Maarit Kakkonen	Number of Pages 45 and 30 appendices
Title Dance Info Finland's role and communications material in a perspective of international stakeholders	
Supervisor(s) Arto Lindholm and Antti Peltari	
Subscriber and/or Mentor Dance Info Finland, Pirjetta Mulari	
Abstract <p>The thesis examines Dance Info Finland's international stakeholders' understanding of Dance Info Finland's activities and services as well as identifies the best methods of communications to utilize the stakeholders. The objective of this thesis is to evaluate Dance Info Finland's company image and to point out proposals for action and ideas for developing communications for the stakeholders.</p> <p>The thesis is based on an e-Research sent to Dance Info Finland's international stakeholders. It describes the research process, analyses results and considers development proposals.</p> <p>Weaknesses, strengths and key development areas in Dance Info Finland's company image and communicational material targeted to the international stakeholders come up in the research. The thesis provides to Dance Info Finland tips when planning the contents of communication strategy.</p> <p>This thesis is tailor-made for Dance Info Finland.</p>	
Keywords communication, company image, quantitative research, survey, development	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 VIESTINTÄ JA SIDOSRYHMÄT	6
2.1 Viestintä	6
2.2 Identiteetti, profiili, imago ja maine viestinnässä	8
2.3 Sidosryhmäviestintä	9
2.4 Painettu viestintämateriaali sidosryhmille	11
2.5 Sähköinen viestintä sidosryhmille	11
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	13
3.1 Tutkimusongelma, tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	13
3.2 Tutkimusmenetelmä	14
3.3 Tutkimuksen aikataulu	15
3.4 Tutkimuksen laatu	16
4 TUTKIMUSTULOKSET	18
4.1 Vastaajien taustatiedot	18
4.1.1 Toimiala	18
4.1.2 Toimenkuva	19
4.1.3 Työnantajan kotimaa	20
4.1.4 Yhteydenpito Tanssin Tiedotuskeskukseen	20
4.2 Vastaajien näkemykset Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista	21
4.2.1 Kolme tärkeintä tehtävää	21
4.2.2 Mielikuva	22
4.2.3 Väittämät	23
4.2.4 Mielipiteet toiminnan kehittämiseen	24
4.3 Vastaajien mielipiteet Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaalista	24
4.3.1 Finnish Dance in Focus -lehden tunnettuus	24
4.3.2 Finnish Dance in Focus -lehden arviointi	25
4.3.3 Finnish Dance in Focus -lehti verkkolehtenä	26
4.3.4 Finnish Dance in Focus -lehden sisältötoiveet	26
4.3.5 Muut lehdet	26
4.3.6 Muu esitemateriaali	27
4.3.7 DVD:iden tunnettuus	28
4.3.8 DVD:iden arviointi	28
4.3.9 DVD:iden jaottelu	29
4.3.10 Kotisivujen tunnettuus	29
4.3.11 Kotisivujen arviointi	30
4.3.12 Vierailut kotisivuilla	30
4.3.13 Kotisivujen tärkeimmät ja vähiten tärkeimmät osiot vastaajille	31
4.3.14 Kotisivujen sisältötoiveet	32
4.3.15 Uutiskirje	32
4.3.16 Uutiskirjeen arviointi	33
4.3.17 Sosiaalinen media	33
4.3.18 Toivottu tiedotuskanava	34
4.4 Terveiset ja palautteet Tanssin Tiedotuskeskukselle	35
5 TUTKIMUSTULOSTEN ANALYSOINTI	35

5.1 SWOT-analyysi	35
5.2 Kehitysehdotuksia	39
5.3 Muita ideoita ja keinoja	42
6 YHTEENVETO	43
LÄHTEET	45
LIITTEET	46

1 JOHDANTO

Luulo ja tietämättömyys ovat huono yhdistelmä kehittämistoimenpiteiden nimeämiseksi ja tavoitteiden määrittelemiseksi. Tuntemukset ja oletukset eivät riitä, kun halutaan tietää miten organisaation toiminta ja palvelut arvotetaan. Mutu-tiedon rinnalla tutkitulla tiedolla on huomattavasti suurempi painoarvo, sillä se kelpaa suunnan näyttäjäksi ja kehitystyön vankaksi pohjaksi.

Tanssin Tiedotuskeskuksen epätietoisuus profilointinsa onnistuneisuudesta sekä todellisesta imagostaan ja maineestaan kansainvälisen sidosryhmänsä keskuudessa loi edellytykset tutkimukselleni. Tanssin Tiedotuskeskus kaipasi selvitystä, mitä kansainvälinen sidosryhmä tietää ja ajattelee sen toiminnasta ja palveluista. Koska Tanssin Tiedotuskeskuksella ei ollut aikaisempaa tutkimusta kansainväliselle sidosryhmälle kohdistetun viestintämateriaalin vaikutuksesta ja merkittävydestä, tutkimukseni odotettiin tuovan esille toiveita vuorovaikutus- ja viestinnän käytännöstä sekä keinoja viestintästrategian suunnitteluun. Tarve ja tiedonhalu tutkimukselle olivat siis olemassa.

Opinnäytetyöni tarkoitus oli tutkia kansainvälisen sidosryhmän mielikuvaa Tanssin Tiedotuskeskuksesta ja kartoittaa kyseiselle ryhmälle kohdistetut oikeat viestinnälliset keinot. Tutkimukseni toivottiin tuovan ilmi mahdolliset muutospaineet ja antavan ideoita tarvittavista toimenpiteistä. Opinnäytetyöni tavoitteena oli edesauttaa Tanssin Tiedotuskeskusta viestinnällisten suunnitelmien ja menetelmien rakentamisessa ja kehittämisessä.

Tanssin Tiedotuskeskuksen vuoden 2011 toimintasuunnitelma sisältää viestintästrategian ja -suunnitelman laatimisen voimassa olevan strategian 2007–2012 täydentämiseksi. Viestinnän kehittäminen ja ulottaminen toiminnan kaikille osa-alueille leimaa Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintavuotta 2011. Toimintasuunnitelmassa painotetaan kansainvälisen tiedotustoiminnan kehittämistä uutiskirjeiden ja verkkosivujen sisältöihin panostaen. Toimintasuunnitelman mukaan tässä kehittämistyössä Tanssin Tiedotuskeskus tulee hyödyntämään myös opinnäytetyötäni.

Tanssin Tiedotuskeskuksen tehtävä on edistää suomalaisen tanssitaiteen kehitystä ja parantaa sen yhteiskunnallista asemaa ja toimintaedellytyksiä. Tanssin Tiedotuskeskus toimii asiantuntijaorganisaationa, jonka toiminnot jakaantuvat palvelu- ja neuvontatyöhön, tiedotus-, julkaisu- ja promootiotoimintaan, tutkimus-, koulutus- ja kehityshankkeisiin sekä yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen. Tehtäviä toteutetaan sekä kotimaahan että kansainvälisesti suuntautuvalla työllä. Tanssin Tiedotuskeskuksella on kymmenen jäsenyhteisöä, jotka edustavat useita eri tanssin lajeja nykytanssista ja baletista kansan- ja kilpatanssiin. Tanssin Tiedotuskeskuksen päättävä elin on hallitus. Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminta rahoitetaan valtion avustuksella, hankekohtaisilla projektiavustuksilla ja oman toiminnan tuloilla. Tanssin Tiedotuskeskus käyttää kansainvälisellä kentällä nimeä Dance Info Finland.

2 VIESTINTÄ JA SIDOSRYHMÄT

Tässä luvussa huomioin viestinnän laajasta kokonaisuudesta vain opinnäytetyöni tutkimusongelmaan liittyvät osa-alueet. Tarkastelen viestintää yleisesti ja tuon esille identiteetin, profiilin, imagon ja maineen merkityksen viestinnässä. Lisäksi käsittelen sidosryhmäviestintää sekä sidosryhmille suunnattua painettua viestintämateriaalia ja sähköistä viestintää.

2.1 Viestintä

Leif Åberg määrittelee viestinnän prosessiksi, tapahtumaksi, jossa merkityksen antamisen kautta tulkitaan asioiden tilaa ja jossa tämä tulkinta saatetaan muiden tietoisuuteen vuorovaikutteisen, sanomia välittävän verkoston kautta (Åberg 2000, 54). Åbergin määritelmä on vaikeasti hahmotettavissa, mutta viestintä onkin monimutkainen kokonaisuus, johon vaikuttavat ihmiset, tekniikka, aika, paikka, tarpeet, odotukset ja sattuma.

Marja-Liisa Viherän määritelmä viestinnästä on mielestäni käytännönläheisempi. Kuten Viherä toteaa, viestintä on sosiaalisen kanssakäymisen edellytys. Se on vuoro-

vaikutustilanne, joka synnyttää kysymyksiä, vastauksia, kannanottoja ja ehdotuksia. Vuorovaikutustilanteessa yhteistyö ja sanomien tulkinta antavat viestinnälle merkityksen. Viestintä voidaan jakaa vuorovaikutuksen aktiivisuuden ja vuorovaikutukseen osallistuneiden määrän mukaan yksisuuntaiseen, kaksisuuntaiseen ja yhteisölliseen viestintään. Viherän mukaan viestintää opitaan kokemuksen kautta, kun keskeiset kommunikaatiovalmiudet ovat hallinnassa. Kommunikaatiovalmiuksiksi Viherä mainitsee visuaalisen, suullisen ja kirjallisen viestinnän taidot, vuorovaikutus- ja neuvottelutaidot, yhteistyötaidot ja kyvyn käyttää hyväksi uutta tieto- ja viestintäteknikkaa. (Viherä 2000)

Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintä on ennen kaikkea vuorovaikutussuhteiden verkostoa ja viestintätoimenpiteitä. Se on myös profilointia ja tavoitteiden asettelua, sisäistä ja ulkoista tiedottamiseksi sekä asiakaspalvelua. Organisaatioissa kuten Tanssin Tiedotuskeskuksessa viestinnän tulee olla strategiseen, taktiseen ja operatiiviseen suunnitteluun pohjautuvaa tavoitteellista viestintää, jonka toteutumista seurataan, mitataan ja arvioidaan. Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintä on myös arkista kanssakäymistä työpaikalla. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 8-10)

Tanssin Tiedotuskeskuksen viestinnän suunnittelun perustaksi sopii Rogersin viestinnän tavoitteiden nelikenttämalli, joka koostuu suhteiden hoitamisesta, muutosten aikaansaamisesta, tiedon välittämisestä sekä asian tai ajatuksen myymisestä. Kentät tukevat toisiaan, mutta vaihtoehdot ja painotukset tulee valita viestikohtaisesti. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 37) Tanssin Tiedotuskeskuksen on hyvä tiedostaa viestinnän suunnittelussa, että avoimien kanavien myötä viestinnälliset roolit ovat sekoittuneet. Tiedon tuottamisesta ja jakamisesta on tullut kaksisuuntaista. Aktiivinen vuoropuhelu sosiaalisissa verkostoissa on lisännyt kuluttajien vaikutusvaltaa. Kuluttajien toisilleen jaettujen tietojen, kokemusten, mielipiteiden ja palautteiden painoarvo haastaa organisaation maineen ja organisaation mahdollisuus kontrolloida sitä koskevaa tietoa supistuu. Viestinnän suunnittelussa ei tule unohtaa, että viestintä on jatkuvasti uudistuva prosessi, jota toimintaympäristön muutokset, teknologian kehitys ja tietotulva haastavat.

Elisa Juholin nostaa kirjassaan esille kuusi viestinnällistä tulevaisuuden haastetta. Globalisoituminen muokkaa sidosryhmiä arvoiltaan heterogeenisemmiksi ryhmiksi,

mikä vaatii viestinnältä moniarvoisuutta ja joustavuutta. Jatkuva muutos edellyttää tahtoa uudistumiseen ja vastuullisen vuorovaikuttamisen vallatessa viestintää johtamisviestinnän tulee kehittyä. Suorien yhteydenpitokeinojen käyttö sidosryhmien tavoittamiseksi kasvaa perinteisen median kustannuksella, mikä tarkoittaa verkkoviestinnän hyödyntämistaitojen entistä parempaa hallintaa. Samalla viestinnän ammattilaisten osaamisesta tulee asiantuntijaosaamista, mikä johtaa yritysviestinnän jakaantumisen eri funktioihin ja prosesseihin. (Juholin 2009, 373–375)

2.2 Identiteetti, profiili, imago ja maine viestinnässä

Opinnäytetyössäni tarkastelen Tanssin Tiedotuskeskuksen roolia kansainvälisen sidosryhmän näkökulmasta. Sidosryhmän ymmärrys ja ajatukset Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnasta ja palveluista pohjautuvat tietoon ja mielikuvaan. Se, minkälainen yrityskuva Tanssin Tiedotuskeskuksesta on muodostunut, on monen osa-alueen summa. Roolin tutkiminen johtaa identiteetin, profiilin, imagon ja maineen lähteille.

Kansainväliselle sidosryhmälle syntyneen yrityskuvan perusrunkona on Tanssin Tiedotuskeskuksen identiteetti vahvuuksineen, heikkouksineen, arvoineen ja tavoitteineen. Identiteetti on se todellinen kuva, joka kertoo miltä Tanssin Tiedotuskeskus haluaa näyttää ulkoisten sidosryhmien edessä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 10–12)

Tanssin Tiedotuskeskuksen profiili on mielikuvien kokonaisuus, jonka halutaan välittyvän sidosryhmille. Profiloinnilla määritellään viestinnän perussanoma, jota välitetään johdonmukaisesti eri sidosryhmille eri kanavia pitkin. Profilointi on pitkäjänteistä ja tavoitteellista työtä, jolla pyritään vahvistamaan haluttua imagoa. (Juholin 2009, 186; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 13)

Tanssin Tiedotuskeskuksen imago on sidosryhmien luoma kuva mielikuvien summa, joka syntyy tiedon, asenteiden, uskomusten ja kokemusten perusteella. Viestinnällä pystyy vaikuttamaan mielikuvaan positiivisesti, mikäli vastaanottajan kokemukset ovat yhteneviä viestinnän kanssa. (Juholin 2009, 185; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 10–12)

Tanssin Tiedotuskeskuksen maine syntyy sanoista, teoista, arvoista, visiosta, etiikasta ja strategiasta. Hyvä maine on strateginen voimavara. Se houkuttelee ympärilleen menestystä ja luo edellytyksiä luottamukselle. Hyvä maine on ansaittava. Maine on todellista kertomaa, johon ei pysty vaikuttamaan samoin viestinnän keinoin niin kuin imagoon pystyy. (Juholin 2009, 187–189; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 13–14)

Näin ollen Tanssin Tiedotuskeskuksen yrityskuva muodostuu todellisuudesta, tavoitteesta, toteutumasta ja toiminnasta eli identiteetistä, profiilista, imagosta ja maineesta. Ihannetilanteessa yrityskuva on samanlainen suunnitelmissa kuin käytännössä - se kertoo sidosryhmille yrityksen ydinosamisalueet ja vahvuudet sekä yhteistyön tuottaman arvon. Hyvän yrityskuvan ylläpitäminen edellyttää sidosryhmien odotusten mukaista toimintaa ja vuoropuhelua. Positiivinen yrityskuva on lisäarvo, jota voidaan vahvistaa viestinnän keinoin.

Tanssin Tiedotuskeskus voi imagon rakentamisella ja maineen hallinnalla tietoisesti pyrkiä vaikuttamaan mielikuvaansa. Positiivisen mielikuvan synnyttämisessä tietojen, kokemusten ja vaikutteiden tulee olla tasapainossa keskenään. Kun toiminta ja viestintä tukevat toisiaan, tunnettuus kasvaa ja sidosryhmien kiinnostus ja luottamus vahvistuvat ja päätöksenteko helpottuu. Mielikuvaa Tanssin Tiedotuskeskuksesta rakennetaan jatkuvana suhteena verkostoissa ja suorissa kohtaamisissa sidosryhmien kanssa.

2.3 Sidosryhmäviestintä

Sidosryhmäviestintä on siirtynyt kohti dialogia, jossa vuorovaikutteisuus luo kiinteämmän suhteen sidosryhmien ja Tanssin Tiedotuskeskuksen välille. Keskinäinen riippuvuus edellyttää ymmärrystä ja molempien osapuolien tasavertaista kohtelua. Avoin vuoropuhelu henkilökohtaisissa tapaamisissa, tapahtumissa ja tilaisuuksissa, verkossa tai julkaisujen kautta synnyttää luottamusta. Yhteistyö sitouttaa sidosryhmiä Tanssin Tiedotuskeskukseen ja vahvistaa niiden mielikuvaa Tanssin Tiedotuskeskuksesta, mutta se myös antaa Tanssin Tiedotuskeskukselle tietoa sidosryhmien tarpeista ja näkemyksistä. Tanssin Tiedotuskeskuksen odotetaan vastaavan sidosryhmiensä tarpeisiin ja odotuksiin, mistä kiitoksena sidosryhmät palkitsevat Tanssin Tie-

dotuskeskuksen sitoutuneisuudella. Tanssin Tiedotuskeskuksen ei ole mahdollista toimia ilman sidosryhmiään.

Sidosryhmäanalyysi on viestinnän suunnittelua ja toteuttamista. Analyysissa ei ainoastaan määritellä sidosryhmiä vaan myös opitaan tuntemaan niitä. Tavoitteena on tunnistaa sidosryhmien tiedot, asenteet, mielipiteet, odotukset, toiveet ja sitoutuneisuus. Analyysillä selvitetään minkälaista vuorovaikutusta ja viestinnän käytäntöjä toivotaan. Tanssin Tiedotuskeskus tarvitsee onnistuakseen sidosryhmiensä hyväksynnän ja luottamuksen, mikä edellyttää sidosryhmien tunnistamista ja vuorovaikutusta niiden kanssa. (Juholin 2009, 88–89)

Tanssin Tiedotuskeskuksen sidosryhmille sopivien viestintätapojen tunnistaminen ja oikeiden viestintäkanavien käyttö tehostaa viestintää. Sidosryhmäviestinnässä kysymys ei ole massaviestinnästä vaan tarkasti rajatusta viestinnästä, joka vaihtelee sidosryhmän sitoutumisasteen ja tarpeen mukaan. Tunnistetuista sidosryhmistä ja henkilöistä osa tyytyy satunnaisiin perusviesteihin ja osa odottaa tiivistä keskusteluyhteyttä. Sidosryhmäviestinnässä viestien sisällön laatu ja informatiivisuus tulee hallita, jotta sidosryhmän usko organisaatioon säilyy. Tanssin Tiedotuskeskuksen tulee määritellä ja muokata viestien sisältö vallitsevien tilanteiden ja vaatimusten mukaan. Teknisten viestintävalmiuksien rinnalla henkilökohtaiset viestintätaidot ratkaisevat viestin perille saattamisen halutulla tavalla.

Sidosryhmäviestinnän onnistumiseen tarvitaan suunnittelua ja johdonmukaista toteuttamista. Sidosryhmien arviot nykytilanteesta ovat olennaisia, jotta voidaan määritellä tavoitteet ja keinot. Työstäminen vaatii nykytila-analyysia sidosryhmittäin, haasteiden tunnistamista, sidosryhmäkohtaisten tavoitteiden ja toimintasuunnitelmien sekä strategisten perusviestien ja teemojen määrittelemistä. Jotta tuloksia syntyy, suunnittelu ja toteutus tulee tapahtua kokonaisvaltaisesti ja vuorovaikutteisesti. Arvioinneilla ja analyyseillä tarkistetaan tavoitteet ja tehdään tarvittavat muutokset toimintamalleihin. (Juholin 2009, 195–198)

2.4 Painettu viestintämateriaali sidosryhmille

Tanssin Tiedotuskeskuksen on hyvä määritellä itselleen miksi viestintämateriaalia tuotetaan, minkälaista materiaalia tuotetaan ja millä keinoin se tuotetaan. Vuoropuhe- lussa sidosryhmien kanssa tulevat esille sidosryhmien odotukset ja ideat viestintä- kanavista ja viestien sisällöistä. Painetun viestintämateriaalin informaatio sisältö on vastattava sidosryhmien tarvetta oikealla tavalla.

Yleisellä tasolla painetun esitemateriaalin ja muiden julkaisujen osuus on laskenut verkon käytön yleistymisen myötä. Kuitenkin sidosryhmille suunnattu painettu lehti on säilyttänyt asemansa, mutta sekin kilpailee olemassaolostaan verkkomuotoisen leh- den kanssa. Molemmille versioille on kannattajansa, mutta molempien lehtien toimit- taminen on huomattava kustannus- ja resurssikysymys. Painettu lehti työpöydällä muistuttaa organisaatiosta, mutta verkkolehti saattaa unohtua verkkomaailmaan, mi- käli siihen ei ole yhdistetty vuorovaikutteisuutta. Oli sidosryhmälehti sitten painettu tai verkkolehti, niin Tanssin Tiedotuskeskuksen on määriteltävä oman sidosryhmälehtensä tehtävä tarkkaan. Lehti voi olla sidosryhmien informaatiokanava, tuotteiden markkinointialusta tai yrityksen imagoa vankistava tuote. (Juholin 2009, 209)

2.5 Sähköinen viestintä sidosryhmille

Sähköinen media on tekstiä, ääntä, valokuvaa, grafiikkaa, animaatiota, videota, tieto- kantahakua ja vuorovaikutteisuutta. Näitä elementtejä yhdistämällä Tanssin Tiedo- tuskeskus saa oikean sisältökokonaisuuden oikeaan tilanteeseen ja yhteisvaikutuk- sena on tehokasta sähköistä viestintää. (Juholin 2009, 256–257)

Sähköinen mediakenttä muokkaantuu jatkuvasti ja nopeasti. Painopiste on siirtynyt perinteisistä sähköisistä viestintäkanavista, televisiosta ja radiosta, verkkoon. Interne- tin suuri käyttäjämäärä, maailmanlaajuinen peitto ja edullisuus ovat tehneet siitä mui- ta medioita tehokkaamman viestintäkanavan. Internet on mahdollistanut tiedon no- pean liikkumisen ja osallistuvan yhteistyön, mutta myös virheellisen tiedon ja inforos- kan julkaisemisen. Tanssin Tiedotuskeskuksen tulee huomioida, että internet on

muuttunut infoverkosta ja tiedonhausta yhteisölliseksi mediaksi, jossa läsnä oleminen ei riitä vaan jossa tulee olla myös tavoitettavissa. (Koski 1999; Salmenkivi & Nyman 2007)

Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen toimivuuden takaavat palvelun kokonaisuuden hahmottaminen, sujuva eteneminen, sivujen helppokäyttöisyys, monipuolinen sisältö, asiakaspalveluosio ja hakutoiminnot. Ei saa myöskään unohtaa yleisiä viestinnällisiä kriteereitä kuten tekstin luettavuus, ytimekkyys ja ymmärrettävyys, esteettisyys, yhteneväisyys muun aineiston kanssa ja erikielisten versioiden käyttömahdollisuus, jotka helpottavat sivujen käyttöä. Myös kotisivujen interaktiivisuus koituu eduksi. Tanssin Tiedotuskeskuksella jo tilattavissa oleva RSS-syötepalvelu nopeuttaa viestintää lähettämällä vastaanottajan sähköpostiin linkin verkkosivuille päivitetystä tiedosta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 87–89)

Sosiaalisesta mediasta on muodostunut tärkeä markkinoinnin ja viestinnän väline, joka tulisi liittää osaksi Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintästrategiaa. Pitkäjänteinen suunnittelutyö ja säännöllinen sisältöjen tuottaminen luovat merkityksellistä sisältöä mainonnan sijaan. Sosiaalinen media edellyttää avoimuutta ja aktiivisuutta, vuorovaikutusta ja sosiaalisuutta. Se tarkoittaa siirtymistä pois Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista ja vastaamista kysymyksiin henkilönä. Mukanaolo sosiaalisessa mediassa vaatii myös tekijänoikeuksien, kuluttajasuojalain ja sähköisen viestinnän tietosuojalain tuntemusta. (Salmenkivi ym. 2007)

Tiedotteiden ja uutiskirjeiden julkaiseminen sähköisesti on tavanomaisempaa kuin niiden julkaiseminen painettuina versioina. Niin tai näin sisällöstä on löydettävä neutraalisti esille tuotua uutta tai ainutlaatuista, mielenkiintoa herättävää, tärkeää tai ajankohtaista ja totuudenperäistä asiaa. Viestin sisällön laatimisessa pätevät uutiskysymykset mitä, missä, milloin, miten, miksi ja kuka. Sähköpostitse lähetettyinä ne löytävät nopeasti ja edullisesti perille, mutta uutiskynnyksen ylittäminen on haasteellista tiedotteiden ja uutiskirjeiden tarjonnan ylittäessä kysynnän. Tiiviit ja lyhyet viestit houkuttelevalla otsikolla tavoittavat lukijat parhaiten.

Yhtä tärkeää kuin oikean sidosryhmän määrittäminen ja tavoittaminen on Tanssin Tiedotuskeskuksen omien tietojen ja palvelujen saattaminen löydettäväksi verkossa

oikeasta paikasta oikeaan aikaan. Internetin hakukoneet ja verkostoituminen helpottavat tiedon hakemista ja löytämistä, hakukonemainonta tehostaa sitä. Tiedon vieminen sidosryhmän luo on varmempaa kuin olettaa, että tieto olisi sidosryhmän itsensä löydettävissä.

Kuluttajakäyttäytymisen muutos, mediakentän pirstaloituminen sekä internetin digitaalisuus ja vuorovaikutteisuus ovat johtaneet viestinnän suureen muutokseen. Tulevaisuuden digitaalisista kanavista, palveluista ja käyttäjäyhteisöistä tulee ymmärtää niiden tärkeys, hallinta ja lähestymistapa. Kehityksessä mukana pysyminen vaatii media- ja teknologialukutaitoja. (Salmenkivi ym. 2007, 60–61)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimukseni toteuttamista edesauttoi henkilökohtainen kiinnostukseni nykytanssiin ja ennen kaikkea Tanssin Tiedotuskeskuksen tutkimustarve viestinnän oikeasta kohdentamisesta. Määrittelin tutkimukseni tarkoituksen, tavoitteet ja kyselytutkimuksen sisällön yhteistyössä Tanssin Tiedotuskeskuksen kanssa.

3.1 Tutkimusongelma, tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tanssin Tiedotuskeskuksella ei ollut tutkittua tietoa kansainvälisen sidosryhmänsä näkemyksistä Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista, toimenkuvan laajuudesta ja tarjotuista palveluista. Kansainväliselle sidosryhmälle kohdennetun viestintämateriaalin toimivuudesta ja tarpeellisuudesta ei myöskään löytynyt tutkimustietoa. Tanssin Tiedotuskeskuksen saamat suorat ja välilliset palautteet tehdyistä toimenpiteistä ja viestintämateriaalista ovat olleet positiivisia ja rohkaisevia, mutta toiminnan kehittämiseen ja viestintästrategian päivittämiseen tarvittiin mutua-tiedon lisäksi tutkittua tietoa.

Tutkimukseni tarkoituksena oli saada vastinetta vallitseviin olettamuksiin Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista kansainvälisen sidosryhmän näkökulmasta ja Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainväliselle sidosryhmälle kohdistetusta viestintämateriaalis-

ta. Päämääränäni oli tuottaa tutkimustuloksia, joita tarkastelemalla oletukset pystytään vahvistamaan tai kumoamaan. Parhaimmillaan tutkimukseni tulokset tukevat viestinnällisten toimenpiteiden suunnittelua ja vakiinnuttavat Tanssin Tiedotuskeskuksen asemaa.

Tutkimukseni tavoitteena oli saada aikaiseksi Tanssin Tiedotuskeskukselle tutkittua tietoa, joka tuo esille kansainväliselle sidosryhmälle suunnatun painetun ja sähköisen viestintämateriaalin mahdolliset muutos- ja kehitystarpeet sekä antaa ideoita tarvittaviin toimenpiteisiin uutta viestintästrategiaa suunniteltaessa. Tutkimukseni tavoitteena oli myös lisätä kansainvälisen sidosryhmän ymmärrystä Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnasta ja palveluista.

3.2 Tutkimusmenetelmä

Toteutin tutkimukseni kyselytutkimuksena Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainväliselle sidosryhmälle. Sidosryhmällä tarkoitan tässä tanssin parissa eri toimenkuvanimikkeillä työskenteleviä henkilöitä, joita ovat esimerkiksi tuottajat, agentit, taiteelliset ja hallinnolliset johtajat, PR:n ja viestinnän parissa työskentelevät henkilöt. Sidosryhmärekisterin sain Tanssin Tiedotuskeskuksesta. Tanssin Tiedotuskeskus oli liittänyt kyselytutkimuksen kohderyhmään koko kansainvälisen sidosryhmärekisterinsä, joten se kattoi 824 yhteyshenkilön sähköpostiosoitteet 49 eri maassa. Koska rekisteri yhdistettiin useasta eri tietolähteestä, tarkistin rekisterin sisältämien osoitteiden oikeinkirjoituksen ja poistin siitä silmillä nähtävissä olevat virheelliset, vaillinaiset ja usein toistuvat osoitteet. Toimenpiteen myötä vastaajaryhmään jäi 708 osoitetta. Lähetettyäni kyselyn 117 osoitetta palautui virheellisenä tai käytöstä poistuneena, mikä oli 16,5 prosenttia lähetyistä kyselyistä. Lopullinen potentiaalinen vastaajaryhmä sisälsi 591 osoitetta.

Lähetin suomenkieliset kysymysehdotukset Tanssin Tiedotuskeskukselle kehottaen valitsemaan vaihtoehtoista sopivimmat. Tanssin Tiedotuskeskus muokkasi muutamaa kysymystä Tanssin Tiedotuskeskuksen tarpeita paremmin vastaaviksi ja poisti muutaman kysymyksen kokonaan. Lopullisten kysymysten varmistuttua käänsin kysymykset englanniksi, minkä jälkeen kävin kysymykset vielä kertaalleen Tanssin Tie-

dotuskeskuksen kanssa läpi. Toimin saman prosessin mukaisesti, kun kirjoitin kyselyn saatekirjettä.

Loin kyselyn Webropol-järjestelmällä. Kysymyksiä oli yhteensä 35, joista vain kolme taustatietoihin liittyvää kysymystä oli määritelty pakollisiksi vastata. Tein suurimman osan kysymyksistä valinta- ja monivalintakysymyksiksi vastaamisen helpottamiseksi ja nopeuttamiseksi. Muutama kysymys mahdollisti asteikko- ja positiokysymysrakenteen käytön. Avoimia kysymyksiä oli kuusi. Sisällytin viestintämateriaaliin liittyviin kysymyksiin myös ns. hyppykysymyksiä, jolloin valittu vastaus ohjasi vastaajan häntä koskemattomien kysymyksien ohi. Koska kaikki kysymykset eivät olleet kaikille vastaajille yhteisiä, ei kysymysten kokonaismäärä koskettanut kaikkia vastaajia. Kaikista kysymyksistä vastaajien taustatietoihin liittyviä kysymyksiä oli viisi, Tanssin Tiedotuskeskuksen roolia kartoittavia kysymyksiä neljä ja Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaaliin liittyviä kysymyksiä 25. Kyselyn viimeisenä kohtana oli vapaa tekstikenttä, johon kehotin jättämään palautetta tai terveisiä Tanssin Tiedotuskeskukselle.

3.3 Tutkimuksen aikataulu

Ensimmäinen kontaktini ja tiedusteluni opinnäytetyöni tekemisestä Tanssin Tiedotuskeskukselle oli sähköpostiviesti 21.5.2010 Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnanjohtaja Sanna Rekolalle. Ensimmäisessä Sanna Rekolalta tullessa yhteydenotossa sain vahvistuksen opinnäytetyön toimeksiannosta, minkä jälkeen sovin ensitapaaminen kansainvälisten asiain päällikkö Pirjetta Mularin kanssa. Pirjetta Mulari nimitettiin opinnäytetyön tilaajan kontaktihenkilöksi ja päätimme yhdessä opinnäytetyöni käynnistämisestä kesälomien 2010 jälkeen. Tapaamisia Tanssin Tiedotuskeskuksen kanssa oli yhteensä kolme, muun yhteydenpidon hoidin sähköpostin välityksellä. Opinnäytetyön tilaaja hyväksyi opinnäytetyösuunnitelmani 23.9.2010, minkä jälkeen aloitin kysymysten suunnittelun. Sekä henkilökohtainen aikatauluni että Tanssin Tiedotuskeskuksen työkiireet pitkittivät kyselyn suunnittelun ja lähettämisen välisen ajan lähes kahdeksi kuukaudeksi, mikä viivästytti lopullisten tuloksien saamista vajaalla kahdella viikolla suunnittelemastamme aikataulusta.

Lähetin kyselyn määritellylle vastaajaryhmälle 17.11.2010. Muistutus kyselyyn vastaamisesta lähti vajaa kaksi viikkoa kyselyn lähettämisen jälkeen eli 29.11.2010. Kysely sulkeutui 3.12.2010. Kyselyyn vastasi määräaikaan mennessä 43 henkilöä, mikä on seitsemän prosenttia kyselyn saaneista henkilöistä. Kyselyn statistiikasta on nähtävissä, että kyselyn avasi 83 henkilöä eli 14 prosenttia kyselyn saaneista henkilöistä. Toimitin kyselyn tulokset Tanssin Tiedotuskeskukselle 12.12.2010.

3.4 Tutkimuksen laatu

Validiteetti (pätevyys), reliabiliteetti (luotettavuus) ja objektiivisuus (puolueettomuus) tekevät tutkimuksesta onnistuneen. Validin tutkimuksen toteutuminen edellyttää koko tutkimusongelman kattavia ja oikeita asioita mittaavia tutkimuslomakkeen kysymyksiä, perusjoukon tarkkaa määrittelyä, edustavan otoksen saamista ja korkeaa vastausprosenttia. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta, tutkijan taitoa tulkita tuloksia oikein ja tutkimuksen toistettavuutta samanlaisin tuloksin. Objektiivisen tutkimuksen tulokset eivät muutu tutkijan vaihtuessa. Laadukas tutkimus on myös tehokas ja taloudellinen, parhaimmillaan hyvä investointi, jonka hyöty ja kustannukset ovat tasapainossa. Hyvän kvantitatiivisen tutkimuksen raportointi on luottamuksellinen ja kunnioittaa yksityisyyttä. Tutkimuksen tulee olla hyödyllinen ja uutta esille tuova sekä valmistua sovituissa aikatauluissa. (Heikkilä 2008, 29–32)

Tutkimukseni vastausprosentin jäätyä alhaiseksi tutkimuksessa saatua aineistoa ei voida pitää edustavana. Tutkimustuloksia voidaan käsitellä vain suuntaa-antavina tuloksina eikä niistä voida vetää pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Kyselyyni vastasi vain noin puolet siitä määrästä, joka keskimäärin vastaa sähköisiin kyselyihin. Voin vain arvailla, olisiko pidempi vastaamisaika ja useampi muistutus kyselyyn osallistumisesta nostaneet vastausprosenttia korkeammaksi. Jotta pidempi vastaamisaika olisi ollut mahdollinen, minun olisi pitänyt lähettää kysely jo aikaisemmin syksyllä. Tanssin Tiedotuskeskuksen tiedontarve kolkutteli ovella joulukuun alussa, sillä tutkimustuloksia kaivattiin työn alla olleen viestintästrategian tueksi. En myöskään koe pitkää vastaamisaikaa paremman lopputuloksen ratkaisuksi, sillä se vaatii useampia muistutusviestejä. Muistutusviestit pitävät kyselyn mielessä, mutta samalla ne koettelevat vastaanottajan sietokykyä. Itse kannatan korkeintaan kahden muistutusviestin

käytäntöä. Tanssin parissa työskentely merkitsee usein matkustamista ja poissaoloa sähköpostin ääreltä, joten toinen muistutusviesti olisi ollut paikallaan, varsinkin jos vastausaikaa olisi ollut enemmän.

Olisiko täysin uusi kysely ollut tässä tilanteessa paikallaan? En usko, että sekään olisi ollut ratkaisu korkeampaan vastausprosenttiin. Vastaajaryhmähän olisi ollut molemmissa kyselyissä sama. Uusi kysely olisi vain aiheuttanut hämmennystä vastaajien keskuudessa ja ongelmia kyselyiden välisten vastauksien ristiintaulukoinnissa. Tutkimustuloksia analysoidessani yksi kehitysideani on tutkimusten luomien säännöllisin väliajoin. Tähän tutkimukseen vastanneet voisivat vakuuttua kehityksen etenemisestä, jos he saisivat pienimuotoisen jatkokyselyn vajaan vuoden kuluessa. Vastaajat voisivat myös ilahtua viestistä, jossa korostetaan saadun palautteen merkitystä ja kerrotaan, missä kehitysvaiheessa kyselyn kautta saadut muutosideat ovat.

Henkilökohtaiset tavat ja tottumukset sekä sähköpostin käytön aktiivisuus vaikuttavat aina kyselyihin vastaamiseen. Tutkimukseni tulokset kertovat sidosryhmäläisten passiivisesta yhteydenpidosta Tanssin Tiedotuskeskukseen. Päätelmieni mukaan kaikkien sidosryhmäläisten ja Tanssin Tiedotuskeskuksen välille ei ole syntynyt riittävää vuorovaikutteisuutta ja läheistä yhteistyösuhdetta. Tällöin kyselyn sivuuttaminen on helppoa, koska sidosryhmäläinen ei tunne velvoitetta auttaa Tanssin Tiedotuskeskusta kehitystyössä. Mitä enemmän toista osapuolta sitoutetaan, sitä enemmän sillä on takaisinannettavaa.

Kyselyn avanneista puolet jätti vastaamatta kyselyyn. Näistä osa lienee avannut kyselyn uteliaisuuttaan ilman aikomustakaan vastata kyselyyn. Vastaamatta jättämisen syynä voinee olla ajanpuute, riittämätön kielitaito, vähäinen kiinnostus, unohdus, kyselyn sisältö ja pituus, tekninen este tai muu ulkopuolinen keskeytys. Kyselystäni puuttui myös porkkana tai palkinto, mikä on mahdollisesti ollut jollekin vastaajalle kynnyskysymys. Palkitseminen tuo varmastikin lisää vastauksia, mutta se on myös tuhoisa tie sidosryhmäläisten aidolle sitouttamiselle. Luottamuksellisessa vuorovaikutussuhteessa kehitystyö onnistuu mielestäni ilman palkintojakin.

4 TUTKIMUSTULOKSET

Käsittelen tutkimustulokset kyselytutkimuksen jaottelun mukaisesti kolmessa pääryhmässä: vastaajien taustatiedot, vastaajien näkemykset Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista ja vastaajien mielipiteet Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaalista. Kyselyn päättäneeseen vapaaseen tekstikenttään Tanssin Tiedotuskeskukselle jätetyt palautteet ja terveiset käyn läpi omana osiona. Kysymykohtaiset tutkimustulokset ovat liitteessä 3.

4.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajien taustatiedoilla kartoitin vastaajan toimialaa, toimenkuvaa, työnantajan kotimaata ja yhteydenpitoa Tanssin Tiedotuskeskukseen. Lisäksi kysyin vastaajan omaa ja työnantajan nimeä. Tämän kysymyksen yhteydessä oli erityisesti mainittu, että vastaaminen ei ole välttämätöntä. Tutkimustuloksista on poistettu kysymyksen ”Nimesi ja työnantajasi nimi” vastaukset tietosuojan nojautuen.

4.1.1 Toimiala

Vastaajat saivat yhdeksän vaihtoehtoa toimialan kuvaamiseen. Nämä olivat tuotantoyhtiö, tuotantotoimisto, agentuuritoimisto, tapahtumapaikka, festivaali, kulttuuriinstituutti, kirjasto/arkisto, tiedotuskeskus ja lehdistö. Vaihtoehdot perustuivat Tanssin Tiedotuskeskuksen sidosryhmärekisterissä olleisiin tietoihin toimialasta tai työnantajasta. Lisäksi vastaajille annettiin mahdollisuus valita muu, mikä -kohta, jolloin järjestelmä ohjasi vastaajan vapaaseen kirjoitustilaan.

Mikään toimiala ei noussut selkeästi toista suosituimmaksi, sillä annetut 43 vastausta jakaantuivat kaikkien vaihtoehtojen kesken. Aktiivisimpia kyselyyn vastaajia olivat festivaalin parissa työskentelevät tanssinammattilaiset. Näitä vastaajia oli kahdeksan, mikä on 19 prosenttia kaikista vastaajista. Toiseksi suosituin toimiala oli agentuuri-

toimisto, jonka oli valinnut kuusi (14 %) vastaajaa. Kolmanneksi eniten vastauksia keräsi lehdistö viidellä vastauksella (12 %). Kahdeksan vastaajaa oli valinnut muu, mikä? -kohdan, johon oli kirjoitettu yhtä monta erilaista toimialaa kuin oli vapaan kirjoitustilan valinneita vastaajiakin. Toimialaksi oli mainittu esimerkiksi ammattiyhdistys, verkosto, tanssiryhmä ja teatteri. Jos kyselyyn vastanneiden kokonaismäärä olisi ollut suurempi, niin arvelen, että vastaukset olisivat painottuneet annetuille vaihtoehdoille. Toisaalta vastaajajoukon kasvaessa myös vapaan kirjoitustilan suosio ja toimialojen kirjo kasvaisivat vastaavassa suhteessa, sillä vastaajien näkemykset omasta toimialasta eivät välttämättä ole niin pelkistetyt kuin annetut vaihtoehdot. Mitä enemmän tuloksissa on vapaata tekstiä, sitä monimutkaisemmaksi yhteenvedon tekeminen muodostuu.

4.1.2 Toimenkuva

Vastausvaihtoehdoiksi oli koottu Tanssin Tiedotuskeskuksen sidosryhmärekisterin pohjalta viisi tavanomaisinta toimenkuvaa eli manageri/tuottaja, agentti, PR ja viestintä, taiteellinen johtaja ja toimitusjohtaja. Viimeisenä oli muu, mikä -vaihtoehto ohjaten vastaajan vapaaseen kirjoitustilaan.

Tuloksista on nähtävissä, että vastaajille on ollut mahdotonta valita oma toimenkuva vain viiden vaihtoehdon välillä. Peräti 14 (33 %) vastaajaa oli valinnut vapaan kirjoitustilan ja ilmoittanut toimenkuvakseen jonkun muun kuin valittavissa olleen toimenkuvan. Toimittaja, tanssikriitikko, tanssija, projektivastaaja, puheenjohtaja – huomaa, että nämä kaikki olisivat pitäneet olla vaihtoehtoina myös alkuperäisessä vastauskentässä. Epäilen, että vaihtoehtolistasta olisi saatu millään keinoin aukoton, kaikkien tanssinammattilaisten toimenkuvat sisältämä ryhmä. Toimenkuvat ovat usein yhdistelmiä eri työtehtävistä, jolloin tittelitkin ovat tapauskohtaisesti luotuja. Annetuista vaihtoehdoista manageri/tuottaja-kohdan valitsi 11 (26 %) ja taiteellinen johtaja -kohdan yhdeksän (21 %) vastaajaa. Muut vaihtoehdot eli agentti, PR ja viestintä sekä toimitusjohtaja valittiin kukin kolmasti (7 %).

4.1.3 Työnantajan kotimaa

Tanssin Tiedotuskeskuksen sidosryhmärekisterissä oli mukana kontaktihenkilöitä 49 maasta, jokaiselta mantereelta oli edustettuna vähintään yksi maa. Vastaukset jakaantuivat 25 maan kesken, mikä kattoi 58 prosenttia sidosryhmärekisteriin kuuluvista kansallisuuksista. Kolmen kärjeksi muodostui Saksa kuudella (14 %), Tanska neljällä (9 %) ja Norja neljällä (9 %) vastauksella. Muut vastaukset jakaantuivat tasaisesti muiden maiden kesken. Harmillisesti pienen kokonaismäärän suuri hajonta ei mahdollista maakohtaisia päätelmiä eikä vertailuja maiden kesken, mutta oli ilahduttavaa huomata, että vastauksia tuli useasta eri maasta.

4.1.4 Yhteydenpito Tanssin Tiedotuskeskukseen

Tarkoitukseni oli selvittää sidosryhmään kuuluvien henkilöiden omatoimista yhteydenpitoa Tanssin Tiedotuskeskukseen. Itseäni kiinnosti sidosryhmäläisten aktiivisuus, sillä se kertoo myös suhteesta Tanssin Tiedotuskeskukseen yleisellä tasolla ja tiedontarpeesta. Kuinka usein olet yhteydessä Tanssin Tiedotuskeskukseen - kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat kuukausi, puoli vuotta, vuosi, yli vuosi ja ei koskaan.

Vastaajista kymmenen (23 %) kertoi pitävänsä yhteyttä Tanssin Tiedotuskeskukseen kuukausittain, mikä on mielestäni kohtuullinen tulos. Uskon, että näiden kymmenen vastaajan kynnys ottaa yhteyttä tarpeen mukaan on alhainen ja suhde Tanssin Tiedotuskeskukseen mutkaton. Viestintä tämän kärkijoukon kanssa on kahdensuuntaista ja kehittämisenarvoista. Vastaajista 11 (26 %) ilmoitti yhteydenpitoväliksi puoli vuotta. Arvelen, että siinä joukossa olisi potentiaalisia kärkijoukkoon nousijoita, joiden kiinteämpi huomioiminen syventäisi yhteistyötä ja luottamusta Tanssin Tiedotuskeskusta kohtaan. Vastaajista kymmenen (23 %) ilmoitti ottavansa yhteyttä kerran vuodessa. Harvemmin kuin kerran vuodessa -vastauksia oli kymmenen (23 %) ja ei koskaan -vastauksia kaksi (5 %) kappaletta. Lähes puolet kaikista vastaajista on harvoin omatoimisesti yhteydessä Tanssin Tiedotuskeskukseen. Todennäköisesti nämä vas-

taajat ovat tyytyväisiä yhdensuuntaiseen viestintään ja ottavat itse yhteyttä vain äärimmäisissä tapauksissa. Tämän ryhmän osalta suhteen luomisen ja tiedon välittäjän vastuu on vahvasti Tanssin Tiedotuskeskuksella - asettaisin tavoitteeksi passiivisten ryhmän puolittamisen mahdollisimman lyhyessä ajassa.

4.2 Vastaajien näkemykset Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista

Tiedustelin vastaajien näkemyksiä Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista kolmella erityyppisellä kysymyksellä. Ensimmäisessä kysymyksessä vastaajan tuli valita Tanssin Tiedotuskeskuksen kolme tärkeintä tehtävää oman työnsä näkökulmasta. Toisessa kysymyksessä vastaajalle annettiin adjektiivipareja, joiden avulla kartoitettiin vastaajan mielikuvaa Tanssin Tiedotuskeskuksesta. Kolmannessa kysymyksessä pyysin vastaajaa arvioimaan Tanssin Tiedotuskeskukseen liittyviä väittämiä. Olin liittänyt osioon myös avoimen kysymyksen, johon toivoin vastaajilta mielipiteitä Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan kehittämiseen.

4.2.1 Kolme tärkeintä tehtävää

Pyysin vastaajia valitsemaan Tanssin Tiedotuskeskuksen kolme tärkeintä tehtävää oman työn näkökulmasta. Kysymyksessä mainitut työtehtävät vastaavat todellisia Tanssin Tiedotuskeskukselle määriteltyjä työtehtäviä niin kotimaassa kuin ulkomailla. Näitä tehtäviä ovat palvelu ja neuvonta, tiedotus, julkaisutoiminta, promootio, asiantuntijavierasohjelma, tutkimus- ja kehitystyö, koulutus ja kansainvälinen yhteistyö. Koska jokaisella vastaajalla oli mahdollisuus valita kolme tehtävää, niin kokonaisvastausmäärän maksimi oli 129. Vastauksia annettiin 116 eli kaikki vastaajat eivät valinneet kolmea tärkeintä tehtävää. Lisäksi pyysin asettamaan valitut tehtävät tärkeysjärjestykseen.

Tanssin Tiedotuskeskuksen kolmeksi tärkeimmäksi tehtäväksi vastaajan työn näkökulmasta nousivat kansainvälinen yhteistyö, tiedotus ja julkaisutoiminta. Kansainvälinen yhteistyö keräsi 116 annetusta vastauksesta 30 (26 %). Näistä vastaajista puolet

oli asettanut sen kaikkein tärkeimmäksi Tanssin Tiedotuskeskuksen tehtäväksi. Huomionarvoista on, että yhdeksän vastaajaa valitsi kansainvälisen yhteistyön myös toiseksi tärkeimmäksi tehtäväksi tiedotuksen rinnalle. Tiedotus keräsi yhteensä 23 (20 %) vastausta. Julkaisutoiminnan saama kokonaisvastausmäärä oli 18 (16 %). Seitsemän vastaajaa oli määritellyt julkaisutoiminnan kolmanneksi tärkeimmäksi tehtäväksi. Promootion jääminen työtehtävien tärkeydessä palvelun ja neuvonnan, tutkimus- ja kehitystyön sekä asiantuntijavierasohjelman jälkeiselle sijalle on kansainvälisen sidosryhmän työn kannalta loogista, kun taas kotimaisen sidosryhmän näkemystä kartoitettaessa promootion merkitys korostuisi. Myös koulutuksen saamat alhaiset lukemat ovat täysin hyväksyttävissä, sillä koulutus koskettaa enemmän Tanssin Tiedotuskeskuksen kotimaisia kuin kansainvälisiä sidosryhmiä. Uskon, että kansainvälinen yhteistyö, tiedotus ja julkaisutoiminta ovat tutkimuksen tilaajankin näkökulmasta toivottuja vastauksia, jotta Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan perusedellytyksen odotusarvo täyttyisi.

4.2.2 Mielikuva

Positiokysymyksessä tarjosin vastaajille adjektiivipareja, joissa valitut adjektiivit olivat toistensa vastakohtia. Vastaus tuli sijoittaa lähemmäksi sitä adjektiiviä, joka vastaajan mielestä kuvasi paremmin Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintaa. Tavoitteenani oli saada käsitys kansainväliselle sidosryhmälle Tanssin Tiedotuskeskuksesta muodostuneesta mielikuvasta. Odotin, että saadut tulokset kertoisivat mahdollista epäkohdista ja ohjaisivat kansainvälisen viestinnän sisällön suuntaa tarpeen mukaan.

Tulokset mairittelevat Tanssin Tiedotuskeskusta. Vastauksien perusteella Tanssin Tiedotuskeskusta pidetään ammattitaitoisena, auttavaisena ja luotettavana asiantuntijaorganisaationa, mikä on mielestäni mainio pohja sujuvalle yhteistyölle. Ainoastaan mielikuvat dynaamisuudesta ja edistyksellisyydestä haalistuvat vertailussa muihin positiivisiin mielikuviiin. Tulkitsen tuloksia niin, että sidosryhmäläiset kaipaavat Tanssin Tiedotuskeskukselta yhteistyössä entistä aloitteellisempaa ja innovatiivisempaa otetta. Hajonta kansainvälinen-paikallinen-sanaparissa ei ollut minulle yllätys, sillä

Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminta on sekä kansainvälistä että paikallista, mistä osa kansainvälisen sidosryhmän kontaktihenkilöistä on tietoisia.

4.2.3 Väittämät

Laadin väittämät Tanssin Tiedotuskeskuksen kannalta positiivisessa valossa, jolloin ihannetuloksissa toivoin esiintyvän vain täysin samaa mieltä- tai lähes samaa mieltä - vastauksia. Koska väittämistä uskallettiin olla rohkeasti eri mieltä, tuloksien hajonta oli suuri. Väittämiin oli vastannut 37 henkilöä.

Tanssin Tiedotuskeskuksen tehtävä on edistää suomalaisen tanssin tunnettavuutta. Tämän väittämän ainoa hyväksyttävä vaihtoehto Tanssin Tiedotuskeskuksen näkökulmasta on olla täysin samaa mieltä väittämän kanssa, sillä väite on fakta. Vain 21 (57 %) vastaajaa oli täysin samaa mieltä ja jopa 8 (22 %) vastaajaa oli täysin eri mieltä väittämän kanssa. Yllätyin tuloksesta, sillä kysymyksessähän on tärkeän kansainvälisen sidosryhmän näkemys Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista. Erityisesti tämän sidosryhmän olettaisi tunnistavan Tanssin Tiedotuskeskuksen tärkeimmän tehtävän. Onneksi epätietoisuus on korjattavissa viestinnällisin keinoin.

Tanssin Tiedotuskeskus pitää minut ajan tasalla suomalaisen tanssin kuulumisista - väittämän suuri hajonta kyseenalaistaa tiedonkulun. Vastaajista 15 (40 %) oli sitä mieltä, että tiedonkulku toimii, mutta 11 (30 %) oli täysin eri mieltä tai jonkin verran eri mieltä väittämän kanssa. Mielestäni tämän väittämän tulokset ovat jonkin verran huolestuttavia. Rohkenen väittää, että huonossa tiedonkulussa on syytä sekä Tanssin Tiedotuskeskuksessa että sidosryhmäläisissä. Suurimmat esteet ovat virheelliset osoitteet, tietämättömyys tarjotuista viestinnällisistä palveluista sekä passiivisuus tiedonjakamisessa ja -hakemisessa.

Muiden väittämätuloksien osalta en huolestuisi, sillä niissä on normaalia, osittain mielipiteistäkin kumpuavaa hajontaa. Tosin Tanssin Tiedotuskeskus on tunnettu kansainvälisten tanssinammattilaisten keskuudessa -väittämästä vain kuusi (16 %) vastaajaa on täysin samaa mieltä. Korostaisin tämän väittämätuloksen oikaisemiseksi

suunnitelmallista ja säännöllistä viestintää. Kuitenkin suurin osa vastaajista koki, että Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminta kohtaa kansainväliset tarpeet, joten oikealla tiellä ollaan. Vaikka Tanssin Tiedotuskeskus on helposti tavoitettavissa -väittämässä vastaukset jakaantuivat koko sektorille, niin yhteistyöhön Tanssin Tiedotuskeskuksen kanssa oltiin tyytyväisiä ja vastaajat tunsivat saaneensa aina apua kyselyihinsä.

4.2.4 Mielipiteet toiminnan kehittämiseen

Avoimella kysymyksellä keräsin mielipiteitä Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan kehittämiseen. Ilahduttavasti lähes puolet vastaajista (49 %) halusi kommentoida kysymystä. Tanssin Tiedotuskeskuksen toivottiin olevan aloitteellisempi ja intensiivisempi nykytanssin kansainvälisissä yhteistyöprojekteissa. Tanssin Tiedotuskeskuksen toivottiin kansainvälisellä kentällä toimiessaan keskittyvän suomalaiseen nykytanssiin ja suomalainen tanssin edistämiseen näkyvämmiin. Lisäksi toivottiin johdonmukaisuutta avustuksissa, kriittisyyttä, lisätietoja suomalaista tanssista ja nuorista koreografeista uutiskirjeiden muodossa.

4.3 Vastaajien mielipiteet Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaalista

Tavoittelin vastaajien mielipiteitä Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaalista Tanssin Tiedotuskeskuksen käytössä olevia viestintäkanavia nimeämällä. Tutkimuksen kohteena olivat Finnish Dance in Focus -lehti, muut lehdet, muu esitemateriaali, DVD:t, kotisivut ja uutiskirje. Lisäksi halusin kannanottoja sosiaalisesta mediasta viestintäkanavana ja toivotusta viestintäkanavasta lisätiedon välittämiseen.

4.3.1 Finnish Dance in Focus -lehden tunnettuus

Oletko tutustunut Tanssin Tiedotuskeskuksen englanninkieliseen Finnish Dance in Focus -lehden -kysymyksellä kartoitin lehden tunnettuutta. Finnish Dance in

Focus -lehti on Tanssin Tiedotuskeskuksen tärkein kansainväliselle sidosryhmälle kohdistettu painotuote ja arviona oli, että lehti on melko tunnettu vastaajien keskuudessa. Vastaajista 30 (70 %) tunsi lehden ja 13 (30 %) ei tuntenut lehteä, joten tulos vastasi ennakkoarviota.

4.3.2 Finnish Dance in Focus -lehden arviointi

Vastaajia, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen myöntävästi, pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään Finnish Dance in Focus -lehden eri ominaisuuksiin. Tarkasteluun olin valinnut sisällön informatiivisuuden, kiinnostavuuden, monipuolisuuden ja ajankohtaisuuden sekä lehden ulkoasun, ilmestymiskerrat ja saatavuuden. Edelliseen kysymykseen ei-vastauksen valinneet henkilöt ohjattiin tämän kysymyksen yli. Finnish Dance in Focus -lehteä arvioi 30 vastaajaa.

Lehden sisällön informatiivisuuden, kiinnostavuuden ja monipuolisuuden arviot olivat jakaumaltaan toistensa kaltaisia. Vastaajista suurin osa oli mainittuihin lehden ominaisuuksiin joko melko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä, mutta yllättäen myös täysin tyytymättömiä vastaajia oli muutama. Lehden sisällön ajankohtaisuuden ja lehden ulkoasun arviot jakaantuivat aikaisemmin mainittujen ominaisuuksien arvioita tasaisemmin kaikkien annettujen vastausvaihtoehtojen kesken kuitenkin niin, että täysin tyytymättömät vastaajat olivat vähemmistönä. Lehden ilmestymiskertojen (1 krt/vuosi) ja saatavuuden osalta arviot jakaantuivat tasaisesti kaikkien annettujen vastausvaihtoehtojen kesken, mutta näissä vastauksissa oli muihin vastauksiin verrattuna enemmän täysin tyytymätön -vastauksia. Tutkimustulosten tasaisuus ei tuonut esille selkeitä lehden kehittämistarpeita, sillä vastaajien mieltymykset ja kokemukset olivat suopeita Finnish Dance in Focus -lehdelle. Suuremmalla vastaajajoukolla eroja olisi mahdollisesti löytynyt eri kansallisuuksien ja toimialojen vastauksia vertailemalla. Eniten puntaroisin lehden ilmestymiskertoja ja saatavuutta. Olisiko näin, että lehdellä olisi riittävästi vetovoimaa, jotta sitä voitaisiin julkaista useammin ja laajemmalla levikillä.

4.3.3 Finnish Dance in Focus -lehti verkkolehtenä

Tulisiko Finnish Dance in Focus -lehti olla luettavissa verkossa -kysymyksellä halusin saada käsityksen kansainvälisen sidosryhmän valmiudesta lukea verkkolehteä. Vastaukset puhuvat puolestaan, sillä vastaajista 39 (91 %) vastasi kysymykseen myöntävästi. Tarve verkkolehden perustamiselle ja kehittämiselle vahvistui tutkimustulosten myötä, mutta huomioitavaa on, että kyselytutkimuksessa ei asetettu painettua lehteä ja verkkolehteä toisiaan poissulkeviksi vaihtoehtoiksi.

4.3.4 Finnish Dance in Focus -lehden sisältötoiveet

Avoin kysymys toiveista Finnish Dance in Focus -lehden sisältämiin aiheisiin ja tietoihin poiki lukuisia varteenotettavia ehdotuksia. Asioita, joita toivottiin käsiteltävän Finnish Dance in Focus -lehdessä, olivat: yhteistyö Tanssin Tiedotuskeskuksen kanssa, kansainvälinen yhteistyö ja vaihto, suomalaisen tanssin kehitys viime vuosina ja vertailu muiden maiden tanssiin, tanssin merkityksen kasvu yhteiskunnassa, koulutus- ja työmahdollisuudet, workshopit, tilastot, kyselyt, rahoitusmahdollisuudet, muuttoliike, ekologisuus, seksuaalisuus, innovatiivisen tanssin ja esittävän taiteen laajempi esittely, koreografien, tanssijoiden ja tunnettujen johtajien syvähaastattelut, artikkeleita ensi-illoista, tutkimuksista ja julkaisuista. Lisäksi toivottiin tapahtumakalenteria ja videonäytteitä, joista jälkimmäinen toimisi luonnollisesti vain lehden verkkoversiossa. Osa mainituista aiheista on jo ollut esillä Finnish Dance in Focus -lehdissä, mutta listasta löytyy vinkkejä myös uusiin jutunaiheisiin.

4.3.5 Muut lehdet

Tanssin Tiedotuskeskuksen julkaisemat ranskankielinen Danse finlandaise -lehti ja saksankielinen Finnischer Tanz im Fokus -lehti ilmestyvät englanninkielistä sisarlehteään harvemmin ja rajoitetummin. Kysyessäni Danse finlandaise -lehden tunnettuutta vastaajista 38 (90 %) ilmoitti, ettei ollut tutustunut kyseiseen lehteen. Vastaava

luku *Finnischer Tanz im Fokus* -lehden osalta oli 41 (98 %). Saksankielisen lehden vastausmäärässä on hyvä huomata, että vastaajien joukossa oli kuusi saksalaista, mutta vain yksi henkilö kaikista vastaajista ilmoitti tutustuneensa saksankieliseen lehteen. Koska tieto oman kielialueen lehdestä ei ollut tavoittanut sidosryhmän kontaktihenkilöitä, suosittelisin ranskan- ja saksankielisten lehtien tiedotuksen ja jakelun tarkistamista.

Tiedustelin vastaajilta jatkokysymyksenä tarpeesta ranskan- ja saksankielisten lehtien säännölliseen saatavuuteen englanninkielisen lehden rinnalla. Vastaajista 15 (38 %) oli sitä mieltä, että muut kieliversiot ovat tarpeellisia. Vastaajista 25 (62 %) ei pitänyt ranskan- ja saksankielisten lehtien säännöllistä saatavuutta tärkeänä. Vastaajille annettiin mahdollisuus kommentoida antamaansa vastausta, jolloin ei-vastauksen antaneiden perustelut olivat hyvin yksimielisiä. Englanti on maailmanlaajuinen kieli myös tanssin maailmassa, joten englanninkielinen painos on riittävä. Diplomaattinen vastaaja ehdotti satunnaisia saksan- ja ranskankielisiä inserttejä englanninkieliseen lehteen. Ironinen vastaaja mainitsi myös kiinankielisen lehden, sillä toiveiden listahan voi olla loputon.

4.3.6 Muu esitemateriaali

Selvitin Tanssin Tiedotuskeskuksen lehtien ohella muun painomateriaalin tarvetta muulla kuin englanninkielellä. Tarvitsisitko Tanssin Tiedotuskeskuksen esitemateriaalia jollakin muulla kuin englanninkielellä -kysymykseen vastaajista 13 (30 %) vastasi kyllä ja 30 (70 %) ei. Perusteluita annettuihin vastauksiin ei pyydetty, mutta arvelen, että ne olisivat olleet edellisen kysymyksen kommenttien kaltaisia.

Kyllä-vastauksen valinneet ohjattiin jatkokysymykseen toivekielestä. Vaihtoehdoiksi oli määritelty sidosryhmärekisterin edustamien maiden yleisimmät kielet ja ne kielet, joilla painomateriaalia on tuotettu. Näitä kieliä olivat kiina, ranska, saksa, italia, japani, korea, espanja ja ruotsi. Lisäksi annettiin muu, mikä -vaihtoehto. Tämän vaihtoehdon valinneet mainitsivat venäjän- ja puolankielet. Annetuista vaihtoehdoista ranska ja espanja nousivat kärkeen neljällä vastauksella (31 %). Saksankieli sai kolme ään-

tä, italia kaksi, japani kaksi, korea kaksi ja kiina yhden äänen. Ruotsinkieli jäi äänittä. En näe syytä tehdä päätöksiä esitemateriaalin kielivalinnoista tutkimustulosten perusteella, koska kokonaisvastausmäärä oli suppea ja vastauksien hajonta suuri.

Tiedustelin vastaajilta mahdollisten muiden kuin englanninkielisten esitteiden käyttötarkoitusta. Espanjankielisiä esitteitä kaivattiin huonon englanninkielen taidon omaaville espanjankielisille ammattilaisille ja opiskelijoille. Puolankieliset esitteet nähtäisiin hyödyllisinä suomalaisen tanssin tunnettuuden edistämiseksi Puolassa. Yleisinä etuina mainittiin informaation saanti.

4.3.7 DVD:iden tunnettuus

Tanssin Tiedotuskeskus on tuottanut vuosina 2006–2010 viisi suomalaisia koreografeja ja heidän tanssiteoksiaan esittelevää DVD:tä. Oletko tutustunut seuraaviin Tanssin Tiedotuskeskuksen DVD:hin -kysymyksellä tutkin näiden viiden DVD:n tunnettuutta. Vastaajia oli 43. Kaikkien DVD:iden tunnettuus oli keskimääräinen, sillä DVD-kohtaisesti kyllä-vastaukset sijoittuivat 20–28 prosentin välille. Huomattavaa oli, että uusimmat DVD:t tunnettiin aikaisemmin ilmestyneitä hieman paremmin.

4.3.8 DVD:iden arviointi

Vastaajia, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen myöntävästi, pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään DVD:iden sisältöön kuten koreografihaastatteluihin, tanssiteoksien videonäytteisiin, informatiivisuuteen, kiinnostavuuteen, saatavuuteen ja sisällön uutuudenarvoon. Pyysin arviointia, jos vastaaja oli tutustunut yhteenkään mainittuun DVD:hen. DVD:itä arvioi vain noin puolet niistä vastaajista, jotka olivat edellisen kysymyksen kohdalla ilmoittaneet tutustuneensa DVD:hin. Edelliseen kysymykseen ei-vastauksen valinneet henkilöt ohjattiin tämän kysymyksen yli.

Mielestäni pienen vastaajamäärän tekemä arviointi ei kerro koko totuutta, mutta se on suuntaa-antava. Tulokset olivat kauttaaltaan positiivisia, sillä 80 prosenttia vastaajista oli melko tyytyväinen tai erittäin tyytyväinen DVD:hin. Erityisesti DVD:iden saataavuuteen oltiin hyvin tyytyväisiä. Tulosten mukaan laadukas visuaalinen viestintämateriaali suomalaisesta tanssista kohtaa sidosryhmän informaatiotarpeen.

4.3.9 DVD:iden jaottelu

Tiedustelin vastaajilta mielipidettä kriteereistä, joilla DVD:iden sisältö tulisi jaotella. Vaihtoehtoja annettiin seuraavasti: useamman kuin 20 tanssiryhmän esittely samalla DVD:llä, jaottelu esitysten laajuuden mukaan sekä jaottelu tyylin tai genren mukaan. Vastaajia oli 37, joiden mielipiteet jakaantuivat tasaisesti annettujen vaihtoehtojen kesken. Muihin vaihtoehtoihin verrattuna aavistuksen suuremman kannatuksen sai vaihtoehto, joka esittelisi 20 tanssiryhmää samalla DVD:llä. Kysymyksen neljäntenä vaihtoehtona oli muu, mikä -vaihtoehto, jonka valitsi kaksi vastaajaa. Toinen vastaajista ehdotti sisältöjakoja yksittäisten taiteilijoiden mukaan, toinen ei tehnyt sisältöehdotusta. Tulosten perusteella ei voi mielestäni tehdä päätöstä DVD:iden sisältöjaotellusta.

4.3.10 Kotisivujen tunnettuus

Kun Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälisen sidosryhmän tietoisuutta Tanssin Tiedotuskeskuksen englanninkielisistä kotisivuista mitattiin, niin vastaajista 19 (44 %) oli tutustunut ja 24 (56 %) ei ollut tutustunut kotisivuihin. Ei-vastauksien korkea osuus on mielestäni yllättävä ja huolestuttava. Kun tilannetta tarkastellaan viestinnän näkökulmasta, niin voidaan sanoa yhden tärkeimmistä tiedotuskanavista olleen hyödyksi ja iloksi liian harvoille.

4.3.11 Kotisivujen arviointi

Vastaajia, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen myöntävästi, pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään kotisivujen seuraaviin ominaisuuksiin: tiedon määrään ja laatuun, kiinnostavuuteen, nykyaikaisuuteen, ajankohtaisuuteen, linkkien hyödyllisyyteen, rakenteen selkeyteen, navigointiin ja ulkoasuun. Kotisivuja arvioi 16 vastaajaa. Edelliseen kysymykseen ei-vastauksen valinneet henkilöt ohjattiin tämän kysymyksen yli.

Suurin osa vastaajista oli useaan kysyttyn ominaisuuteen melko tai täysin tyytyväinen. Rakenteen selkeyteen ja sivuston ulkoasuun oltiin muita ominaisuuksia enemmän erittäin tyytyväisiä. Yhteenkään arvioitavaksi pyydettyyn ominaisuuteen ei oltu täysin tyytymättömiä. Pienen vastaajajoukon vuoksi vastauksilla ei ole suurta painoarvoa. Kun tuloksiin yhdistää vielä seuraavan kysymyksen tulokset vastaajien vierailutiheydestä Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivuilla, niin harvaa vastaajaa voi nimittää Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen asiantuntijaksi.

4.3.12 Vierailut kotisivuilla

Tarkastelin Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen merkitystä tiedonvälityskanavana kysymällä vastaajilta, kuinka usein he vierailevat Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivuilla. Vastaajista yli puolet (54 %) ilmoitti vierailevansa Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivuilla satunnaisesti, noin kolmannes (34 %) ei koskaan ja reilu kymmenes (12 %) kuukausittain. Valittavana olisivat olleet myös vaihtoehdot päivittäin ja viikoittain, joihin kumpaankaan ei tullut yhtään vastausta. Tulokset musertavat Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen merkityksen tiedonvälityskanavana. Koska vain pieni joukko vierailee kotisivuilla kuukausittain, en luottaisi kotisivuihin tiedonkulussa. Näiden tuloksien valossa Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivut toimivat vain pysyvän, passiivisen tiedon sijoituspaikkana. Kotisivujen aktivointi kahdensuuntaiseen tiedonvälitykseen edellyttää kokonaisvaltaista muutosta niin Tanssin Tiedotuskeskuksessa kuin sidosryhmäläistenkin keskuudessa.

Ei koskaan -vaihtoehtoon oli mahdollista kommentoida vastaustaan. Vapaat kommentit toivat esille tosiasian, että vastaajat eivät olleet tietoisia Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivuista tai heillä ei ole ollut niille käyttöä. Kotisivuja ei kehuta myöskään ulkoasultaan houkutteleviksi, minkä vuoksi niillä ei vierailta. Tulokset vierailutiheydestä ja ennen kaikkea tietämättömyys sivujen olemassaolosta selittävät osittain myös kotisivujen alhaista tunnettuutta.

4.3.13 Kotisivujen tärkeimmät ja vähiten tärkeimmät osiot vastaajille

Kysyin vastaajilta Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen eri osioiden merkitystä heille itselleen. Osiot määriteltiin nykyisten kotisivujen rakenteen pohjalta. Vastaajia pyydettiin valitsemaan osioista kolme tärkeintä ja kolme vähiten tärkeintä. Valinnat tuli lisäksi asettaa tärkeysjärjestykseen. Näkemykseni mukaan vastaaminen ei edellyttänyt kotisivujen tuntemusta, sillä kysymyksellä kartoitettiin kokonaisuuksia yleisellä tasolla. Siitä huolimatta kaikista 43 vastaajasta vain 33 oli kertonut mielipiteensä kotisivujen tärkeimmistä osioista ja vain 22 vastaajaa oli kommentoinut vähiten tärkeimpiä osioita.

Vastaajat olivat melko yksimielisiä kotisivujen tärkeimmistä osioista. Kun tuloksia tarkastellaan kaikkien annettujen 96 äänen perusteella, Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen tärkeimmäksi osioksi nousi uutisosoio 25 (26 %) äänellä. Vastaajat pitivät toiseksi tärkeimpänä osiona yhteisäänimäärällä 15 (16 %) suomalaisen tanssin tietokantaa Tanka. Kolmas sija jaettiin osioiden esityskalenteri ja yhteystiedot kesken 14 (15 %) äänellä molemmille. Kun tuloksia tarkastellaan pyydetyt tärkeysjärjestyksen perusteella, niin osioiden järjestys pysyy muuttumattomana. Vastaajista lähes puolet oli laittanut uutisosion tärkeysjärjestyksessä ensimmäiselle sijalle. Toiseksi tärkeimmäksi osioksi valikoitui Tanka ja kolmanneksi yhteystiedot. Aikaisemmin mainitun esityskalenterin kokonaisäänimäärä muodostui tasaisesti ensimmäisen, toisen ja kolmannen sijan äänistä. Kaikki muut Tanssin Tiedotuskeskuksen kotisivujen osiot saivat hyvin pieniä äänimääriä tai jäivät lähes äänittä.

Kysyttäessä vähiten tärkeimmistä kotisivujen osioista vastaukset jakaantuivat edellisen kysymyksen vastauksia tasaisemmin. Ääniä annettiin yhteensä 56. Vähiten tärkeimmäksi osioksi valikoitui tanssilastot-osio 12 (21 %) äänellä, toiseksi tuli kysymykset-vastaukset-osio kahdeksalla (14 %) äänellä ja kolmanneksi linkit-osio kuudella (11 %) äänellä. Tärkeysjärjestyksessä vastaajista reilu kolmannes oli määritellyt tanssilastot vähiten tärkeimmäksi kaikista osioista. Yllättäen uutisosio nousi toiselle sijalle vähiten tärkeiden osioiden listauksessa. Kolmas sija jaettiin osioiden linkit ja tulostettavat tiedostot kesken. Muut osiot saivat hajaääniä. Mielestäni tulokset tärkeimpien ja vähiten tärkeimpien osioiden välillä menevät loogisessa rytmissä toisiinsa nähden. Ainoastaan uutisosiossa ilmenee näkyvä poikkeama.

4.3.14 Kotisivujen sisältötoiveet

Avoimeen kysymykseen kotisivujen sisältötoiveista odotin vastaajien antavan vinkkejä kotisivujen sisällön kehittämiseen. Esille tuli seuraavia toiveita: enemmän uutisia Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälisestä työstä ja kansainvälisestä yhteistyöstä yleisesti, koulutus- ja työmahdollisuudet, yhteystiedot, haastattelut, kehitystyö ja kiertueet. Vastaukset ovat samansisältöisiä kuin kysyttäessä toiveita Finnish Dance in Focus -lehden sisällöstä.

4.3.15 Uutiskirje

Kun vastaajilta kysyttiin saavatko he Tanssin Tiedotuskeskuksen uutiskirjeen, vastaajista 20 (47 %) ilmoitti saavansa uutiskirjeen ja 23 (53 %) ettei saa uutiskirjettä. Kaikki kyselyn saaneet henkilöt eivät automaattisesti kuulu Tanssin Tiedotuskeskuksen uutiskirjeen saajaryhmään, sillä kyselyn vastaajaryhmään liitettiin Tanssin Tiedotuskeskuksen koko kansainvälinen sidosryhmärekisteri. Tämä selittää osaltaan vastauksien jakaumaa. Määrittelin tavoitteeksi liittää uutiskirjeen saajaryhmään myös ei-vastauksen antaneet ja sidosryhmän muut kontaktihenkilöt, jotka eivät ole uutiskirjeen tilaajalistalla. Uutiskirjeen tilaajaryhmän kasvattaminen edistäisi tiedonkulkua.

4.3.16 Uutiskirjeen arviointi

Vastaajia, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen myöntävästi, pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään uutiskirjeen seuraaviin ominaisuuksiin: tiedon määrä ja laatu, kiinnostavuus, monipuolisuus, ajankohtaisuus ja uutiskirjeen ilmestymiskerrat (5 krt/vuosi). Uutiskirjettä arvioi 16 vastaajaa. Edelliseen kysymykseen ei-vastauksen valinneet henkilöt ohjattiin tämän kysymyksen yli.

Vastaajien antamat arviot uutiskirjeen kaikkiin kysytyihin ominaisuuksiin olivat kauttaaltaan korkeat, sillä noin 80 prosenttia kaikista annetuista äänistä kohdistui melko tyytyväinen- ja erittäin tyytyväinen -vastauksille. Tiedon laadun ja kiinnostavuuden kohdalla vastauksien hajonta oli hieman tasaisempi kuin muiden ominaisuuksien kohdalla. Tulokset eivät varsinaisesti anna vinkkejä uutiskirjeen kehittämistyöhön, mutta ainahan uutiskirjeen sisältöä, ulkonäköä ja saatavuutta voi kehittää.

4.3.17 Sosiaalinen media

Halusin saada tietoja vastaajien sosiaalisen median käyttötavoista Käytätkö sosiaalista mediaa esimerkiksi Facebookia tai YouTubea etsiessäsi tietoa tanssista -kysymyksellä. Vastaajista 26 (62 %) vastasi kysymykseen kyllä ja 16 (38 %) ei. Uskon, että kyllä-ryhmän koko tulee edelleenkin kasvamaan, sillä sosiaalisen median käyttö muuttuu entistä arkisemmaksi.

Tiedustelin vastaajien mielipidettä Tanssin Tiedotuskeskuksen näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa Tulisiko Tanssin Tiedotuskeskuksen olla tavoitettavissa Facebookin, Twitterin, YouTubeen tai Flickrin kautta -kysymyksellä. Vastaajia oli 38, joista kaikki eivät ilmaisseet mielipidettään puolesta tai vastaan jokaisesta sosiaalisesta mediakanavasta. Kaikista vastaajista Facebookin kannalla oli 23 (61 %), Twitterin 8 (12 %), YouTubeen 30 (79 %) ja Flickrin 14 (37 %) vastaajaa. Kaikista vastaajista Fa-

cebookia vastaan oli 8 (37 %), Twitteriä 16 (42 %), YouTubea 5 (13 %) ja Flickriä 11 (29 %) vastaajaa. Näiden tuloksien perusteella sosiaalisen median kanavista suosituimmaksi nousi YouTube ja häviäjäksi seuloutui Twitter.

Vastaajille annettiin mahdollisuus tarkentaa vastauksiaan sosiaalisesta mediasta. Erään vastaajan näkemyksen mukaan sosiaalisessa mediassa mukanaolo tulee olla osa visiota ja se vaatii strategian oikean kohderyhmän tavoittelussa. Sosiaalisen median merkitystä verkostoitumiseen ja tiedonkulkuun korostettiin, mutta muistuttaen että mitään ei tule toteuttaa ilman suunnittelua ja selkeää päämäärää. Erään vastaajan mukaan tulee myös huomioida, että sosiaalisessa mediassa mukanaolo vaatii henkilöstöresursseja. Sosiaalisen median merkitystä ei tulisi aliarvioida, sillä se nähdään suosittuna ja kansainvälisesti käytössä olevana kanavana, johon käyttäjän henkilökohtaiset mielipiteet eivät tulisi vaikuttaa. Mitä useampi viestintäkanava sitä parempi kuten eräs vastaajista asian ilmaisi. YouTube mainittiin visuaalisena kanavana, jonka kautta saa helposti käsityksen koreografien tyylistä ja resursseista. Erään vastaajan mukaan tietoa ja ideoita vaihdetaan kahdenkeskisissä keskusteluissa, mutta videonäytteet verkossa ovat erittäin tärkeitä tapaamisten rinnalla.

4.3.18 Toivottu tiedotuskanava

Kyselyn viimeisellä kysymyksellä tiedustelin vastaajan mielipidettä tiedotuskanavasta, jonka kautta hän mieluiten haluaisi vastaanottaa lisätietoja. Vaihtoehtoisiksi annettiin sähköposti, posti, sosiaalinen media ja kotisivut. Vastaajaa pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä kanavaa ja asettamaan ne tärkeysjärjestykseen.

Kun tuloksia tarkastellaan tärkeysjärjestyksen perusteella, niin kaikista 43 vastaajasta 30 (70 %) vastaajaa sijoitti sähköpostin tärkeimmäksi tiedotuskanavaksi. Eniten toisen sijan saaneita ääniä sai sosiaalinen media (32 %) ja eniten kolmannen sijan ääniä sai kotisivut (43 %). Jos verrataan kunkin tiedotuskanavan saamaa kokonaissäänimäärää kaikkiin 103 annettuun ääneen, ensimmäisellä sijalla pysyy edelleen sähköposti. Kotisivut nousevat toiselle sijalle ja perinteinen posti ohittaa sosiaalisen median seitsemän äänen erolla. Tiedonkulun takaamiseksi ei mielestäni yhtäkään

tiedotuskanavaa tule sulkea pois, vaan kaikkia keinoja tulisi hyödyntää ristiin, jotta viestinnän teho olisi paras mahdollinen.

4.4 Terveiset ja palautteet Tanssin Tiedotuskeskukselle

Kyselyn päätti vapaa kirjoitustila, johon vastaajaa kehoitettiin jättämään palautetta tai terveisiä Tanssin Tiedotuskeskukselle. Muutamien konkreettisten toimenpidekommenttien lisäksi Tanssin Tiedotuskeskusta kiiteltiin näkyvästä työstä ja täydellisestä yhteistyöstä. Tanssin Tiedotuskeskuksen mainittiin epäilemättä olevan yksi huomattavimmista oman sarjansa organisaatioista kansainvälisen tanssin kentällä.

5 TUTKIMUSTULOSTEN ANALYSOINTI

Tutkimustulokset auttavat kokonaisuuden arvioinnissa, ongelmien tunnistamisessa ja kehitystyön suunnittelussa. Muutokset edellyttävät ketteryyttä, sillä uudet tilanteet syntyvät nopeasti ja niihin on sopeuduttava hyvinkin lyhyellä aikajänteellä. Tilanteiden ennakointi ja muutoksien hyväksyntä auttavat pysymään kehityksessä mukana ja profiloitumaan edelläkävijäksi.

5.1 SWOT-analyysi

Nelikenttä- eli SWOT-analyysillä tutkimustuloksista tunnistetaan Tanssin Tiedotuskeskuksen roolin ja viestintämateriaalin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysi on avuksi johtopäätösten tekemisessä ja toimenpiteiden suunnittelussa. Se on työkalu strategiatyöhön ja tulevaisuuden suunnitteluun.

Tutkimustuloksia tarkastellaan sisäisten ja ulkoisten tekijöiden valossa. Sisäisiin tekijöihin, joita ovat vahvuudet ja heikkoudet, on mahdollisuus vaikuttaa. Vahvuuksia tulee käyttää hyväksi ja niitä on vahvistettava. Heikkouksia tulee välttää, sillä ne eivät edistä päämäärää. Ulkoisiin tekijöihin eli mahdollisuuksiin ja uhkiin ei ole mahdollista

vaikuttaa. Mahdollisuuksia tulee hyödyntää ja varmistaa, että niistä tulee totta. Uhkia tulee torjua, sillä ne vaarantavat olemassaolon. Tanssin Tiedotuskeskuksen menestekijät syntyvät vahvuuksista ja mahdollisuuksista.

<p>Vahvuudet (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laaja kansainvälinen verkosto • Määritellyt työtehtävät kohtaavat sidosryhmän tarpeet • Mielikuva: ammattitaitoinen, luotettava ja auttava asiantuntijaorganisaatio • Toimiva sidosryhmäyhteistyö • Finnish Dance in Focus -lehti arvostettu • Englanninkielinen painomateriaali riittävä -> kustannussäästöt • DVD:iden ja liikkuvan kuvan tarpeellisuus • Kotisivujen rakenne helposti muutettavissa tarpeita vastaaviksi • Uutiskirje laadukas 	<p>Heikkoudet (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sidoryhmärekisterin päivitys ja hyödyntäminen • Mielikuva: passiivinen ja vanhanaikainen • Tehtävä suomalaisen tanssin edistäjänä epäselvä • Tunnettuus kansainvälisen tanssin kentällä kohtalainen • Tiedonkulku epävarmaa • Ei verkkoversiota Finnish Dance in Focus -lehdestä • Kotisivujen heikko tunnettuus • Kotisivuilla ei liikkuvaa kuvaa • Uutiskirjeen tilaajia vähän sidosryhmän kokoon nähden • Ei mukana sosiaalisessa mediassa • Ei aikaisempia tutkimuksia, ei tutkimusvertailua
<p>Mahdollisuudet (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suomalainen nykytanssi • Kansainvälisen yhteistyön merkitys • Uudet yhteistyömallit • Olemassa olevan teknologian ja viestintäkanavien hyödyntäminen • Sosiaalinen media • Uudet vielä tuntemattomat viestintä- 	<p>Uhat (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sidoryhmän kontaktihenkilöt passiivisia yhteydenottajia • Tieto ei tavoita vastaanottajaa • Vastaanottajan heikko englanninkielen taito • Tekijänoikeuskysymykset • Nopeat muutokset viestintäkanavissa – reagointikyky ja resurssit

täkanavat	<ul style="list-style-type: none"> • Sosiaalisen median jatkuva muutos ja tietosuoja • Talous ja avustukset toiminnan jatkamiseen
-----------	---

Tutkimuksella tavoiteltiin vastauksia olettamuksiin Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista kansainvälisen sidosryhmän näkökulmasta. Tutkimustulokset vahvistavat Tanssin Tiedotuskeskuksen merkittäviksi vahvuuksiksi ammattitaidon, luotettavuuden, asiantuntevuuden ja yhteistyötaidot. Tanssin Tiedotuskeskus mielletään työnsä taitajaksi, jonka toiminta vastaa sidosryhmän tarpeita.

Tanssin Tiedotuskeskuksen viestintämateriaalin vahvuudet ovat englanninkielinen Finnish Dance in Focus -lehti, DVD:t ja uutiskirje, joita pidetään laadukkaina ja tarpeellisina. Vahvuudeksi voidaan lukea englanninkielisen painomateriaalin riittävyys ainoana kieliversiona, keskittämällä saadaan aikaa kustannus- ja resurssisäästöjä. Myös kotisivujen muokkaus tarpeiden ja toiveiden mukaan onnistuu pienellä vaivalla. Jo olemassa oleva laaja kansainvälinen kontaktipinta on Tanssin Tiedotuskeskuksen vahvuus ja hyvä tiedonvälityskanava.

Heikkoudet ovat yhteydessä sidosryhmän mielikuviin Tanssin Tiedotuskeskuksesta, jota tutkimuksen mukaan pidetään jonkin verran passiivisena ja vanhanaikaisena. Sidoryhmän tietämys Tanssin Tiedotuskeskuksen ydintehtävästä eli suomalaisen tanssin tunnettavuuden edistämisestä ei ollut selvä eikä Tanssin Tiedotuskeskuksen tunnettuutta kansainvälisellä kentällä tunnustettu kuin kohtalaiseksi. Aikaisempien tutkimuksien puuttuminen ei mahdollista mielikuvan vertailua edeltäviin vuosiin.

Viestinnällisiä heikkouksia ovat kotisivujen heikko tunnettuus, kotisivujen liikkuvan kuva puute, Finnish Dance in Focus -verkkolehden puuttuminen ja poissaolo sosiaalisesta mediasta. Tanssin Tiedotuskeskuksen päivittämätön kontaktirekisteri on viestinnän este. Tietojen päivittäminen ja moniulotteisempi, sidoryhmien rajoja rikkova viestintä edesauttavat tiedonkulkua.

Suomalaisen nykytanssin nousu kansainväliselle kentälle on herättänyt kiinnostusta ja edesauttanut sen edistämistä. Kuten sidosryhmältä pyydetty mielipiteet Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan kehittämistä ilmaisevat, niin painokkaampi keskittyminen suomalaiseen nykytanssiin ja sen näkyvämpi edistäminen kansainvälisellä kentällä on suotavaa. Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälinen toiminta perustuu yhteistyöhön ja verkostoitumiseen. Uusien yhteistyömallien rohkea innovointi vastaisi myös sidosryhmän toiveeseen Tanssin Tiedotuskeskuksen aloitteellisemmasta ja intensiivisemmästä otteesta nykytanssin kansainvälisissä yhteistyöprojekteissa.

Nykyteknologia mahdollistaa useampien viestintäkanavien käytön. Nykyaikaisten teknisten ratkaisujen ja tallennusmuotojen sekä internetin hakukoneistojen ja verkostoitumispalveluiden hyödyntäminen varmistaa saavutettavuutta ja löydettävyyttä. Mobiililaitteet kuten älypuhelimet ja tabletit tulevat vaikuttamaan kuluttajien mediakäyttäytymiseen. Uudenlaisiin teknisiin ratkaisuihin perustuvaan yhteistyöhön panostaminen pitää kiinni viestinnän muutoksissa.

Ongelmat tiedon perille saattamisessa ovat suurin uhka. Virheelliset kontaktitiedot, tekniset ongelmat ja vastaanottajan heikko englanninkielen taito ovat esteitä viestinnälle. Teknologian nopea kehitys muokkaa viestintäkanavia lyhyellä aikajänteellä, mikä haastaa kyvyn reagoida vaatimukseen riittävän nopeasti ja edellyttää henkilöstöresursseja muutoksien toteuttamisiin. Sosiaalisen median tuomat haasteet tietosuojaan luovat epävarmuutta sen tulevaisuudesta. Toiveet liikkuvan kuvan välittämisestä tuovat esille myös tekijänoikeuskysymykset. Digitalisoituminen ja verkostomaiset tuotanto- ja toimintatavat edellyttävät tekijänoikeusosaamista, erityisesti kansainvälisen sopimusosaamisen alueella (Opetusministeriön julkaisu 2010:10, 28). Yhteiskunnallisella tasolla talouden heikkeneminen ja avustuksien supistaminen voivat uhata Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan ja kansainvälisen yhteistyön kehittämistä. Uhkana on jo saavutetun kansainvälisen aseman menettäminen toimintaedellytyksien kiristyessä.

5.2 Kehitysehdotuksia

Tutkimustulokset antavat Tanssin Tiedotuskeskukselle aihetta toimenpiteisiin, jotta ymmärrys sen roolista, toimenkuvan laajuudesta ja tarjotuista palveluista paranee. Viestintäkanavien tehokkaampi hyödyntäminen luo mahdollisuuksia laajemmalle yhteistyölle, lisää tietoisuutta ja vahvistaa brändiä.

Sidosryhmäsuhteiden hoidossa keskittyisin ensisijaisesti jo olemassa olevan laajan kansainvälisen sidosryhmäverkoston kiinteämpään kontaktoimiseen. Päivittäisin sidosryhmän sähköpostirekisterin ja lähettäisin koko sidosryhmälle uutiskirjeen muistutukseksi Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista suomalaisen tanssin edistäjänä maailmalla. Samaan viestiin lisäisin ajankohtaiset kuulumiset sekä suunnitteilla olevat kehityssuunnitelmat ja tulevat toimenpiteet. Viestin ydinsisältönä olisi tulevaisuus, aktiivisuus ja edistyskellisyys yleisen mielikuvan petraamiseksi. Uutiskirjeessä mainostaisin kotisivuja, joille olisin julkaissut kilpailun houkutteeksi kotisivuilla vierailuun. Mainitsisin uutiskirjeessä myös kyseisestä kilpailusta. Nykyisen uutiskirjeen tilaajatiedot ajaisin ristiin sidosryhmärekisterin kanssa, jotta uutiskirjeen hyöty olisi maksimaalinen.

Sidosryhmän vakiinnuttua rajaisin rekisteristä pienempiä ryhmiä esimerkiksi toimenkuvan tai maan perusteella. Uutiskirjeiden sisällöt ja lähettämissyklit määräytyisivät jaottelun mukaisesti. Lisäksi erottelisin sidosryhmästä avainkontaktit, jotka kutsuisin osallistumaan virtuaaliseen yhteistyöfoorumiin tavoitteena tiiviimpi kanssakäyminen ja avainhenkilöiden tieto-aidon hyödyntäminen kehitystyössä.

Tutkimustulokset vastasivat ennakkoarviota Finnish Dance in Focus -lehestä, mutta jättivät samalla parantamisen varaa lehden tunnettavuuteen. Lehden toimituskustannukset, tuotot ja työvoimaresurssit ohjaavat päätöstä lehden muodosta, mutta verkkolehden perustamista ei voi enää sivuuttaa huolettomasti. Ehdotuksenani on Finnish Dance in Focus -lehden perustaminen verkkolehtenä ainoana lehtiversiona kustannuksien vähentämiseksi ja levikin laajentamiseksi. Malliksi ja tekniseksi esikuvaksi sopisivat mielestäni Finnairin Blue Wings -lehden ja Stockmannin kantaasiakaslehden verkkoversiot. Mahdollinen Teatteri- ja Tanssi-lehtien yhdistäminen

vaikuttanee myös Finnish Dance in Focus -lehden ilmestymiseen vuoden 2012 alusta.

Tiedonsaannin ja -jakamisen kannalta kotisivujen osoitetta ei ole syytä pitää salaisuutena. Olen vahvasti sitä mieltä, että kotisivujen tunnetuksi tekeminen olisi tärkein toimenpide kotisivujen osalta, sillä löydettävyys on näkyvyyttä tärkeämpää. Tähän ovat kaikki keinot sallittuja: tiedottaminen, mainonta, hakukoneet ja verkostot. Ennen suurempaa rummutusta kotisivut kannattaa kuitenkin hoitaa esittelykuntoon.

Suomen- ja englanninkielisten kotisivujen rakenteiden muokkaamista Tanssin Tiedotuskeskuksen eri kielialueille painottamien tehtävien ja tutkimustuloksissa esille tulneiden toiveiden mukaan olisi mielestäni harkittava, sillä suomen- ja englanninkielisten sivustojen identtiselle rakenteelle ei ole merkittävää perustetta. Näkisin, että kotisivujen houkuttelevuus tulee nostaa jo seuraavalle tasolle. Elävöittäisin kotisivuja liikkuvalla imagollisella kuvasarjalla ja interaktiivisilla osioilla, joita olisivat mielipidekyselyt, arvonnat ja kilpailut. Mielipidekyselyt voisivat koostua yksinkertaisista elementeistä, malliksi mainittakoon Facebookissa käytettävät ”tykkää-napit”. Arvontoja ja kilpailuja toteuttaisin kuitenkin säästeliäästi, jottei asia kärsisi viihteen vallasta. Bannereiden suosio on tunnetusti vähäinen, joten niiden lisääminen sivustoille ei ole mielestäni tarpeellista. Kotisivuja uudistettaessa tulee pitää mielessä, että kotisivut eivät ole ainoastaan infoähkyä aiheuttava tiedostojen sähköinen jakelukanava vaan myös tärkeä vaikuttamisen foorumi.

Tutkimustuloksissa tuli esille toive visuaalisesta tietokannasta. Mikäli tekijänoikeuksista päästäisiin sopuun lisäisin kotisivuille DVD:ille tallennetut videonäytteet tanssiesityksistä ja koreografihaastatteluista. Myös opetusministeriön asettaman toimikunnan Kulttuuri – tulevaisuuden voima -ehdotuksessa mainitaan tarve tekijänoikeusjärjestelmän sovittamisesta palvelemaan yhteiskunnan eri tahoja. (Opetusministeriön julkaisuja 2010:10)

Erilaisissa kohtaamisissa ja tapaamisissa DVD:t ovat käyttökelpoista promootiomateriaalia, mikä puoltaa niiden olemassaoloa. Mutta informaation saavutettavuus DVD:n muodossa on jäänyt kehityksestä jälkeen, sillä kaikki vastaava tieto voidaan sijoittaa

kotisivuille kaikkien ulottuvilla entistä helpommin ja nopeammin. DVD:iden vaihtoehtoisina promootiomateriaaleina pitäisin logollisia muistitikkuja.

Sosiaalinen media ei korvaa sosiaalista kanssakäymistä, mutta se on merkittävä lisä ihmisten väliseen kommunikaatioon. Tapaamiset ja tilaisuudet ovat jatkossakin arvokas tapa kohdata sidosryhmiä, mutta sähköisissä verkostoissa on vaikuttamisen potentiaalia. Kuten normaalissa maailmassa niin myös verkkomaailmassa ystävyysuhteiden luonti vie aikansa. Sosiaalinen media on jatkuvan muutoksen alla, joten tietoisuus kulutustottumusten muutoksista, kehityksen kaaresta ja uusista viestinnällisistä ratkaisuista on haastavaa. Sosiaalinen media on tullut jäädäkseen. (Kontu 2011, 7-9; Mediaplanet 2011)

Facebook on muuttunut valtavirran tavaksi pitää yhteyttä ja tehdä kulutus päätöksiä. Yrityksille Facebookissa näkyminen ja vaikuttaminen on taitolaji, sillä markkinointi on ujutettava varovasti kaveerauksen sekaan. Mielestäni Tanssin Tiedotuskeskukselle profiilin luominen Facebookiin ja Facebook-sivuston linkittäminen kotisivuihin on oikea toimenpide, sillä se riittää sekä mainontaan että yleiseen viestintään ja keskusteluun. Fanisivujen luominen ja ”tykkää-napin” hyödyntäminen mainonnassa on kehityksen seuraava askel. Mukanaolo Facebookissa on tarpeellinen lähinnä huomion ja tunnettuuden vuoksi, sillä Zeelandin teettämän tutkimuksen mukaan vain joka kymmenes hakee Facebookista tietoa uusista tuotteista ja palveluista (Muukkonen 2010, 55).

Twitterin kautta voi lähettää enintään 140 merkin pituisia viestejä, mikä on viestinnällisesti haasteellista. Ehdotankin, että Tanssin Tiedotuskeskuksen työntekijät hyödyntäisivät Twitteriä maailmalla liikkeussaan lähettämällä viestejä työmatkojen kohteista, matkaohjelmista ja tapaamisista avainkontakteille, jotka mahdollisesti liikkuvat samoilla asioilla samalla suunnalla. Twitteriä voisi harkita ainakin matkoilla Yhdysvaltoihin, jossa sillä on suuri merkitys.

YouTube-palvelu olisi ilmainen mahdollisuus julkaista Tanssin Tiedotuskeskuksen DVD:illä olevat videonäytteet tanssiesityksistä ja koreografihaastatteluista maailmanlaajuisesti. Monipuoliset ja tarkat avainsanat toisivat kiinnostuneet ammattilaiset ja

kuluttajat suomalaisen tanssin pariin. Videoiden julkaisuihin tarvitaan suostumukset asianomaisilta.

Flickr on käyttäjän tuottamien kuvien jakamista internetissä. Julkaistuja kuvia voi katella, kommentoida ja arvostella. Flickrin etu on avainsanoissa, joiden avulla kuvia on helppo löytää. Flickr mahdollistaa käyttäjien määrittelemään kuvien käyttöoikeudet, onnekkaimmissa tapauksissa kuvat päätyvät lehtien sivuille. Ajatukseni on, että Tanssin Tiedotuskeskus voisi yhteistyössä eri tanssialan tahojen kanssa luoda Flickrin suomalaisen tanssin valokuva-albumin.

5.3 Muita ideoita ja keinoja

Blogit ovat osa aktiivista osallistumista yhteisöllisen median luomiseen. Blogi on kustannustehokas ja nopea tiedonvälityskanava, jonka lisäarvo piilee lukijoiden kommenteissa. Blogia tulee markkinoida sidosryhmille aktiivisesti, jotta keskustelua syntyisi. Koska blogi on usein minä-muodossa kirjoitettua tekstiä, on se lähestymistavaltaan kotisivuja henkilökohtaisempi. Mietin, että voisiko Tanssin Tiedotuskeskuksen blogi olla kuvausta yhden tai useamman työntekijän työarjesta suomalaisen tanssin parissa sekä sisältää viittauksia ja linkityksiä tanssia koskeviin ajankohtaisiin artikkeleihin ja suomalaisen tanssin uutisiin. (Salmenkivi ym. 2007)

Wikipediaan loisin neutraalin käyttäjiä palvelevan yleisesittelyn Tanssin Tiedotuskeskuksesta. Wikipediaan liitetty teksti ei ole pysyvää, joten esittelyn sisältöä on syytä tarkistaa ajoittain.

Yritysmaailman arjesta lainaisin video- ja verkkokokoukset, joista erityisesti jälkimmäinen mahdollistaa osallistuvan vuoropuhelun. Kokoaisin valikoidun sidosryhmän virtuaalisen kokouspöydän äärelle keskustelemaan ennakkoon määritellystä teemasta. Verkkokokouksena järjestäisin myös paneelikeskusteluja, tuote-esittelyjä ja tietoiskuja. Mielestäni verkkokokoukset toimisivat edellä mainittujen sidosryhmien avainhenkilöiden sitouttamisessa yhteistyöhön.

Jos sponsorointia tai yritys yhteistyötä jossakin muussa muodossa ei ole kokeiltu, niin tällä hetkellä suomalaisen tanssin ollessa nosteessa sitä olisi mahdollisuus hyödyntää. Yhteistyöyritykset saavuttaisivat näkyvyyttä tanssin nauttiman julkisuuden ja kohonneen tunnettuuden ansiosta. Esimerkiksi mainittakoon pieteetillä toteutetut yhteiset asiakas- tai sidosryhmätilaisuudet maailmalla toimivien suomalaisten yritysten kanssa suomalaisen tanssin tunnettuuden edistämiseksi.

Hyväntekeväisyys ja vapaaehtoisuus luovat positiivista mielikuvaa ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Halu osallistua ja vaikuttaa sekä kerryttää henkilökohtaisia kokemuksia on tätä päivää. Loisin kuluttajille mahdollisuuksia olla osallisena suomalaiseen tanssiin liittyvässä toiminnassa, mikä kohentaisi resursseja ja lisäisi tietoisuutta suomalaisesta tanssista. Hyvät teot kantavat hedelmää ja maine kirkastuu.

Tunnettuuden ja maineen sekä viestinnän vaikuttavuuden mittaamiseksi suosittelen säännöllisempää tutkimusta. Tutkimukset helpottavat seurantaa, osoittavat kehityksen suuntaa ja mahdollistavat huomattavasti nopeamman reagoinnin muutostarpeisiin. Räätelöidyt kysymykset rajatulle joukolle tuovat yksityiskohtaisempaa tietoa kuin koko sidosryhmälle lähetettävät kyselyt.

Mielestäni erilaisia viestintäkeinoja tulee hyödyntää rohkeasti. Mukaan voi lähteä vaatimattomastikin, sillä oikeat keinot löytyvät vasta kokeilun ja kokemuksen kautta. Osallistuminen ja pitkäjänteinen kehitystyö vie eteenpäin, ei odottelu eikä vanhan tavan mukaan toimiminen. Jatkuva uusien viestintäkeinojen ja -kanavien kartoittaminen pitää mukana kehityksessä, sillä perinteiset viestintäkeinot muuttuvat riittämättömiksi nopeasti muuttuvassa mediamaailmassa. Aktiivisuus selättää passiivisuuden aina.

6 YHTEENVETO

Tutkimukseni täyttää monia laadullisia ominaisuuksia kuten esimerkiksi tutkimusongelman kattavat ja oikeita asioita mittaavat kysymykset, edustavan perusjoukon, hyödyllisyyden ja taloudellisuuden. Kuitenkaan tutkimustani ei voida pitää täysin on-

nistuneena, sillä validin tutkimuksen määreenä on korkea vastausprosentti. Alhaisen vastausprosentin vuoksi tutkimustulosten toimialaan, toimenkuvaan tai työnantajan kotimaahan pohjautuvat päätelmät ja vertailut eivät ole mahdollisia. Saadut tutkimustulokset eivät vedä vertoja Timo Cantellin tekemälle tutkimukselle nykytanssin yleisöstä (Cantell 2003), mutta uskon, että jokainen lisätutkimus Tanssin Tiedotuskeskukselle tulee tarpeeseen.

Selvitin kyselytutkimuksella kansainvälisen sidosryhmän näkemyksiä Tanssin Tiedotuskeskuksen roolista, toiminnasta ja palveluista. Tutkimustulokset vahvistivat toiminnan ja palveluiden kohtaavan sidosryhmän tarpeet, mutta Tanssin Tiedotuskeskuksen roolin määrittelemine oli sidosryhmäläisille haastavampaa. Hajonta profiilia määrittelevissä tuloksissa oli hämmentävä, vaikka imagoaltaan ja maineeltaan tulokset olivat pääosin positiivisia. Tekemäni kartoitus kansainväliselle sidosryhmälle suunnatusta painetusta ja sähköistä viestintämateriaalista toi esille viestinnän heikkoudet ja vahvuudet. Kotisivujen heikko tunnettuus ja staattisuus, verkkolehden puute ja poisolo sosiaalisesta mediasta nähtiin heikkoutena. Vahvuudeksi luettiin englanninkielisen viestintämateriaalin laadukkuus ja tarpeellisuus. Tutkimukselle asettamani tavoitteet täyttyivät, sillä vähäisestä vastaajajoukosta huolimatta tulokset kertoivat olennaisen.

Mielestäni tutkimustulokset osoittavat, mihin suuntaan Tanssin Tiedotuskeskuksen viestinnän kehittämistä tulisi johtaa. Ehdotan, että viestintästrategiassa tulisi huomioida tutkimuksessa esille tulleet kehitystarpeet ja toiveet viestintäkeinoista ja -kanavista, jotta tiedonkulku paranisi, tietoisuus lisääntyisi, yhteistyö syvenisi ja luottamus kasvaisi. Näkisin, että uusien teknisten viestintäratkaisujen laajempi hyödyntäminen ja osallistuminen sosiaaliseen mediaan olisivat askel kohti nykyaikaa. Tutkimukseni tulokset eivät mullista tanssiin liittyvää viestintää eikä niitä voida soveltaa laajemmalle taholle, mutta Tanssin Tiedotuskeskusta ne hyödyntävät käytännön työssä.

LÄHTEET

- Cantell, Timo 2003. Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000-festivaalin kävijöistä. Helsinki: Timo Cantell, Tanssin Tiedotuskeskus ja Taiteen keskustoimikunta.
- Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Juholin, Elisa 2009. *communicare!* Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: Elisa Juholin ja Infor Oy.
- Kontu, Juha 2011. Kuluttamisen murros – totaalinen umpikuja vai huikea mahdollisuus? *Kasvokkain* 1/2011, 7-9.
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja 2009. Yrityksen viestintä. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Koski, Jussi T. 1999. Infoähky ja muita kirjoituksia oppimisesta, organisaatioista ja tietoyhteiskunnasta. Saarijärvi: Gummerus.
- Mediaplanetin ilmoitusliite. Helsingin Sanomat 03/2011.
- Muukkonen, Henrik 2010. Facebookissa on oltava mielin kielin. *Talouselämä* 40/2010, 55.
- Opetusministeriön julkaisuja 2010:10. Kulttuuri – tulevaisuuden voima. Toimikunnan ehdotus selonteoksi kulttuurin tulevaisuudesta. Helsinki: Yliopistopaino 2010.
- Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum Media Oy ja kirjoittajat.
- Tanssin Tiedotuskeskus ry 2010. Toimintasuunnitelma 2011.
- Viherä, Marja-Liisa 2000. Digitaalisen arjen viestintä – miksi, millä ja miten. Helsinki: Tekijä ja Oy Edita Ab.
- Åberg, Leif 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

LIITTEET

LIITE 1 – Tutkimuksen saatekirje



Dear Partner

Dance Info Finland is developing its' activities in order to improve services and communication materials. Since we wish to serve all our partners better in the future, we would love to hear your views on the matter as well.

We kindly ask you to respond to the enclosed survey no later than December 3, 2010. All responses will be treated confidentially. The survey is conducted in cooperation with HUMAK University of Applied Sciences in Finland.

We would like to thank you in advance for your valuable help.

Kindest regards

Dance Info Finland

LIITE 2 – Tutkimuksen kyselylomake



Tanssin Tiedotuskeskus
Dance Info Finland

1) What is your sector of activity? *

- Production house
 Production office
 Agency
 Venue
 Festival
 Cultural Institute
 Library/Archive
 Information Centre
 Media
 Other, what?

2) What is your position? *

- Manager/Producer
 Agent
 PR and Communications
 Artistic Director
 Managing Director
 Other, what?

3) Country of your employer *

Choose a country

4) Your name and your employer (optional)

5) How often do you keep in contact with Dance Info Finland?

- Every month
 Once in 6 months
 Once a year
 Less frequently than once a year
 Never, why?

6) Choose 3 most important tasks of Dance Info Finland from your job's point of view

(1 = the most important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

	1	2	3
Service and advisory work	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Communication	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publications	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expert guest programme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Research and development work	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Education	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
International collaboration	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7) In your opinion, which word in each of the following pairs describes Dance Info Finland's activities more appropriately

(the closer you place your choice to the word, the more that word corresponds to your opinion)

- | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Dynamic | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Passive |
| Professional | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Unprofessional |
| Progressive | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Old-fashioned |
| Cooperative | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Serving own interests |
| International | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Local |
| Helpful | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Disinterested |
| Trustworthy | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Untrustworthy |
| Expert organisation | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Non-expert organisation |

8) What is your opinion of the following claims?

(1 = totally disagree, 2 = fairly disagree, 3 = fairly agree, 4 = totally agree)

- | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Dance Info Finland's task is to raise the profile of Finnish dance art | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dance Info Finland is internationally well-known among dance professionals | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dance Info Finland's activities meet international requirements | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dance Info Finland keeps me up to date when concerning any news about Finnish dance | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dance Info Finland is easily accessible | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cooperation with Dance Info Finland works well | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dance Info Finland has always answered my queries | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9) In your opinion, how could Dance Info Finland develop its' activities?

10) Are you familiar with Dance Info Finland's magazine "Finnish Dance in Focus"?

Yes No

11) Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of "Finnish Dance in Focus"

(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

- | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Information of contents | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Attractivity of contents | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Diversity of contents | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Topicality of contents | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Layout | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Publication (1 edition per year) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Availability of magazine | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12) Should "Finnish Dance in Focus" be readable as a web edition?

Yes No

13) In your opinion, what themes or topics should "Finnish Dance in Focus" include?

14) Are you familiar with Dance Info Finland's following magazines?

- | | Yes | No |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Danse finlandaise | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Finnischer Tanz im Fokus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

15) Should French and/or German editions of "Finnish Dance in Focus" be available regularly beside the English edition?

Yes No

16) Would you like to specify your answer?

17) Would it be useful for you if Dance Info Finland's materials would be available in some other languages beside English?

Yes No

18) In which language?

Chinese

French

German

Italian

Japanese

Korean

Spanish

Swedish

Other, what?

19) What kind of use would there be for these materials?

20) Are you familiar with the following DVDs published by Dance Info Finland?

	Yes	No
Choreographic Voices From Finland Volume 1 DVD (2006)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Choreographic Voices From Finland Volume 2 DVD (2008)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contemporary Dance from Finland DVD (2008)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contemporary Dance from Finland DVD (2009)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contemporary Dance from Finland DVD (2010)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21) If you are familiar with any of these DVDs, please evaluate how satisfied you are with the following qualities

(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

	1	2	3	4
Interviews with choreographers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clips of dance performances	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information in general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attractivity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Availability	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Novelty value of contents	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22) What kind of promotional DVDs do you find the most useful?

DVDs presenting large selection of companies (over 20)

DVDs curated according to scale of the performances

DVDs curated according to style or genre

Other, what?

23) Are you familiar with Dance Info Finland's web pages in English?

Yes No

24) Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of the web pages

(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

	1	2	3	4
Amount of information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attractivity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Modernity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Topicality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utility of links	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clarity of the structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Navigation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Layout	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25) How often do you visit Dance Info Finland's web pages?

- Daily
 Weekly
 Monthly
 Occasionally
 Never, why?

26) Which sections of Dance Info Finland's web pages do you find the MOST important?

(1 = the most important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

	1	2	3
News about Finnish dance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance calendar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tanka - the Finnish dance data base	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dance statistics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introduction to Finnish dance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about education in Finland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Links lists	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FAQ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dance Info Finland (organisational facts)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about projects and publications	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Downloadable documents	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27) Which sections of Dance Info Finland's web pages do you find the LEAST important?

(1 = the least important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

	1	2	3
News about Finnish dance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance calendar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tanka - the Finnish dance data base	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dance statistics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introduction to Finnish dance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about education in Finland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Links lists	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FAQ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dance Info Finland (organisational facts)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information about projects and publications	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Downloadable documents	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28) What kind of information would you wish to see added to Dance Info Finland's web pages?

29) Do you receive Dance Info Finland's newsletter?

- Yes No

30) Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of the newsletter

(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

	1	2	3	4
Amount of information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality of information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attractivity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversity	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Topicality	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amount of newsletters (5 newsletters a year)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31) Do you use any social media channels e.g. Facebook or YouTube when searching information about dance in general? Yes No**32) Should Dance Info Finland be present in any of the following social media channels?**

	Yes	No
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flickr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33) Would you like to specify your answer?

34) How would you like to receive information from Dance Info Finland?

(1 = the first choice, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

	1	2	3
By email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
By mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
By social media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via Dance Info Finland's web pages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35) If you have any kind of feedback or regards to Dance Info Finland they are the most welcome!

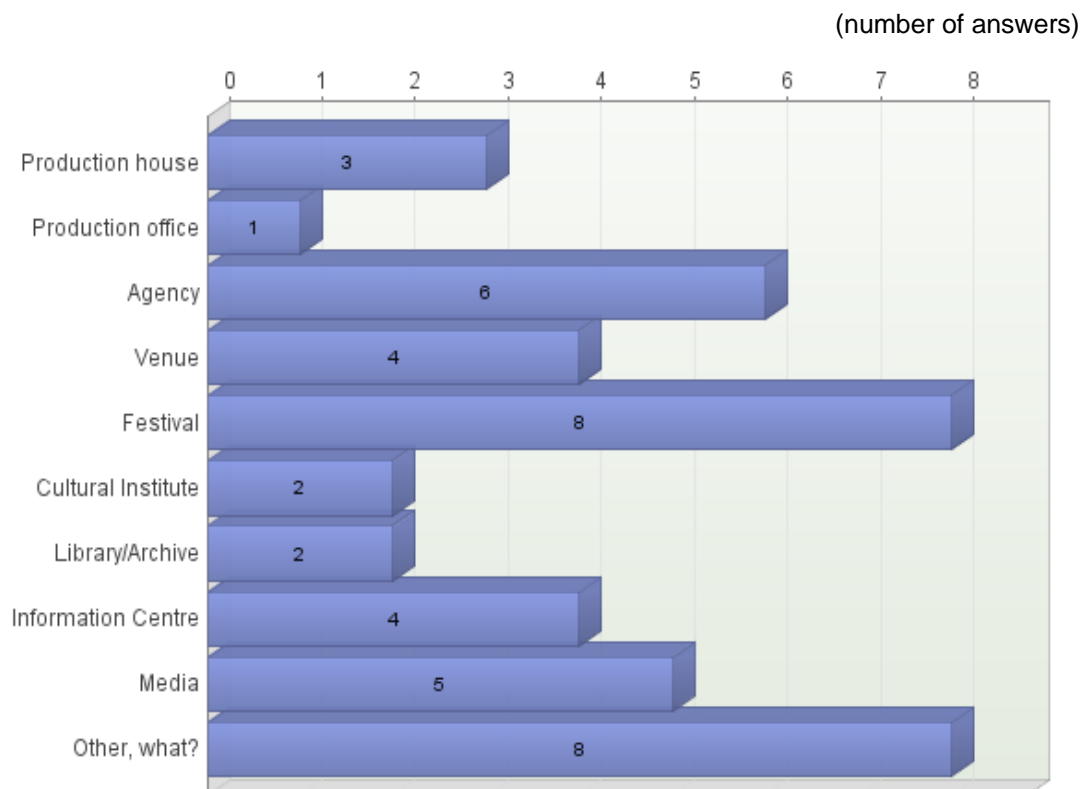
 I want to submit my answers

0% completed



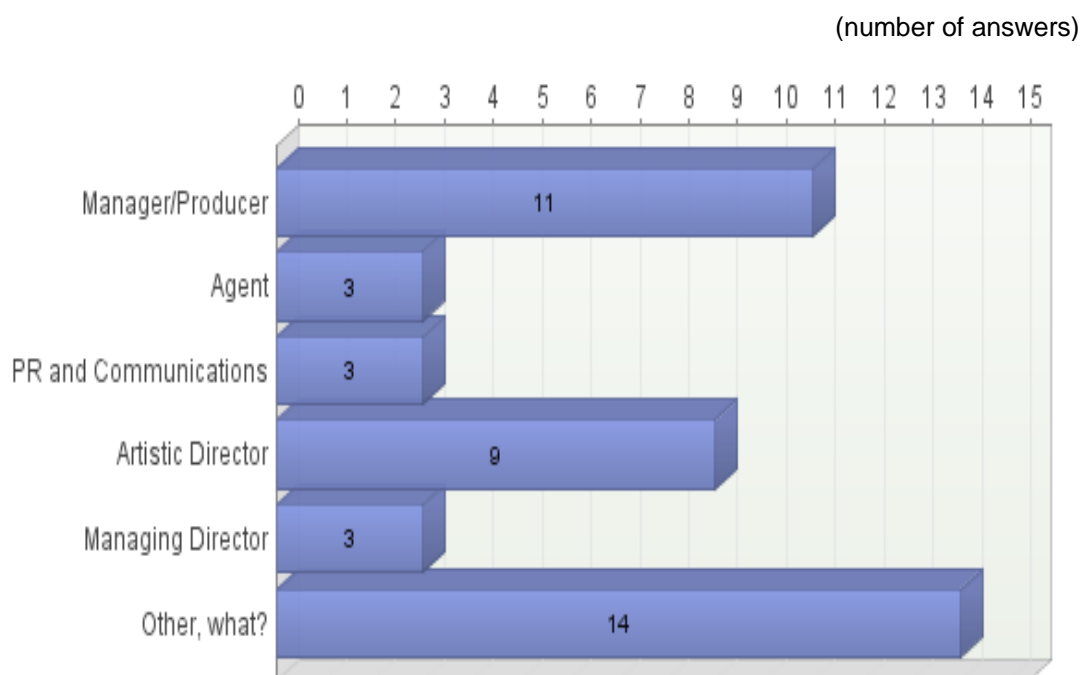
LIITE 3 – Tutkimustulokset

1. What is your sector of activity?

**Other, what?**

- we are information centre, library/Archive, and Cultural Institute
- support organisation for dance in the UK
- Professional Society
- network
- Dance Company
- theatre
- Producer
- independent producer

2. What is your position?



Other, what?

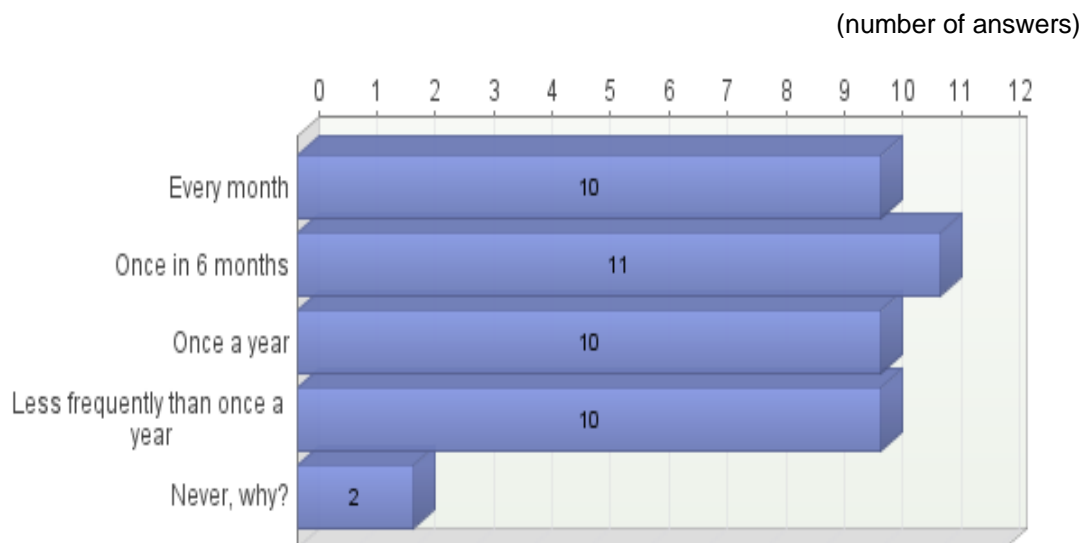
- executive consultant
- Journalist, critic
- collection development
- Senior Collections and Documenation
- Editor-in-chief
- writer / dance critic
- Project leader
- dance programmer
- Director
- Chairperson
- dancer
- journalist
- Manager and dramaturg

3. Country of your employer

(number of answers)

Belgium	1	Norway	4
Canada	1	Poland	1
China	1	Republic of Korea	1
Czech Republic	1	Romania	1
Denmark	4	Russian Federation	3
France	2	Singapore	1
Germany	6	Spain	1
Hong Kong	1	Sweden	2
Iceland	1	Switzerland	1
Ireland	2	United Kingdom	2
Japan	1	USA	2
Luxembourg	1	Venezuela	1
Netherlands	1	TOTAL	43

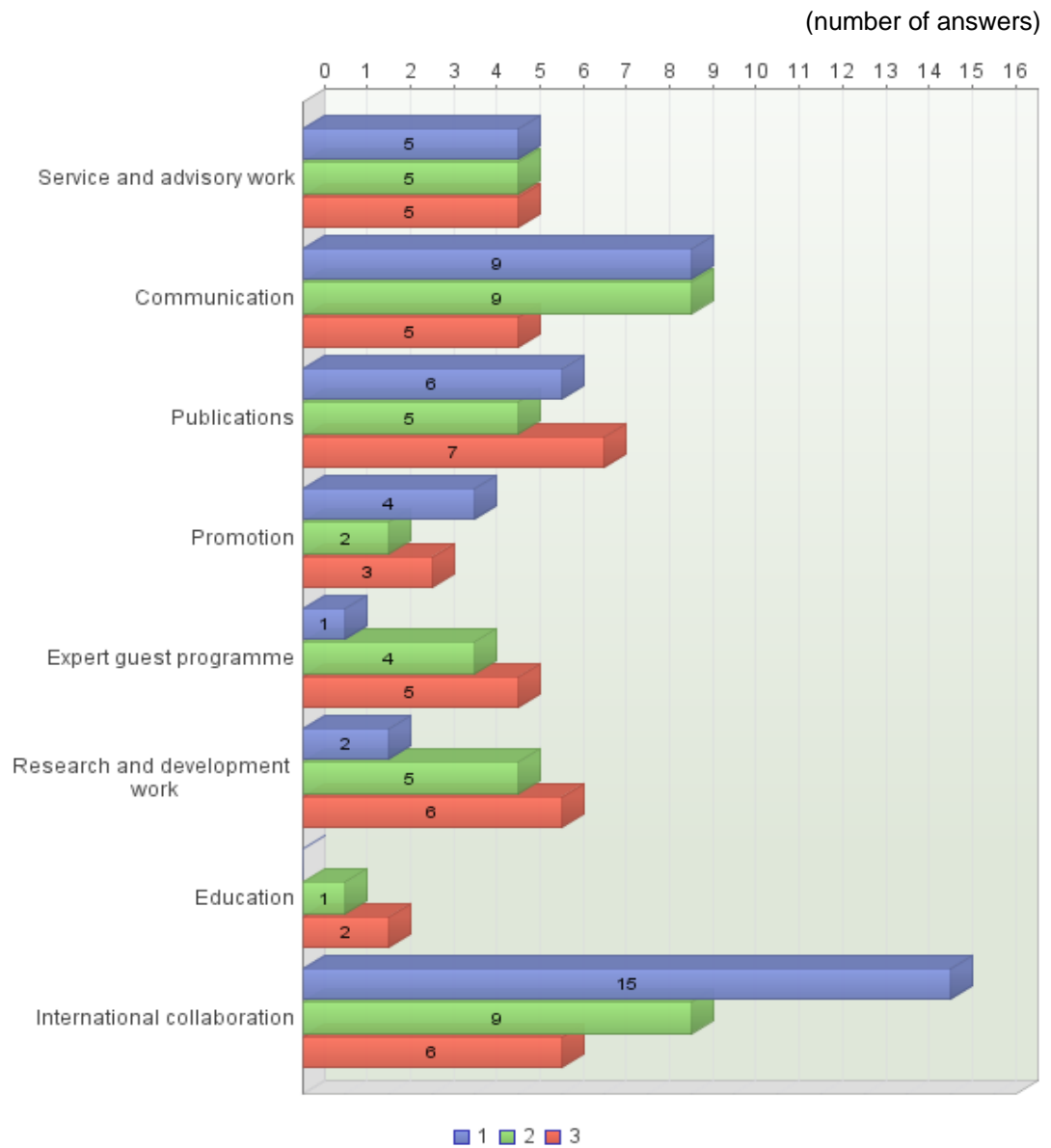
4. How often do you keep in contact with Dance Info Finland?



Never, why?

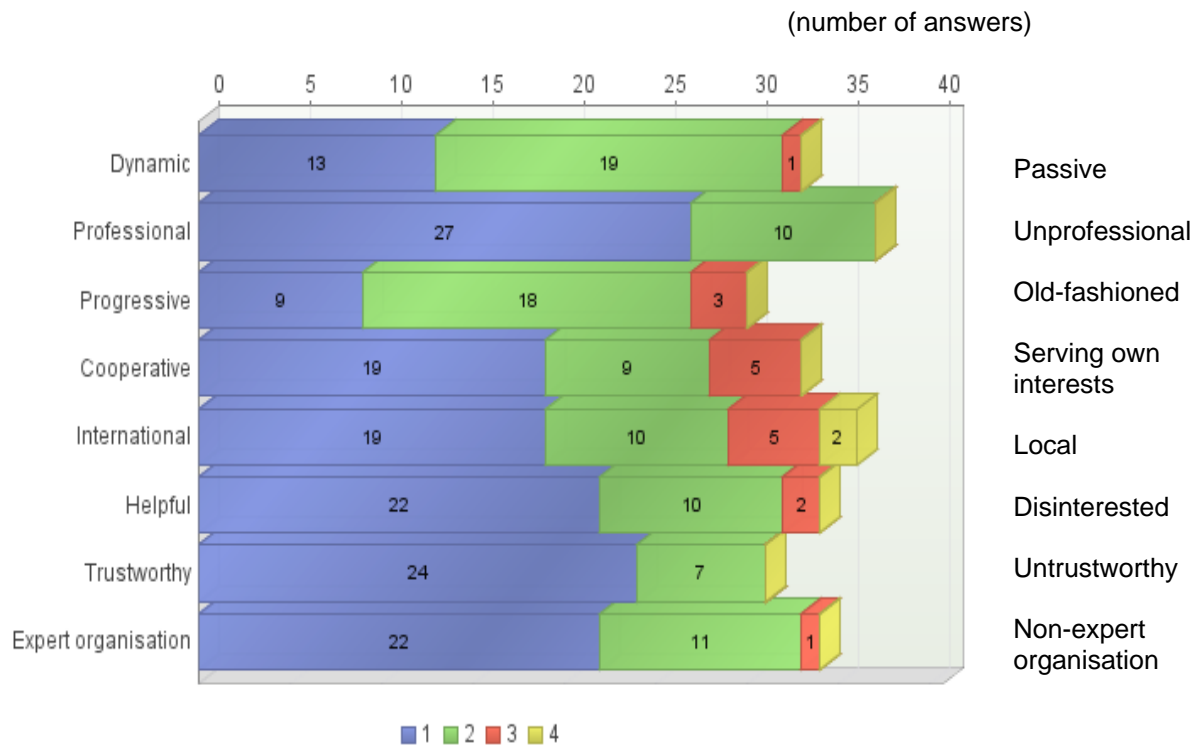
- we met at an IETM meeting and have not yet had a practical reason for taking contact.
- ??

5. Choose 3 most important tasks of Dance Info Finland from your job's point of view



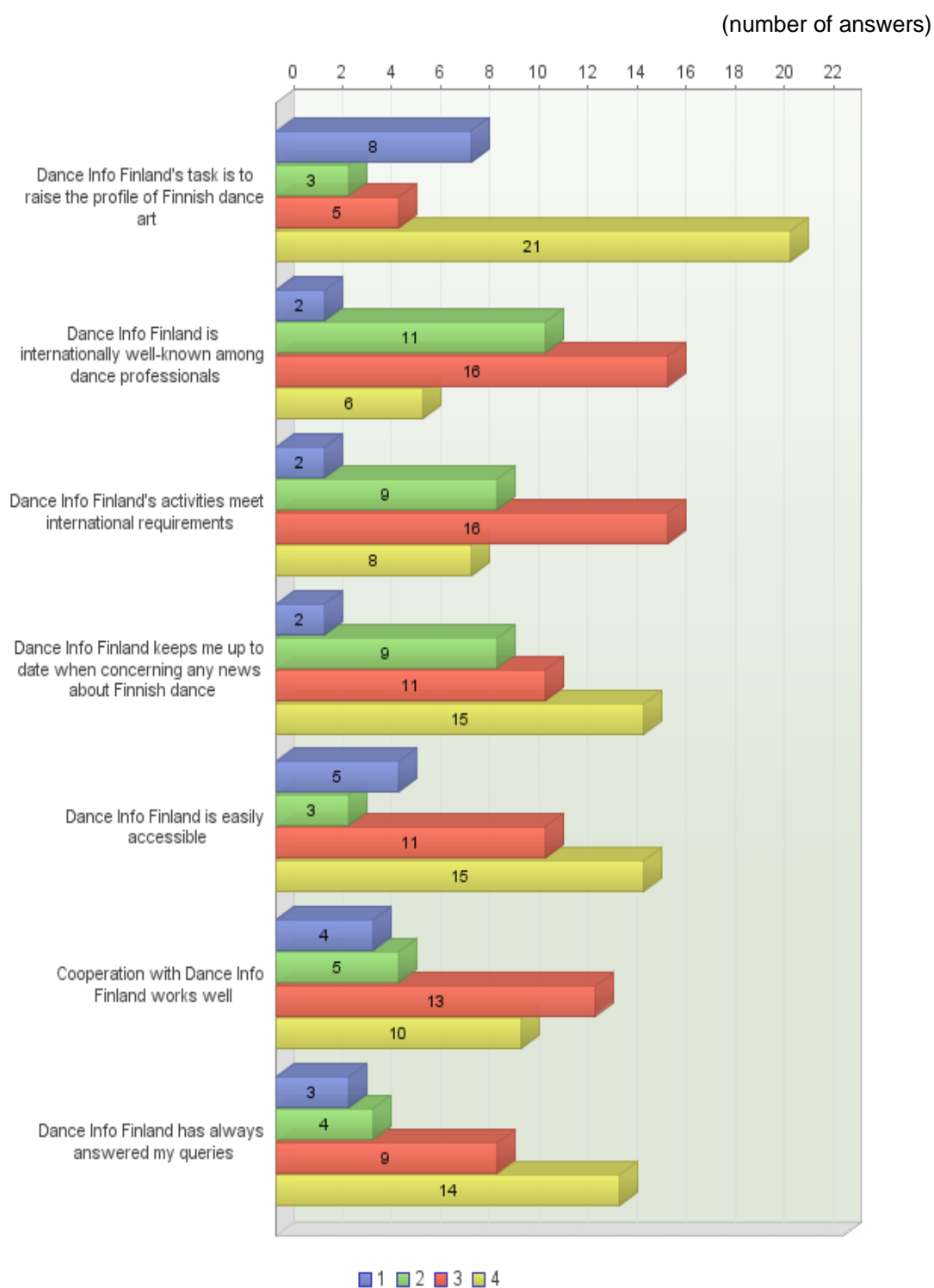
(1 = the most important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

6. In your opinion, which word in each of the following pairs describes Dance Info Finland's activities more appropriately



(The closer you place your choice to the word, the more that word corresponds to your opinion.)

7. What is your opinion of the following claims?

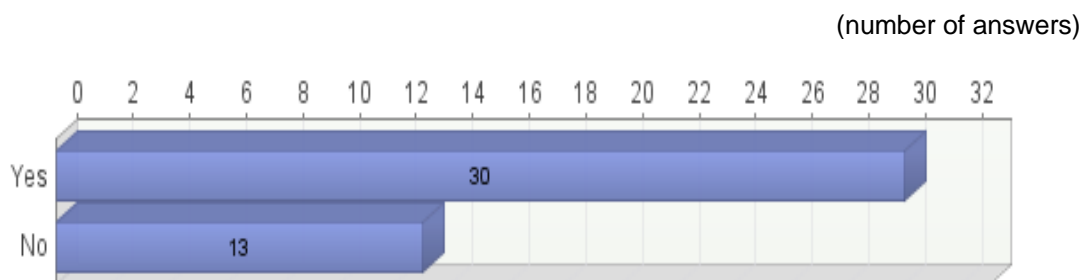


(1 = totally disagree, 2 = fairly disagree, 3 = fairly agree, 4 = totally agree)

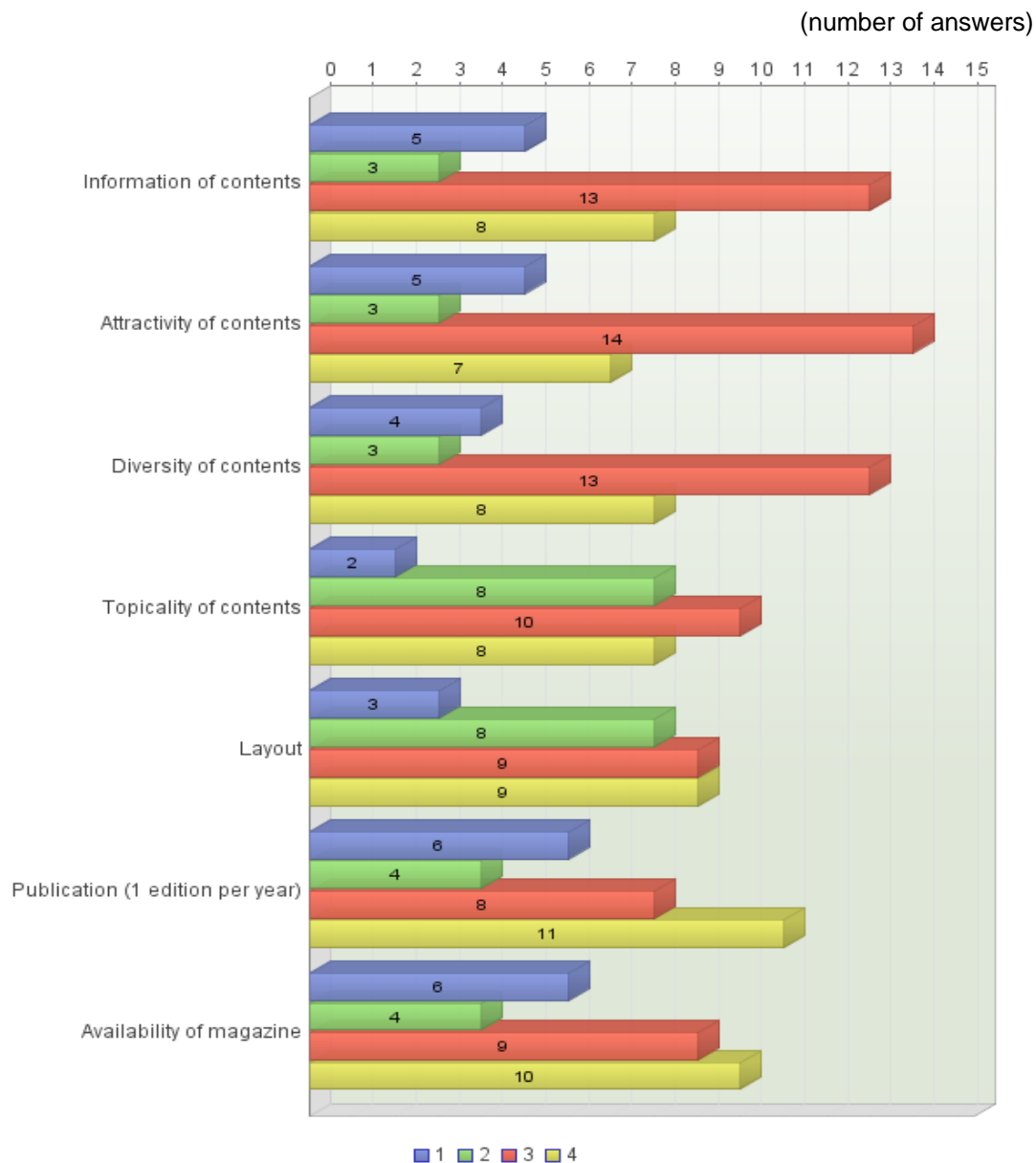
8. In your opinion, how could Dance Info Finland develop its' activities?

- Be a further initiator in collaborative projects in contemporary dance between international partners
- Dance Info Finland are already perfect develop
- Focus on staying strongly rooted in the national dance scene while working on its international exposure.
- You're doing very well but stay critical
- be more consistent in their assistance
- don't know
- e-mail-list me send me dance and ballet info
- understanding in the society
- Keep going! You do it so well.....
- I have not had the need to exchange with the organisation so far, so I have no opinion about that.
- Greater international profile in the promotion of Finnish professional dance
- Help us to collaborate with Finnish theatre or to participate in Finnish festival of dance.
- Maybe promote Finnish dance activities more often in news letters and so on?
- Sending new information and creating new oportunities of job.
- ----
- I have not enough information for discourse.
- I am content with their services
- intensify more international collaborations. hire/work with international experts/advisors.
- information about touring and touring support avialable
- We as a dance company abroad are not looking for dance companies. Hoewever, we are looking for young choreographers. Expertise on this field would be helpful and appreciated.
- have more dependent or independent contacts over the world

9. Are you familiar with Dance Info Finland's magazine "Finnish Dance in Focus"?



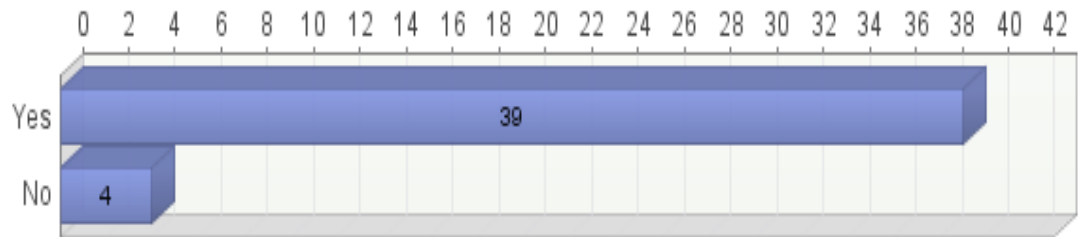
10. Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of "Finnish Dance in Focus"



(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

11. Should "Finnish Dance in Focus" be readable as a web edition?

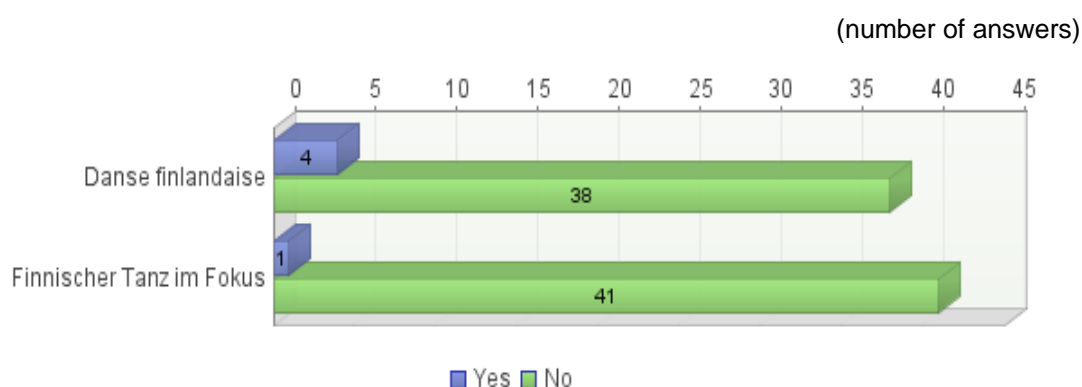
(number of answers)



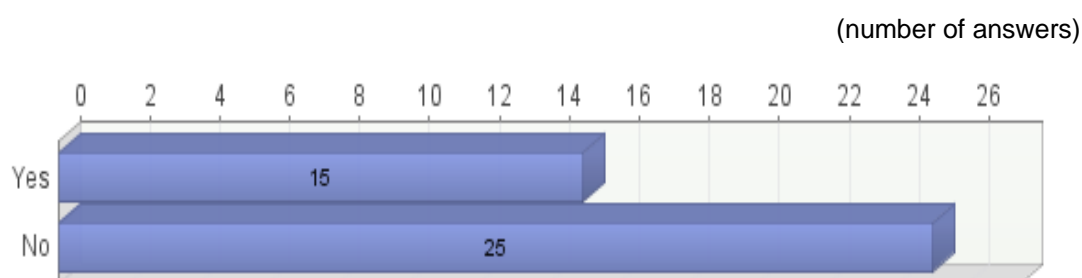
12. In your opinion, what themes or topics should "Finnish Dance in Focus" include?

- Interviews with choreographers and dancers, a calendar of what's going on, critics
- to be honest I wonder if the funding for Finnish dance in Focus would be better used in a web- based edition
- no comments
- Finnish Dance in Focus should give a representative image of recent developments in Finnish dance
- Cooperations Statistics Contacts In dept articles
- what it has already!
- don't know
- - Training - scholarship - job opportunities - international cooperation
- Collaboration and exchange, -how?
- dance and ballet
- a larger range also of more innovative dance and performance artists
- raising perception of dance in the society, deveoping educational programs and traing for professional dancers
- ?
- What is possible about the professional dance activity
- I don't have an opinion
- cooperation, the questionnaire participants, choreographers, producers, festivals, managers, funding sources...
- current themes, in depth interviews/articles, Finnish dance & media
- Auditions, schedules and prices of workshops, new artworks of choreographers, news about performances, dancers and wellknown directors interviews
- -----
- Difficult to advise, sorry.
- I am conteten with the magazines topics
- migration ecology sexuality
- Point out the differences between finnish dance and dance developments in other countries.
- news, premieres articles, video links, research articles and publication
- potential collaboration possiblity with dance institute out of Finland
- funding opportunities for other countries to invite artists from Finland.

13. Are you familiar with Dance Info Finland's following magazines?



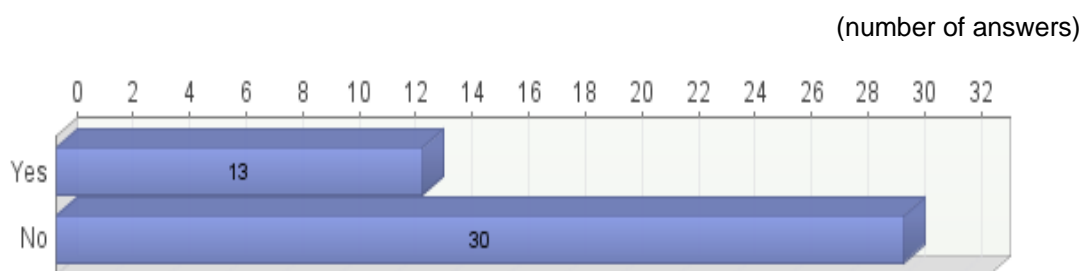
14. Should French and/or German editions of "Finnish Dance in Focus" be available regularly beside the English edition?



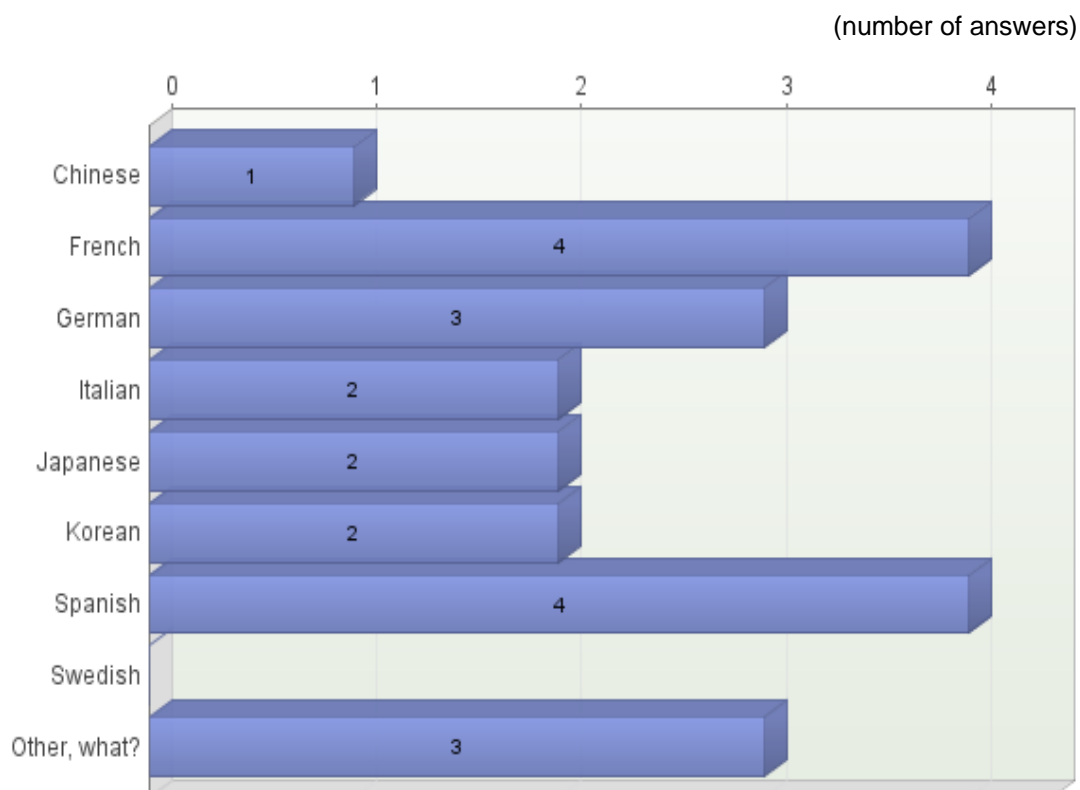
15. Would you like to specify your answer?

- The majority of our visitors has a sufficient level of English to use this version.
- Since most of the people speak English it's better to save the money for other activities to create a bigger awareness on Finnish Dance
- don't know enough about Dance Info Finland's publication or readers to be able to answer this question.
- I think that an English version is ok.
- I am not the right person to answer this.
- English language is most accesible worldwide. Occassionally french and german inserts to the magazine might help those who are not fluent in english
- I guess that a german and french edition could be relevant - considering that tanz actuell is in german and that the french definitely prefer an edition in their own language - but for me it is of no direct importance
- The dance?arts wprld is multi lingual - important to have this represented
- English edition is fine with me
- English version is quite enough - the majority of professionals are speaks English.
- I think an English version is sufficient.
- if so, you might wish to make a chinese version too. it would be endless. contemporary dance has to operate in an english speaking context.
- I would love to read English version

16. Would it be useful for you if Dance Info Finland's materials would be available in some other languages beside English?



17. In which language?



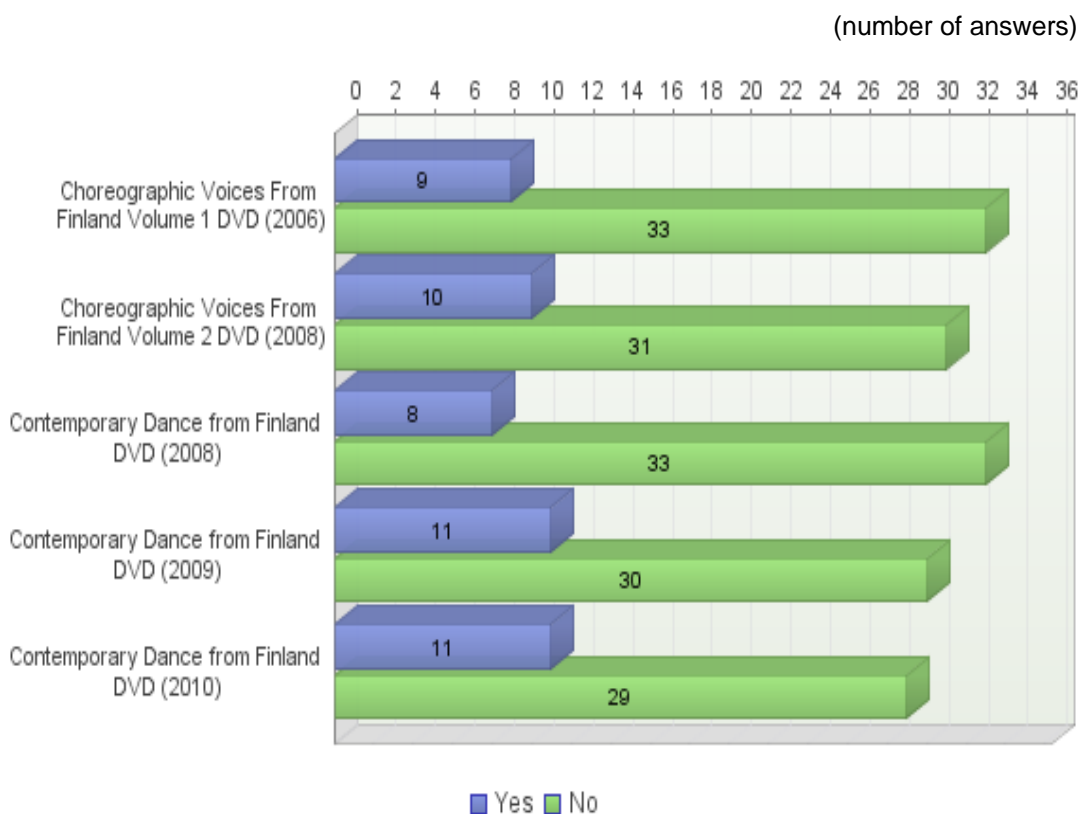
Other, what?

- Russian
- Polish
- Not sure

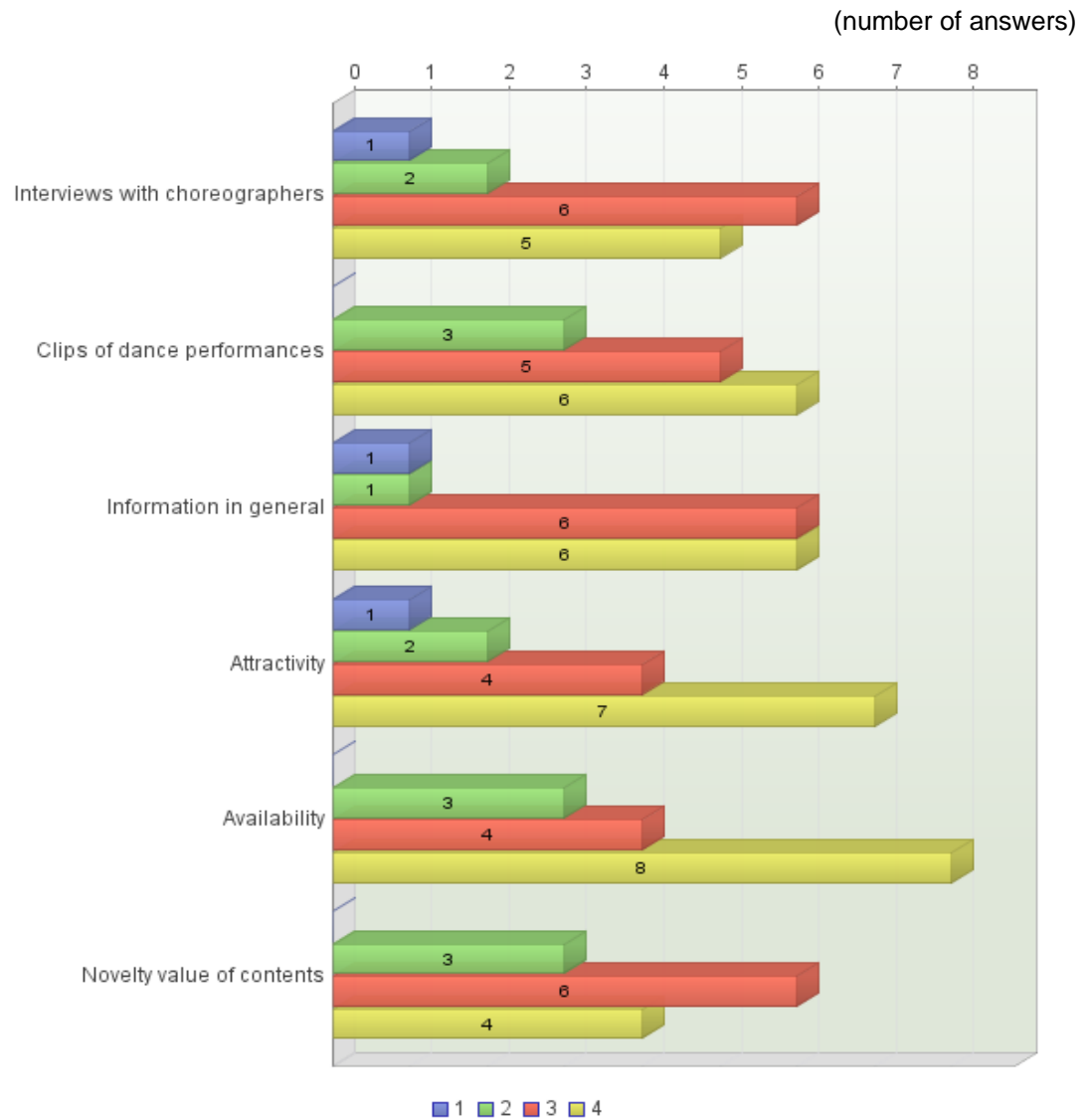
18. What kind of use would there be for these materials?

- It could be interesting for Spanish professionals and students that cannot manage well with English language.
- I would think of occasional inserts in Polish that would serve promotional and educational goals including raising general consciousness about Finnish dance in Poland.
- pass
- To be informed about the updated information and travel to do workshops
- -----
- information, developpement

19. Are you familiar with the following DVDs published by Dance Info Finland?

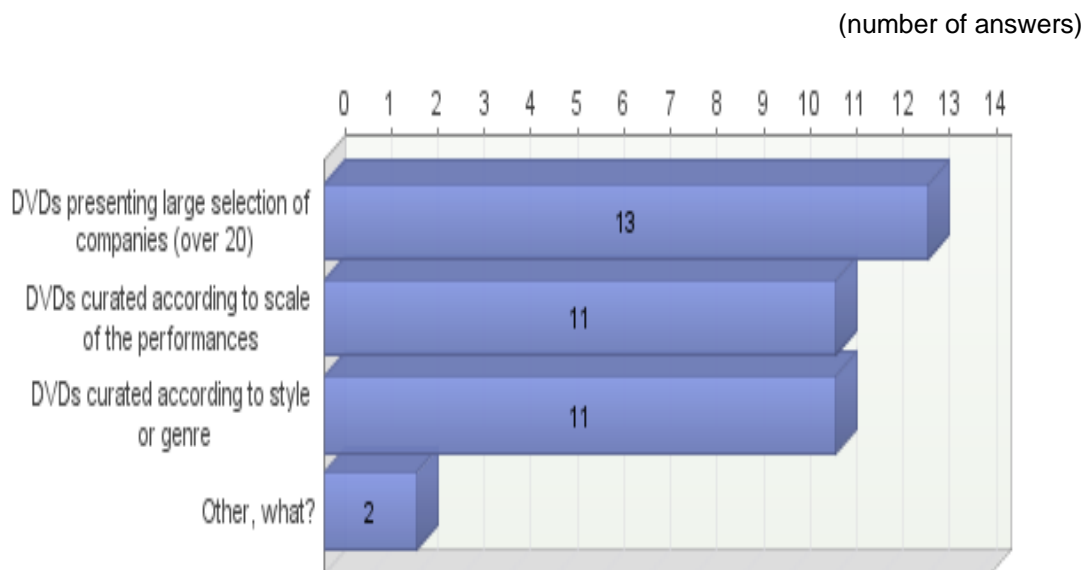


20. If you are familiar with any of these DVDs, please evaluate how satisfied you are with the following qualities



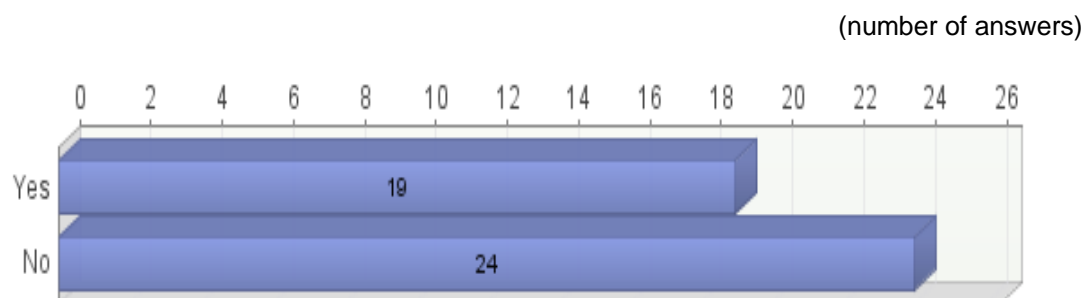
(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

21. What kind of promotional DVDs do you find the most useful?

**Other, what?**

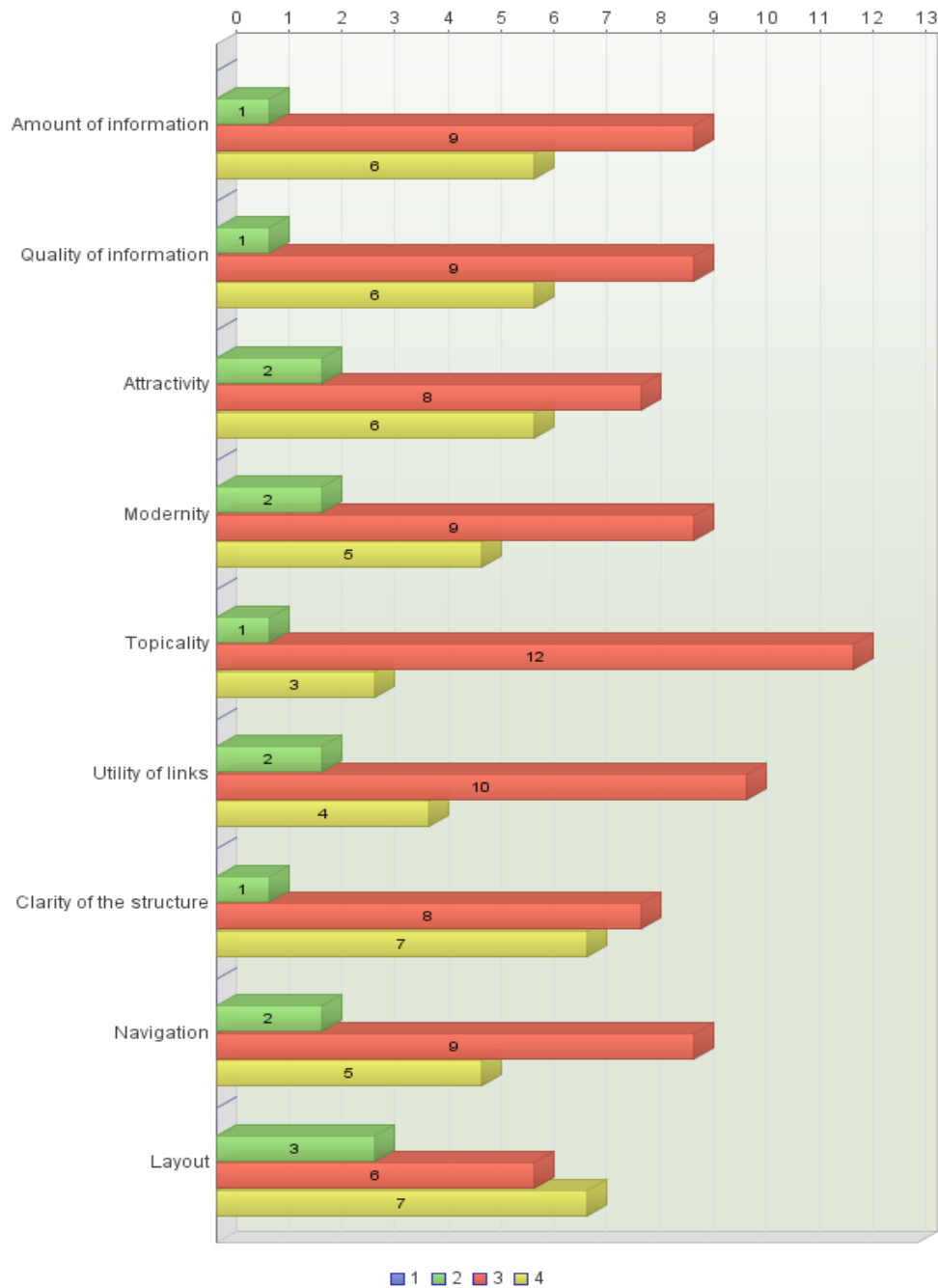
- Individual artists' DVD's

22. Are you familiar with Dance Info Finland's web pages in English?



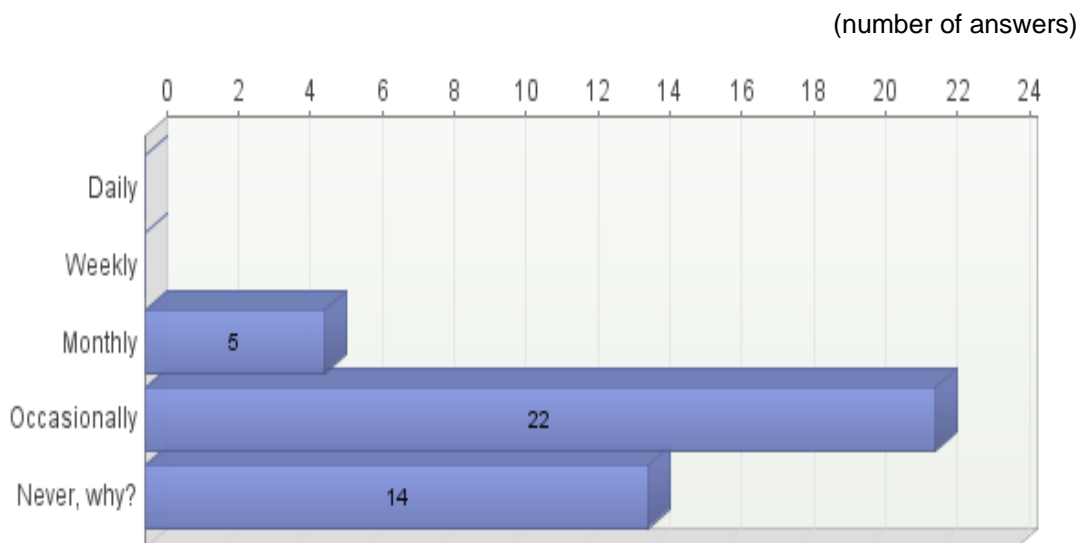
23. Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of the web pages

(number of answers)



(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

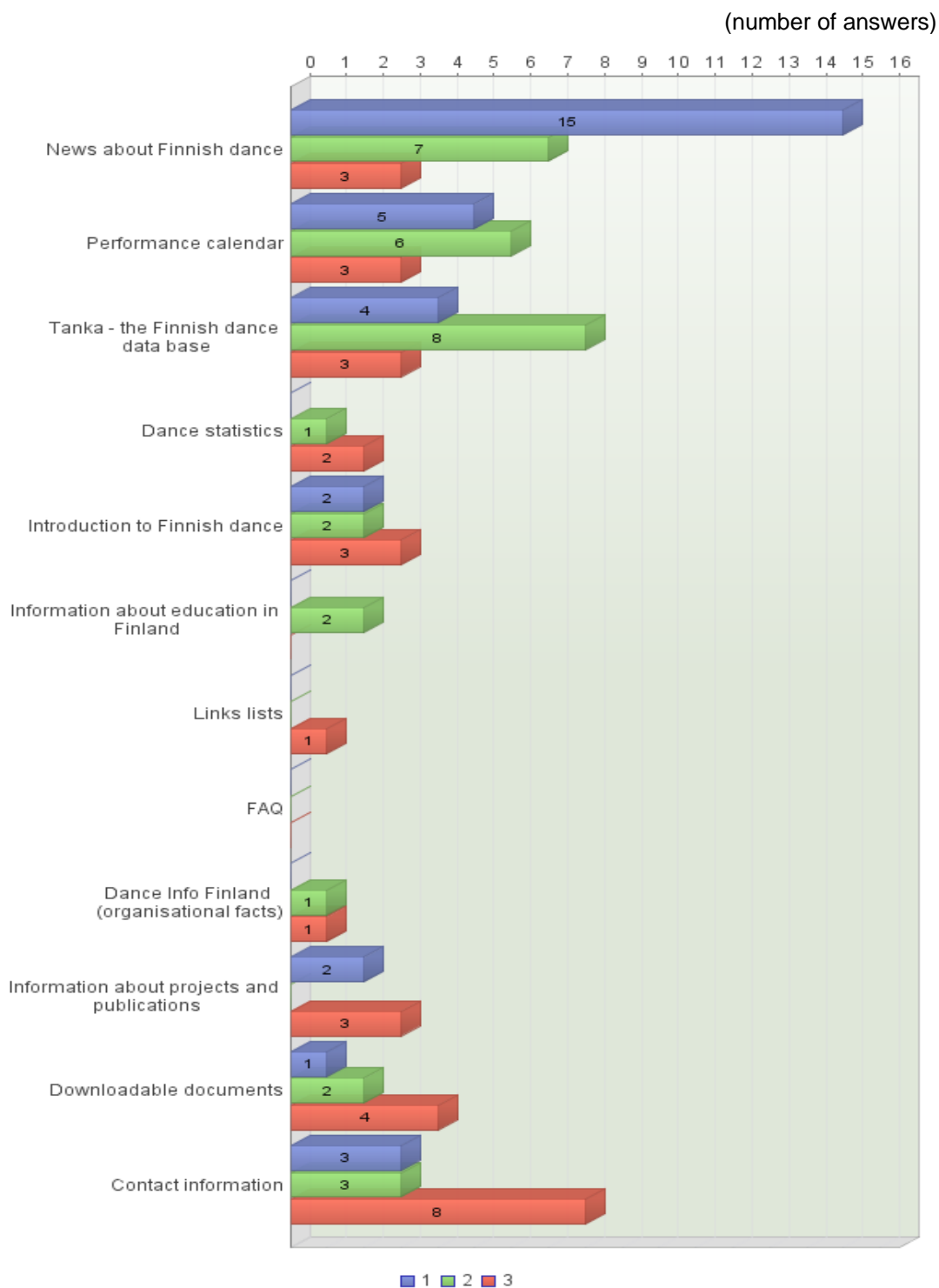
24. How often do you visit Dance Info Finland's web pages?



Never, why?

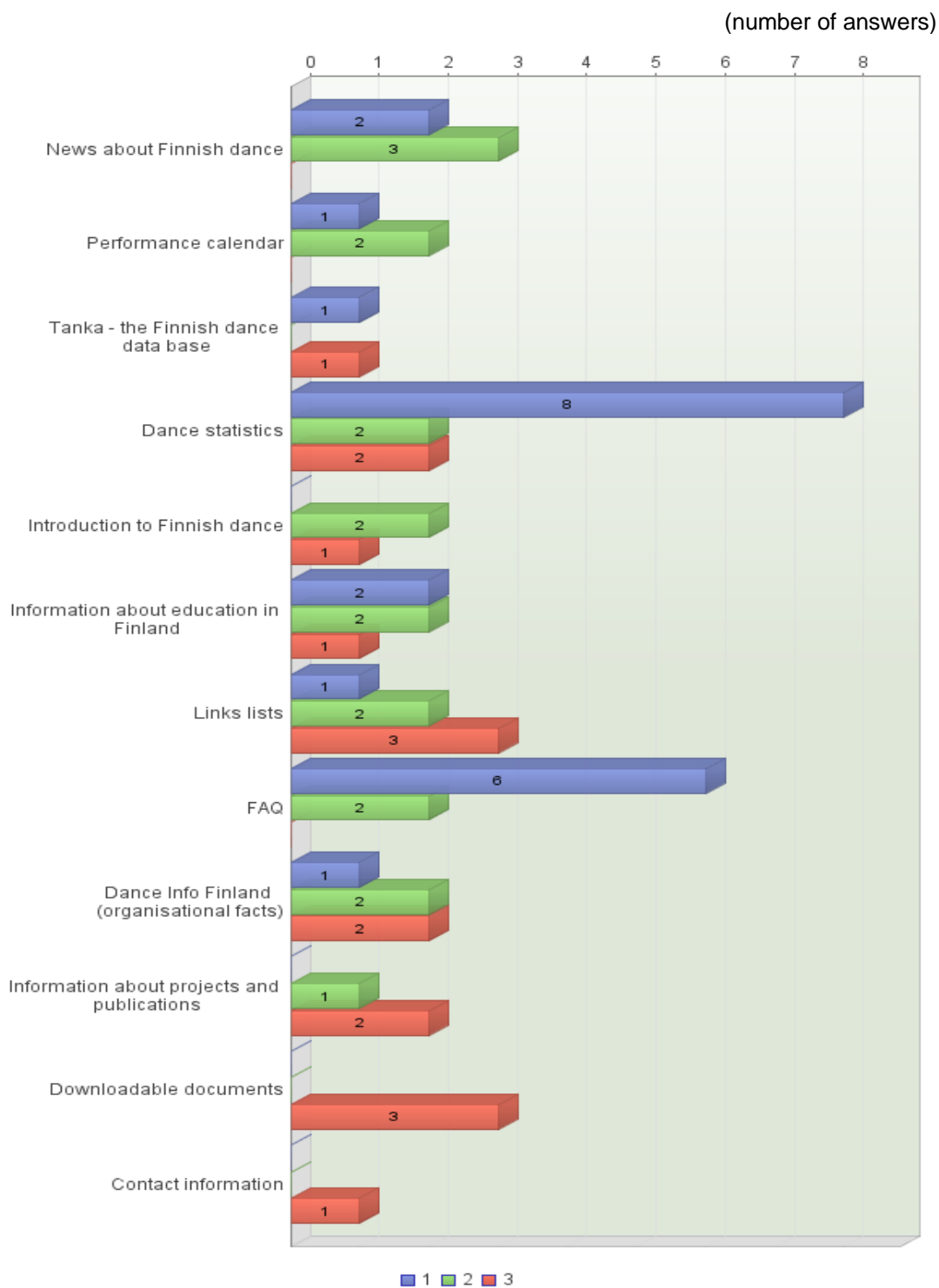
- Didn't know about them
- haven't had cause to use them as yet
- I was not aware of their existence
- at present i have little use for them.
- don't think of it
- presently not writing on dance in norhtern Europe any more
- Because the home page is not attractive: too many text and no images.

25. Which sections of Dance Info Finland's web pages do you find the MOST important?



(1 = the most important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

26. Which sections of Dance Info Finland's web pages do you find the LEAST important?



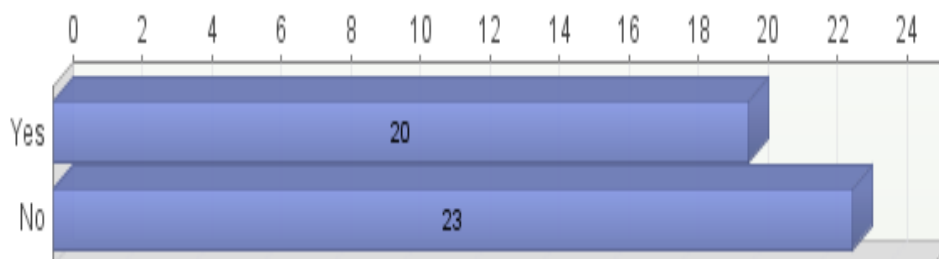
(1 = the least important, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

27. What kind of information would you wish to see added to Dance Info Finland's web pages?

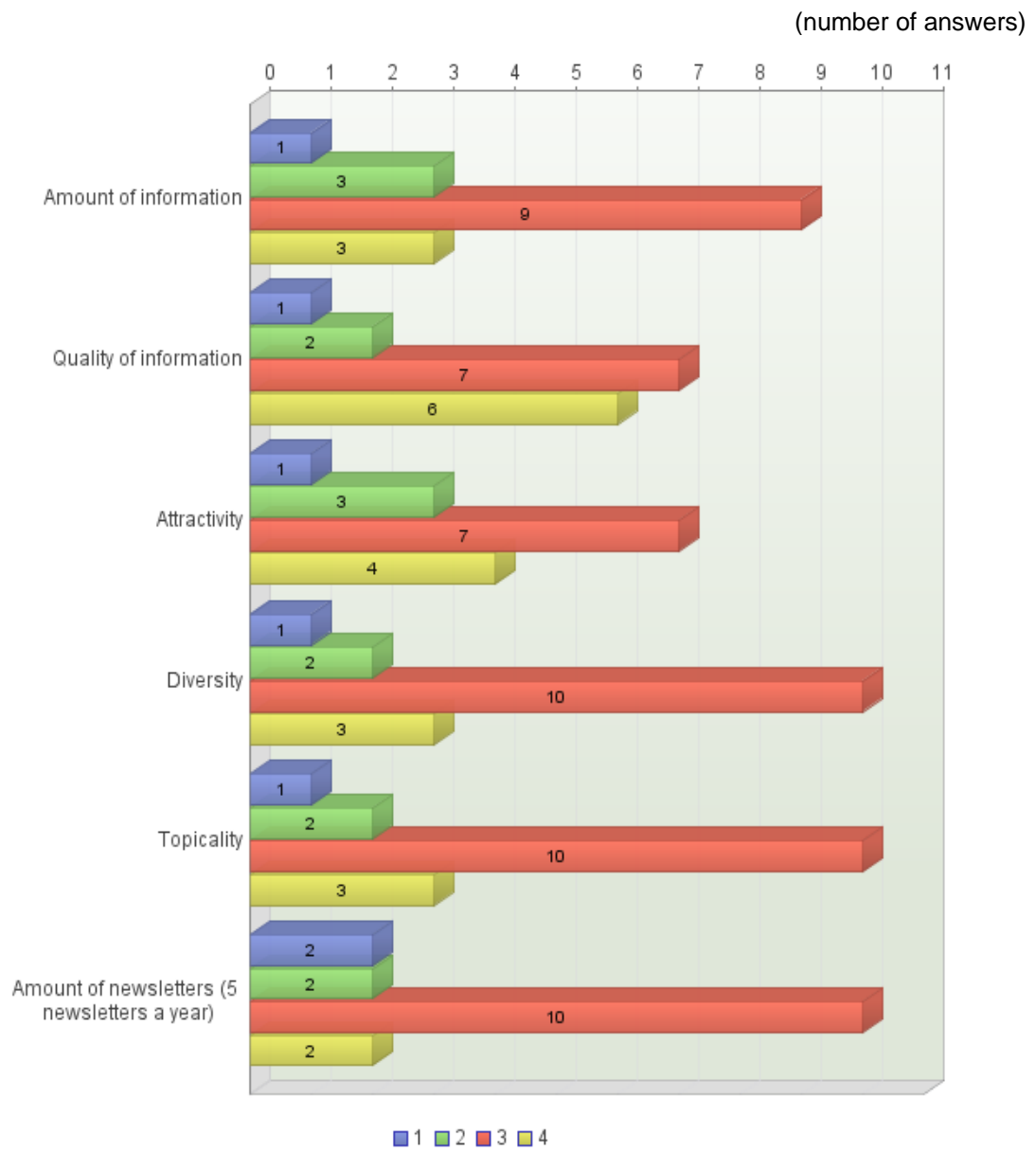
- more news about Dance info finland international work
- none
- International cooperation. Training and jobs opportunities.
- ?
- Contact of production management, impresario
- the current information is fine
- Auditions, opportunities of work and aducation, interviews
- -----
- artist interviews
- new work in deveolpment & touring highlighted as sections
- for question 27)I didn't select,cause I think they all very helpful to me

28. Do you receive Dance Info Finland's newsletter?

(number of answers)



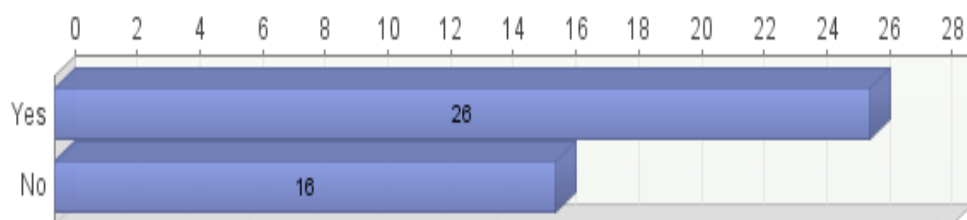
29. Please evaluate how satisfied you are with the following qualities of the newsletter



(1 = totally dissatisfied, 2 = fairly dissatisfied, 3 = fairly satisfied, 4 = very satisfied)

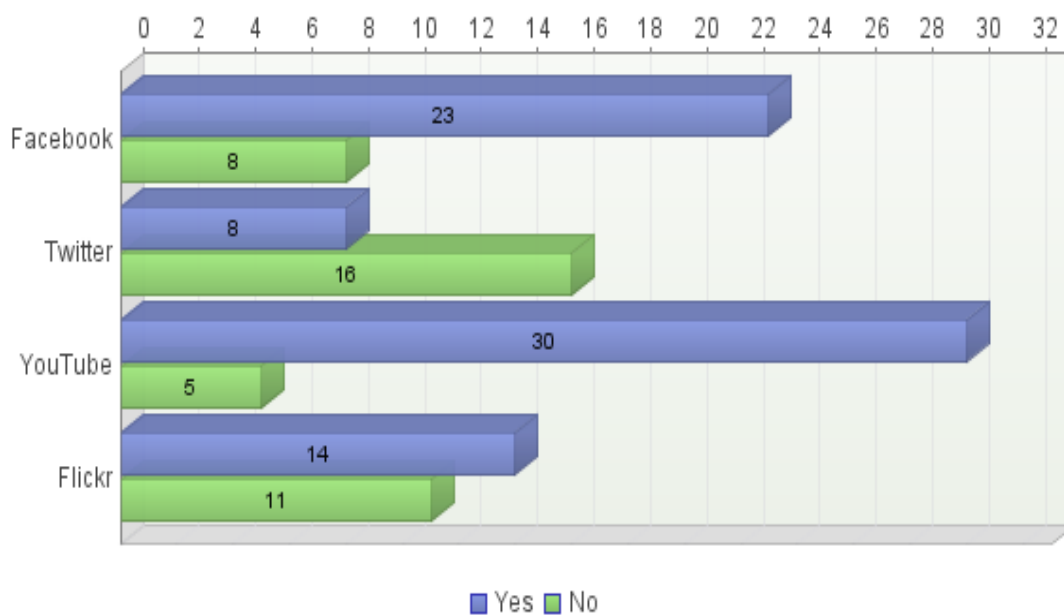
30. Do you use any social media channels e.g. Facebook or YouTube when searching information about dance in general?

(number of answers)



31. Should Dance Info Finland be present in any of the following social media channels?

(number of answers)

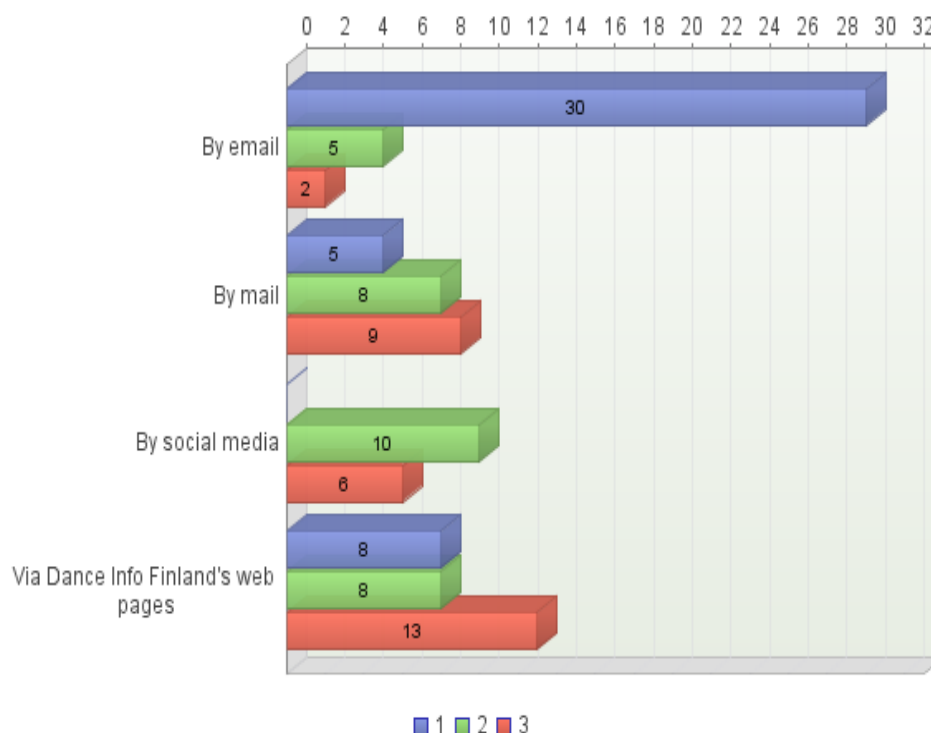


32. Would you like to specify your answer?

- Being on one or more social networks should be the result of a vision, a strategy to reach people with a specific content. If not, there's no real advantage in just jumping on it.
- The importance of being in social media is getting bigger and bigger. Connecting to other target groups, getting your information through in an attractive way for the users of this media. But first plan and think what you want to get out of it.
- no
- These are most popular websites
- they are all communication platforms that are widely used, internationally, regardless of one's personal opinions about them. that said, it is a question of priorities if an organisation does not have the staffing required to use them adequately.
- Personally I think the social medias could take over too much but knowing how spread they are one should not underestimate the importance
- YouTube and Flickr do not require taking out a membership, I believe the other two do.
- The privacy is better in YouTube
- only facebook!!!!
- I am not really into social medias myself, so i do not feel competent to answer
- more channels is better!
- Youtube is so easy whenever you want to gain a first impression of what a certain choreographer is able to do.
- Professionals do not use too much social media to get the information of what they want to know. They have more personal conversations to exchange ideas. To follow such conversation, video clippings available to see on WEB is very important.

33. How would you like to receive information from Dance Info Finland?

(number of answers)



(1 = the first choice, 2 = the second choice, 3 = the third choice)

34. If you have any kind of feedback or regards to Dance Info Finland they are the most welcome!

- Perfect collaboration. Thank you for all
- Had contact Dance Info Finland about my trip/stay in Helsinki however their initial offer to help did not translate into further assistance nor any funding to help towards my trip.
- Your international work seems very visible
- Please don't send me any newsletter (I receive too many so won't read it...sorry!). I will research myself the informations I need when appropriate. Thanks!
- Dance Info Finland is undoubtedly one of the most noticeable organisations of the kind in the international dance arena.
- Thanks for the opportunity to think of my relationship with Dance in Finland. Continued success
- We are modern dance theatre, state theatre! We would like to come in Finland with our performances and to cooperate with Finnish theatres!
- I think you are doing a great job. Kiitos paljon
- used to write on also on dance in northern Europe but presently not any more; still am glad to be kept informed by your annual magazine, thanks
- I do not want to receive anything by post!