

Auditointitutkimus kaupunginosayhdistyksen viestinnästä ja toiminnasta – tutkimuskohteena Kaukajärvisseura ry

Heli Kangas

Opinnäytetyö
Johdon assistenttityön ja kielten
koulutusohjelma
2012



Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

<p>Tekijä Heli Kangas</p>	<p>Aloitusvuosi 2008</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Auditointitutkimus kaupunginosayhdistyksen viestinnästä ja toiminnasta</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 85+8</p>
<p>Ohjaaja Tuuli Tukiainen</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä selvitys Kaukajärvisseura ry:n viestinnän ja toiminnan nykyisestä tilanteesta auditointitutkimuksen avulla. Arviointi toimii siten lähtökohtana jatkossa tehtävälle viestinnän ja toiminnan kehitystyölle, jonka pohjaksi tutkimuksessa luodaan myös muutamia konkreettisia kehitysehdotuksia.</p> <p>Kaukajärvisseura on tamperelainen kaupunginosayhdistys, joka osallistuu aktiivisesti Kaukajärven alueen kehittämiseen ja sen asukkaiden viihtyvyyden lisäämiseen. Seuran hallituksessa kuitenkin koetaan, että seuran viestintä on hieman tehotonta, ja erityisesti sähköinen viestintä on vähäisessä käytössä. Nykyinen jäsenistö koetaan passiiviseksi eikä uusia jäseniä ole helppo saada mukaan, vaikka Kaukajärven alue kasvaa jatkuvasti.</p> <p>Tutkimuksen tietoperusta liittyy yhteisöviestintään lähinnä yhdistysten näkökulmasta. Käsiteltävinä ovat muun muassa sidosryhmäviestintä, viestinnän perustehtävät, viestintätyytyväisyys ja yhteisökuva. Myös viestintäkanavilla on suuri rooli tutkimuksessa, sillä osa tutkimuksen tarkoitusta on arvioida Kaukajärvisseuran nykyisten viestintäkanavien toimivuutta sekä harkita uusien kanavien käyttöönottoa.</p> <p>Auditointitutkimus toteutettiin sekä kvalitatiivisten että kvantitatiivisten tutkimusmenetelmien avulla loka-maaliskuussa 2011–2012. Tutkimuksen empiirinen aineisto on koottu haastattelemalla seitsemää Kaukajärvisseuran hallituksen nykyistä ja entistä jäsentä sekä lähettämällä kysely postitse 265 jäsentalouteen, joista 96:lta saatiin vastaus.</p> <p>Tutkimuksessa tuli selville, että jäsenten tyytyväisyys seuran viestintään ja toimintaan on odotettua parempi, mutta paljon kehitettävääkin on. Nykyisten jäsenten keski-ikä on korkea, joten heidän tärkeäksi kokemaansa painettua viestintää on kehitettävä muun muassa lisäämällä näkyvyyttä paikallislehdessä ja julkaisemalla omaa lehteä ja tiedotetta. Seuran toivotaan kuitenkin houkuttelevan mukaan nuorempaa sukupolvea, minkä vuoksi jatkossa on panostettava myös sähköiseen viestintään esimerkiksi sähköpostitiedotteet käyttöönottamalla. Seuran nykyisessä tapahtuma- ja harrastustarjonnassa ei koeta olevan mitään turhaa, mutta erityisesti eläkeläisille tarkoitettulla säännöllisellä kerhotoiminnalla olisi kysyntää. Viestinnän ja toiminnan kehittämistoimenpiteillä pyritään jatkossa muun muassa lisäämään seuran tunnettuutta ja kasvattamaan jäsenmäärää.</p>	
<p>Asiasanat Auditointi, kaupunginosayhdistykset, organisaatioviestintä, viestintätutkimus</p>	

Degree programme in Modern Languages and Business Studies for Management Assistants

<p>Author Heli Kangas</p>	<p>Year of entry 2008</p>
<p>The title of thesis Audit of Communication and Activities in a Neighbourhood Association</p>	<p>Number of pages and appendices 85+8</p>
<p>Supervisor Tuuli Tukiainen</p>	
<p>The purpose of this thesis is to review the present situation at Kaukajärviseuura by auditing its communication and activities. This review is the starting point for future development work, which is based on concrete development ideas for communication and activities included in this study.</p> <p>Kaukajärviseuura is a neighbourhood association in Tampere. It focuses on making Kaukajärvi a pleasant neighbourhood for its habitants by actively regenerating the area and organising various activities. However, the board of the association feels that their communication is inadequate and its members are too passive. They also have difficulties in recruiting new members, even though the Kaukajärvi area is constantly growing.</p> <p>The theory of my study is related to organizational communication, mainly from the point of view of associations. The focus is on stakeholder communication and the basic functions of it, communication satisfaction and the association's image. Communication channels also play a significant role, as one purpose of the study is to review current channels used by Kaukajärviseuura and consider what new channels could be adopted.</p> <p>The audit was carried out from October 2011 to March 2012 using both qualitative and quantitative methods. Seven current and former members of the board of Kaukajärviseuura were interviewed and members in 265 households received a mail questionnaire, of which 96 responded.</p> <p>The study indicated that members were more satisfied with the association's communication and activities than had been expected, but there is still some room for improvement. Current members are generally elderly; therefore it is essential to develop printed communication, for example by increasing coverage in the local paper and by publishing their own newspaper. The use of electronic communication is currently quite inefficient, but to attract the younger generation the association should also focus on developing it by introducing e-mail newsletters, for example. Current events and leisure activities are considered necessary, but regular club activity for pensioners would especially be desired. Developing communication and activities aims at increasing both the number of members and their awareness of the association.</p>	
<p>Key words Audit, neighbourhood association, organizational communication, communication research</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen aihe	2
2.1	Tutkimuksen taustaa	2
2.2	Tutkimusprosessi ja raportin rakenne	3
3	Kaukajärvisseura ry.....	5
3.1	Edunvalvontatyö	6
3.2	Tapahtumat ja harrastukset	6
3.3	Kaukajärvi	7
4	Yhteisöviestinnän merkitys yhdistyksessä.....	9
4.1	Viestintä nykypäivänä	10
4.2	Sisäisen ja ulkoisen viestinnän integroituminen	11
4.3	Viestinnällä on useita tehtäviä ja tavoitteita	11
4.4	Viestintätyytyväisyys kuvaa viestinnän onnistuneisuutta	14
4.5	Imagon eli yhteisökuvan merkitys.....	15
4.6	Vuorovaikutus syntyy monisuuntaisesta dialogista	17
4.7	Hyvän viestinnän periaatteet.....	18
4.8	Yhdistyksen sidosryhmäviestintä	19
4.8.1	Sidos- ja tiedottamisryhmät.....	19
4.8.2	Sidosryhmäviestinnän tavoitteet, sisällöt ja keinot.....	21
5	Yhdistys viestii useiden eri kanavien kautta.....	23
5.1	Verkkoviestinnän mahdollisuudet.....	23
5.1.1	Verkkosivut	24
5.1.2	Sähköposti	25
5.1.3	Sosiaalinen media.....	26
5.2	Painettu viestintä tehokkaana viestintämuotona	27
5.2.1	Paikallislehdet.....	27
5.2.2	Tiedote ja kirje	28
5.2.3	Sidosryhmälehti.....	29
5.2.4	Esitteet ja muut julkaisut	31
5.3	Muut viestintäkanavat.....	31
6	Arvioinnista viestinnän kehittämiseen.....	34

6.1	Arvioinnin tulee olla jatkuva prosessi.....	34
6.1.1	Auditointi.....	34
6.1.2	Viestinnän arvioinnin dynaaminen sykli.....	35
6.2	Suunnittelulla tehokkuutta viestintään.....	36
7	Tutkimusaineiston hankintatapa ja analyysimenetelmä.....	38
7.1	Teemahaastattelu.....	38
7.1.1	Haastattelujen toteuttaminen ja analysointi.....	39
7.2	Survey-tutkimus.....	40
7.2.1	Kyselylomakkeen laatiminen.....	41
7.2.2	Kyselyn toteuttaminen ja analysointi.....	43
8	Tutkimusaineiston tulokset.....	44
8.1	Esitutkimus.....	44
8.2	Teemahaastattelu – hallituksen näkökulma.....	44
8.2.1	Ongelmakohdat ja haasteet.....	45
8.2.2	Tyytyväisyyden aiheet.....	47
8.2.3	Kaukajärvisseuran viestintä.....	48
8.2.4	Kaukajärvisseuran toiminta.....	50
8.2.5	Kaukajärvisseuran yhteisökuva.....	51
8.2.6	Kehityskohteet.....	52
8.3	Kysely – jäsenten näkökulma.....	54
8.3.1	Kaukajärvisseuran viestintä.....	54
8.3.2	Kaukajärvisseuran toiminta.....	58
8.3.3	Kaukajärvisseuran yhteisökuva.....	61
8.4	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti.....	61
9	Yhteenveto tutkimustuloksista.....	63
10	Viestinnän ja toiminnan kehitysehdotuksia.....	69
10.1	Pitkän aikavälin tavoitteet.....	70
10.2	Lyhyen aikavälin tavoitteet.....	76
11	Pohdinta.....	80
	Lähteet.....	83
	Liitteet.....	86
	Liite 1. Teemahaastattelun runko.....	86
	Liite 2. Kyselylomake.....	88

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tutustua tamperelaiseen kaupunginosayhdistys Kaukajärviselura ry:hyn ja arvioida sen toimintaa ja viestintää auditointitutkimuksen avulla. Idea kyseiseen aiheeseen syntyi huomattuani, etten aluksi löytänyt seuralle varsinaisia omia kotisivuja ja siitä, etten itsekään kunnolla tunne seuraa, vaikka olen kotoisin Tampereen Kaukajärveltä ja äitini on seuran hallituksessa. Opinnäytetyön tarpeellisuus varmentui ehdotettuani ideaa kahdelle Kaukajärviseluran hallituksen jäsenelle, seuran puheenjohtaja Pia Vastamäelle ja Päivi Kankaalle, joiden mukaan seurassa on jo pitkään tiedostettu viestinnän puutteellisuus ja jäsenten passiivisuus.

Opinnäytetyöni pääteemana on viestinnän arviointi, mutta tarkoitukseni on lisäksi arvioida seuran toimintaa yleisesti ja pohjustaa arvioinnin jälkeistä suunnittelu- ja kehitysprosessia. Tutkimukseni tavoitteena on saada kattava kuva Kaukajärviseluran nykytilanteesta ja jäsenten mielipiteistä ja toiveista, sekä antaa eväitä toiminnan kehittämiseen ja viestinnän tehostamiseen seuran hallituksen ja muiden jäsenten välillä. Pidempiaikaisena tavoitteena on saada seuraa tunnetummaksi ja houkuttelemaan uusia jäseniä jatkuvasti kasvavalla Kaukajärven alueella, jotta seuran toiminta jatkuisi virkeänä ja monipuolisena. Seuran hallituksen jäsenten panostus ei yksin riitä takaamaan seuran aktiivista toimintaa, vaan muitakin jäseniä ja alueen asukkaita on saatava innostettua mukaan. Henkilökohtaisena tavoitteenani on kehittää yhteisöviestinnän tietojani ja tutkimustaitojani sekä suorittaa tutkimus siten, että Kaukajärviselura kokisi hyötyvän sen tuloksista.

Opinnäytetyössäni yhdistyy sekä kvalitatiivinen että kvantitatiivinen tutkimus, sillä käytän tutkimusmenetelminä haastattelua ja kyselyä. Lähdän aluksi arvioimaan Kaukajärviseluran nykyistä tilannetta viestinnän ja toiminnan osalta haastattelemalla muutamia seuran hallituksen nykyisiä ja entisiä jäseniä. Lähetän lisäksi kyselyn seuran jäsentalouksiin ja tulosten yhteenvedon pohjalta teen lopuksi muutamia ehdotuksia seuran viestinnän ja toiminnan kehittämiseksi.

Kaukajärviselurassa ei ole aiemmin tehty vastaavanlaisia tutkimuksia, joten opinnäytetyö seuran viestinnän ja toiminnan arvioinnista tulee tarpeeseen.

2 Tutkimuksen aihe

Tutkimuksen kohteena on tamperelainen kaupunginosayhdistys Kaukajärviselä, jonka viestintää ja toimintaa arvioidaan auditointitutkimuksen avulla. Tutkimuksen pääpaino on viestinnän arvioinnissa, mutta tarkoituksena on myös luoda pohjaa yhdistyksen toiminnan yleiselle kehittämiselle muun muassa tapahtumatarjonnan osalta.

Tutkimuksen ydinkysymyksenä on:

- Millaisena Kaukajärviselän viestintä ja toiminta koetaan sekä seuran hallituksen että jäsenten näkökulmasta?

Arvioinnin kohteena ovat erityisesti seuran käyttämät viestintäkanavat, tyytyväisyys viestintään, seuran yhteisokuva sekä nykyiset tapahtumat ja muu seuran tarjoama toiminta. Tutkimus tehdään sekä hallituksen jäsenten että rivijäsenten näkökulmasta, jotta nähdään, eroavatko heidän näkemyksensä toisistaan.

Tutkimuksen lopullisena päämääränä on saada selkeä käsitys Kaukajärviselän nykytilanteesta, jonka pohjalta voidaan lähteä kehittämään viestintää ja toimintaa siten, että seura pystyisi palvelemaan jäseniään entistä paremmin. Tutkimuksen myötä seurassa saatetaan esimerkiksi ottaa käyttöön uusia viestintäkanavia, kehittää vanhoja kanavia tai järjestää uudenlaista toimintaa riippuen siitä, millaisia toiveita seuran jäsenistöllä on.

2.1 Tutkimuksen taustaa

Ennen tutkimuksen aloittamista keskustelin kahden Kaukajärviselän hallituksen jäsenen, puheenjohtaja Pia Vastamäen ja Päivi Kankaan kanssa saadakseni alustavan käsityksen seuran nykyisestä tilanteesta ja asioista, joita opinnäytetyössä toivottiin tutkittavan ja kehitettävän. Heidän mielestään hallituksen sisäinen viestintä toimii hyvin, mutta ongelmana on lähinnä riittämätön viestintä seuran muille jäsenille. Kaukajärveläiset eivät edes seuran omat jäsenet tunnu olevan aina perillä siitä, mitä Kaukajärvellä ja Kaukajärviselässä tapahtuu. Seuran jäseniä tulisi saada aktivoitua osallistumaan seuran toimintaan enemmän, sillä huolestuttavaa on, ettei noin 400 jäsenestä osallistu seuran

vuosikokoukseen kuin noin parikymmentä. Seurassa ollaan huolestuneita myös sen kutistumisesta; vanhoja jäseniä jää pois, mutta uusia ei tule tilalle. Esimerkiksi vuonna 1995 seurassa on ollut jäseniä noin 800, kun nykyään jäsenluku on vain puolet siitä. Samassa ajassa Kaukajärven väkiluku on kasvanut noin 2 000:lla. Erityisesti seuraan toivotaan nuorempaa väkeä, joilla voisi olla myös uusia ideoita. (Kangas, P. 30.9.2011; Riihonen 1995, 69, 109; Vastamäki, P. 2.10.2011.)

Tutkin myös vanhaa leikekirjaa Kaukajärven liittyvistä artikkeleista ja totesin, että erityisesti 70-luvulla, Kaukajärven ollessa vielä melko uusi asuinalue, Kaukajärviselä eli kukoistuskauttaan nykyhetken verrattuna. Tapahtumia järjestettiin paljon ja ihmiset myös osallistuivat niihin innolla. Tapahtumia puitiin jälkeempään humoristiseen sävyyn viikoittain ilmestyneessä Kaukajärven Uutiset -lehdessä, jossa kerrottiin paljon ajankoh-
taisia asioita Kaukajärvestä ja Kaukajärviselästä. Tuohon aikaan yhteisöllisyys vaikutti aivan erilaiselta kuin nykyään; luultavasti väkiluvun kasvaminen 1975-luvun 5 500:stä nykyiseen yli 10 000:een ja elämänrytmin muuttuminen kiireisemmäksi on vaikuttanut siihen, etteivät kaukajärveläiset enää tunne toisiaan eivätkä vaivaudu ottamaan kantaa yhteisiin asioihin ja osallistumaan tapahtumiin (Riihonen 1995, 69).

2.2 Tutkimusprosessi ja raportin rakenne

Tutkimusmenetelminä käytän teemahaastatteluja ja survey-tutkimusta, joiden aineistojen sekä aiheeseen liittyvän teorian pohjalta arvioin seuran nykyistä tilannetta ja pyrin löytämään muutamia konkreettisia kehitysideoita Kaukajärviselän viestinnän ja toiminnan kehittämiseksi. Tutkimus lähtee liikkeelle haastattelemalla seuran aktiivijäseniä, eli muutamia nykyisiä ja entisiä hallituksen jäseniä. Haastattelun avulla selvitetään muun muassa seuran viestinnän ja toiminnan ongelmakohdat ja haasteet, positiiviset asiat ja tulevaisuuden kehitystoiveet. Haastattelun pohjalta tehdään kysely seuran jäsenille, jotta nähdään, kuinka hyvin heidän mielipiteensä kohtaavat seuran hallituksen kanssa sekä saadaan selville jäsenten odotukset. Kysely toimii tietynlaisena sidosryhmäanalyysinä, jolla opitaan tuntemaan seuran jäsenet ja heidän tarpeensa paremmin.

Tutkimusraporttini lähtee liikkeelle toimeksiantajan eli Kaukajärviselä ry:n ja sen toimintalueen eli Kaukajärven kaupunginosan esittelyllä. Tutkimuksen tietoperustaa taust-

toittavat luvut 4 ja 5, jotka liittyvät olennaisesti tutkimuksessa arvioitaviin asioihin, kuten viestintätäytyväisyyteen, yhteisökuvaan, viestintäkanaviin ja sidosryhmäviestintään, joka kattaa kaiken seurasta ulospäin lähtevän viestinnän. Luku 6 käsittelee viestinnän arviointiprosessia ja auditointia, johon opinnäytetyöni suurelta osin perustuu. Kyseisessä luvussa kerron lyhyesti myös viestinnän suunnittelusta ja kehittämisestä, joka on seuraava askel viestinnän arvioinnista eteenpäin. Tietoperustan laatimisessa käytän apuna oivalluttavaa perinteistä rakennemallia, jossa tietoperusta ei ole vain yleistä teoriaa, vaan sitä sovelletaan monelta osin omaan tutkimukseeni sopivaksi (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2010, 31).

Varsinaisessa tutkimusosuudessa esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmät, niiden käytännön toteutuksen ja tutkimuksen tulokset. Lopuksi sovellan yhteen tuloksia, tietoperustaa ja omia kokemuksiani ja havaintojani tekemällä yhteenvedon tutkimustuloksista ja joitakin kehitysehdotuksia Kaukajärviseuran viestinnän ja toiminnan parantamiseksi. Loppupohdinnoissa reflektoin tutkimusta ja sen onnistumista kokonaisuudessaan ja kerron jatkotoimenpide-ehdotukseni. Opinnäytetyön liitteistä löytyvät tutkimuksissa apuna käytetyt teemahaastattelun kysymykset ja kyselylomake.

3 Kaukajärvisseura ry

Kaukajärvisseura ry on kaupunginosayhdistys, jonka toimialueena on Kaukajärven kaupunginosa Tampereella. Yhdistys perustettiin vuonna 1971, jolloin Kaukajärvi kaupunginosa oli uusi ja täynnä uudisasukkaita. Seuran tarkoituksena oli tutustuttaa heitä toisiinsa järjestämällä paljon vapaa-ajan toimintaa ja olla mukana luomassa palveluita kehittyvälle asuinalueelle. Nykyään yhdistyksen toimintaan kuuluu julkaisu- ja tiedotustoiminnan harjoittaminen, aloitteiden ja esitysten tekeminen, lausuntojen antaminen sekä erilaisten tapahtumien ja vapaa-ajan aktiviteettien järjestäminen. Kaukajärvisseuran toiminta-ajatuksena (Mansetori 2011a) on alueensa

- henkinen ja aineellinen kehittäminen
- asukkaiden kotiseututuntemuksen edistäminen
- yhteenkuuluvaisuuden tunteen ja viihtyvyyden lisääminen.

Kaukajärvisseura pohti strategiapalaverissaan vuonna 2008 seuran missiota, joka kiteytettiin seuraavaan lauseeseen: ”Aloitteellinen ja alueen asukkaita yhdistävä yhteistyöfoorumi, joka edistää alueen asumisviihtyisyyttä ja arvokkaan luontomme säilyttämistä” (Kangas, P. 30.9.2011; Vuorinen, L. 24.4.2012).

Yhdistyksessä on mukana noin 400 jäsentä (Kaukajärvisseura 2011). Yhdistyksen jäseniksi voivat kuuden euron vuosittaisella jäsenmaksulla liittyä kaukajärveläiset tai muut Kaukajärvestä ja seuran toiminnasta kiinnostuneet henkilöt tai yhteisöt, jotka kannattavat edellä mainittua toiminta-ajatusta. Yhdistyksen toimintaa ohjaa noin 10 kertaa vuodessa kokoontuva hallitus, johon kuuluvat puheenjohtaja, sihteeri, rahastonhoitaja, kassanhoitaja ja yhdeksän muuta jäsentä. Näiden 13 varsinaisen jäsenen lisäksi hallitukseen kuuluu kaksi varajäsentä, joista toinen toimii myös varapuheenjohtajana. Lisäksi seuran jäsenrekisteriä ylläpitää hallituksen ulkopuolinen jäsenkirjuri. Seuran hallituksen vastuulla on hoitaa seuran asiat, järjestää tapahtumia, toimia edunvalvojana sekä viestiä ajankohtaisista asioista. (Mansetori 2011a; Vuorinen, L. 24.4.2012.) Seuran käyttämät viestintäkanavat on esitelty luvussa 5 ja sidosryhmät luvussa 4.8.

3.1 Edunvalvontatyö

Yksi kaupunginosayhdistyksen tärkeimmistä tehtävistä on ajaa alueensa ja sen asukkaiden etua. Alueen kehittäminen vaikuttaa erityisesti asumisviihtyvyyteen ja pitää alueen elinvoimaisena. Kaupunginosayhdistykset tekevät aloitteita ja lausuntoja sekä ottavat kantaa muun muassa kaavoitusasioihin ja muihin asioihin, joilla on vaikutusta asukkaiden elämään joko negatiivisesti tai positiivisesti. Edunvalvontatyössä on tärkeää ylläpitää hyviä suhteita yhteiskunnallisiin päättäjiin, mikä edesauttaa tiedonvaihtoa puolin ja toisin.

Yli 40-vuotisen historiansa aikana Kaukajärvisseura on toiminut aktiivisena Kaukajärven kehittäjänä ja ollut mukana vaikuttamassa muun muassa ulkoilureittien ja rantojen käyttöön, linja-autoreitteihin ja erilaisiin rakennushankkeisiin (Kostiainen 2011). Tärkeimpiä rakennushankkeita ovat olleet muun muassa Kaukajärven ensimmäisen koulun rakentaminen, sosiaali- ja terveysaseman saaminen Kaukajärvelle sekä kirjaston laajennushanke. Viime vuosina seura on vaikuttanut erityisesti ympäristöasioihin ja ottanut kantaa muun muassa läheisen jätteenkäsittelylaitoksen laajennushankkeen ympäristövaikutusten arviointiin ja runsaasta sorsien ruokinnasta syntyneeseen ongelmaan (Kaukajärvisseura 2011).

Tehokkaan edunvalvontatyön ovat varmistaneet seuran hyvät suhteet kaupungin päättäjiin – Kaukajärvellä on aina asunut useita tamperelaisia kaupunginvaltuutettuja ja seuran nykyisen puheenjohtajan edeltäjä toimii tällä hetkellä Tampereen apulaispormestarina. Kaukajärvisseurasta on jäseniä mukana myös Kaakkois-Alvarissa, joka on yhteistyöelin kaupungin ja kaakkoistamperelaisten asukkaiden välillä.

3.2 Tapahtumat ja harrastukset

Toinen Kaukajärvisseuran tärkeistä tehtävistä on asukkaiden viihtyvyyden vaikuttaminen erilaisia aktiviteetteja ja tapahtumia järjestämällä. Ne tuovat asukkaita yhteen ja luovat yhteisöllisyyden tunnetta. Tapahtumat ovat melko näkyvä osa yhdistyksen toimintaa ja toimivat yhdistyksen tunnettuuden lisääjinä ja uusien jäsenten houkuttelijoina. Tapahtumat ovat myös erinomainen kohtaamispaikka yhdistyksen johtohenkilöille ja rivijäsenistölle luoden vuorovaikutusta heidän välilleen.

Kaukajärvisseura on järjestänyt erityisesti alkuaikoinaan paljon erilaisia tapahtumia, kuten urheilutapahtumia, rusettiluistelua, nuorten diskoiltoja, lastentapahtumia ja konsertteja (Kostiainen 2011). Nykyisin tapahtumien tarjonta ja osallistujamäärät ovat vähentyneet ja seura keskittyy lähinnä muutamaankin perinteiseen, vuosittaiseen tapahtumaan: Talviturkinkastajaisiin, Haiharan talvipäiviin ja Nappulahiihtoihin. Kaukajärvisseura järjestää suurempia tapahtumia usein yhdessä alueen muiden yhdistysten kanssa. Syksyisin seura järjestää myös kotiseutukävelyitä, joiden tarkoituksena on tutustuttaa ihmisiä Kaukajärveen oppaan johdolla.

Seura tarjoaa jäsenilleen ja Kaukajärven asukkaille myös harrastusmahdollisuuksia ympäri vuoden. Talvisin seura ylläpitää Kaukajärven talviuintipaikkaa avantouimareiden iloksi ja lukupiiri kokoontuu kerran kuukaudessa Kaukajärven kirjastossa. Ympäri vuoden seuralla on viikoittaiset lentopallovuorot niin miehille kuin naisille, minkä lisäksi kesällä voi harrastaa myös jalkapalloa Kaukajärven urheilukentällä. Kesäisin seura vuokraa Riihiniemen rannalla kolmea soutuvenettä joko muutamaksi tunniksi tai koko viikonlopun ajaksi. Rannalla toimii myös seuran omistuksessa oleva kesäkioski, jonka pyörittämisen lisäksi kioskinpitäjä hoitaa venevuokrauksen ja huolehtii omalta osaltaan rannan siisteydestä. Seuran jäsenten on myös mahdollista hyödyntää ilmaiseksi seuran vuokraamaa Aitolahden kesäsaunaa, joka sijaitsee 12 kilometrin päässä Kaukajärveltä Näsijärven rannalla. Kesäsauna on ainoa vain seuran jäsenille tarkoitettu harrastusmahdollisuus, minkä lisäksi myös talviuintimaksut ovat jäsenille edullisempia – muiden harrastusmahdollisuudet ovat kaikkien käytettävissä. Seurassa toimii myös välinevuokraus, jonka kautta voi vuokrata käyttöönsä esimerkiksi kaasugrillin, kahvitarjoilulaitteen tai teltan tapahtumia varten. (Kaukajärvisseura 2011; Mansetori 2011a; Vuorinen, L. 24.4.2012.)

3.3 Kaukajärvi

Kaukajärvi on Tampereen vanhin lähiö, jonka historia ulottuu 1960-luvulle. Vuonna 1965 rakennettiin ensimmäiset asuintalot Kaukajärvi-nimisen järven rannalle, minkä jälkeen alueelle perustettiin nopeasti monia palveluita, kuten pankki, posti, neuvola, kauppoja ja koulu – osittain Kaukajärvisseuran ansiosta. Alueelta on kuitenkin havaittu ensimmäisiä elämisen merkkejä jo viikinkiajalta, jolloin pieni yhteisö eli alueella metsäs-

täen, kalastaen ja maata viljellen. Kaukajärveä on myös kutsuttu maisemalliseksi helmeksi, sillä alueelta löytyy paljon kaunista luontoa, kuten järvi, lampia ja vehreitä niittyjä ja metsiä. Jääkausi muovasi aikoinaan Kaukajärven maastoa ja synnytti aluetta halkovan Vilusharjun, järven ja laakson. Aiemmasta vuorijonosta on peräisin eräs Tampereen luonnonnähtävyyksistä, äkkijyrkkä Hikivuori. (Riihonen 1995, 11–15, 20–21, 68.)

Kaukajärven ”sydämenä” toimii Haiharan kartanon alue, joka syntyi 1800-luvulla yhdistämällä Haiharan kylän kolme tilaa. Alueelta löytyvät muun muassa suuri päärakennus, väentupa, talli, järvelle johtava upea koivukuja sekä Runebergin mökki, jossa Suomen kansallisrunoilija Johan Ludvig Runeberg vietti kesän vuonna 1834. Nykyään Haiharan kartanon alue toimii Tampereen kaupungin kulttuuripalveluiden hallinnoimana taidekeskuksena, josta löytyy muun muassa nukketeatteri ja kesäkahvila. Alueella järjestetään ympäri vuoden näyttelyitä, myyjäisiä, konsertteja, taidekursseja ja muita tapahtumia, joissa myös Kaukajärvisseura on ajoittain mukana. (Riihonen 1995, 32–33; Tampereen kaupunki 2011.)

Kaukajärven ulkoilumahdollisuudet ovat erinomaiset muun muassa lenkkipolkujen, urheilukenttien, salibandy- ja jäähallin sekä suuren vapaa-aikatalon ansiosta. Kaukajärven soutu- ja melontastadion on yksi maailman parhaista, ja siellä onkin järjestetty useita kansainvälisiä kilpailuja, kuten soudun MM-kisat vuonna 1995 ja melonnan MM-kisat vuosina 1973 ja 1983. (Riihonen 1995, 86, 88.)

2000-luvulla kaupunginosan väkiluku on kasvanut nopeasti, kun uudet kerrostalot ovat täyttäneet Kaukajärven keskustan. Kaukajärvi onkin hyvin kerrostalovaltaista aluetta. Asukkaat ovat kuitenkin alkaneet huolestua palveluiden katoamisesta, sillä pankki ja toinen ruokakauppa on lopetettu ja syksyllä 2011 ilmoitettiin myös postin lakkautusuhasta. Jäljelle uhkaavat jäädä vain useat pizzeriat ja anniskeluravintolat. Osasyypalveluiden katoamiseen on se, että ihmiset asioivat yhä enemmän Tampereen keskustassa ja tekevät ruokaostoksensa pienten lähikauppojen sijaan kauempana sijaitsevilla suurissa marketeissa. Vuonna 2009 Kaukajärven väkiluku oli 10 754 (Tampereen kaupunki 2010, 34).

4 Yhteisöviestinnän merkitys yhdistyksessä

Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan ”kaikkea sitä tiedonvaihiantaa, vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä, joka syntyy organisaatioiden sisällä ja niiden käydessä vuoropuhelua ympäristönsä ja sidosryhmiensä kanssa” (Juholin 2009, 21). Yhteisöviestintä onkin tärkeässä asemassa yhdistyksissä, sillä se tukee kaikkea toimintaa, luo vuoropuhelua ja on perusedellytys toimivalle, aktiiviselle yhdistykselle. Viestinnän avulla yhdistys kertoo itsestään ja toiminnastaan ihmisille, hankkii uusia jäseniä, informoi nykyisiä jäseniä ja yhteistyökumppaneita sekä rakentaa itsestään halutunlaista yhteisökuvaa. Toimiva, avoin viestintä luo lisäksi sidosryhmien luottamusta yhdistykseen ja sen johtohenkilöihin ja sitouttaa jäsenet tiiviimmin mukaan toimintaan. Kaiken tämän aikaansaamiseksi on varmistettava tiedon sujuva kulku oikeita kanavia pitkin oikeille kohderyhmille – riittävän usein ja oikeaan aikaan. Lisäksi, niin viestinnän kuin toiminnan jatkuva kehittäminen on tärkeää, sillä yhdistyksen toiminta ja viestintä kulkevat yleensä käsi kädessä. Ilman toimintaa ei voi olla viestintää, mutta usein ongelmana yhdistyksissä onkin se, kuinka toimintasuunnitelmasta saadaan viestittyä ihmisille.

Tämä luku alkaa johdatuksella siihen, mikä viestinnän rooli ja merkitys on nykypäivänä ja miksi yhdistykset viestivät. Viestinnän eri tehtävien tiedostaminen on olennaista, jotta viestintää pystytään tehokkaasti hyödyntämään yhdistyksen tai muun organisaation eri toiminnoissa. Esittelen lisäksi muita tutkimukseni kannalta tärkeitä yhteisöviestinnän käsitteitä, kuten viestintätyytyväisyys, imago eli yhteisokuva ja vuorovaikutus, joihin voidaan vaikuttaa noudattamalla luvusta 4.7 löytyviä hyvän viestinnän periaatteita. Viestintätyytyväisyyttä ja yhteisökuvaa selvitän sen vuoksi, että ne kertovat paljon Kaukajärviseuran nykytilasta ja ohjaavat kehittämään seuran viestintää ja toimintaa parempaan suuntaan. Vuorovaikutuksen käsite tuli tietoperustaan mukaan vasta myöhemmässä vaiheessa, sillä vuorovaikutuksen kehittäminen osoittautui haastattelutulosten perusteella hyvin tärkeäksi asiaksi. Nykyään sisäinen ja ulkoinen viestintä ovat yhä yhteneväisemmät toistensa kanssa, kuten luvusta 4.2 käy ilmi, joten en koe tarpeelliseksi eritellä niitä tutkimuksessani liikaa. Yhteisöviestinnän laajasta kentästä valitsinkin lisäksi tarkemmin esiteltäviksi sidosryhmäviestinnän ja sen kanavat, jotka molemmat kattavat niin sisäistä kuin ulkoista viestintää eli yhdistyksen viestintätoimintaa kaikille sidosryhmille.

4.1 Viestintä nykypäivänä

Viestintä-sana tulee sanasta ”vest”, joka on venäjän kieltä ja tarkoittaa sanomaa, tietoa, huhua tai uutista. Sanan latinankielinen vastine on ”communicare”, joka puolestaan tarkoittaa yhdessä tekemistä. Viestintä voidaankin näiden termien mukaan nähdä yhteisenä ja yhteisöllisyyttä luovana tiedonvaihtona. 1950-luvulla viestintää kuvattiin lääke-ruiskumallin avulla, jonka mukaan viestintä nähtiin yhdensuuntaisena prosessina. Siinä viestin koettiin menneen perille kun se oli lähetetty, ja vastaanottajien myös oletettiin ymmärtävän ja omaksuvan viestin sellaisenaan. Ennen viestinnästä puhuttaessa käytettiin käsitteitä tiedotus, tiedottaminen ja tiedotustoiminta, jotka korostavat yhdensuuntaisuutta ja vain yhteisön omista tarpeista lähtevää viestintää. (Juholin 2009, 20–21, 35.)

Nykypäivänä viestinnän käsite nähdään kaksisuuntaisena viestintänä, jossa ei ole vain lähettäjä vaan myös vastaanottaja sekä heidän välilleen syntynyt vuorovaikutus. Lähetetyt viestit eivät välttämättä saavuta vastaanottajaa tai tule ymmärretyiksi, sillä jokainen ihminen tulkitsee vastaanottamansa viestit eri tavoin. Vastaanottaja saattaa myös tietoisesti torjua tai jättää huomioimatta vastaanottamansa viestin esimerkiksi sen vuoksi, ettei organisaatio ole tarpeeksi kiinnostava. Nykyään myös tiedotus-käsitteen käyttö on vähentynyt sen yksipuolisuuden vuoksi ja sen tilalla käytetään käsitettä viestintä. Viestintää ei kuitenkaan ole mahdollista kontrolloida täysin, sillä oman toiminnan lisäksi siihen vaikuttavat toimintaympäristö ja olosuhteet. (Juholin 2009, 21–22.) Viestintää harjoitetaan monissa eri muodoissa: kasvotusten tai sähköisten tai painettujen viestintäkanavien kautta, sanattomasti tai sanallisesti, suurelle joukolle tai vain yhdelle ihmiselle kerrallaan.

Kaikissa organisaatioissa, myös yhdistyksissä, on yhä enemmän alettu ymmärtää viestinnän tärkeys osana niiden toimintaa. Ilman toimivaa viestintää yhdistyksen on hankala pitää yllä vuorovaikutusta sidosryhmien kesken, sitouttaa ja hankkia jäseniä tai toteuttaa omaa toiminta-ajatustaan. Yhdistysten on myös mukautettava viestintäänsä uusien viestintämuotojen syntyessä, mistä hyvänä esimerkkinä on nykyviestinnän kuuma sana: sosiaalinen media.

4.2 Sisäisen ja ulkoisen viestinnän integroituminen

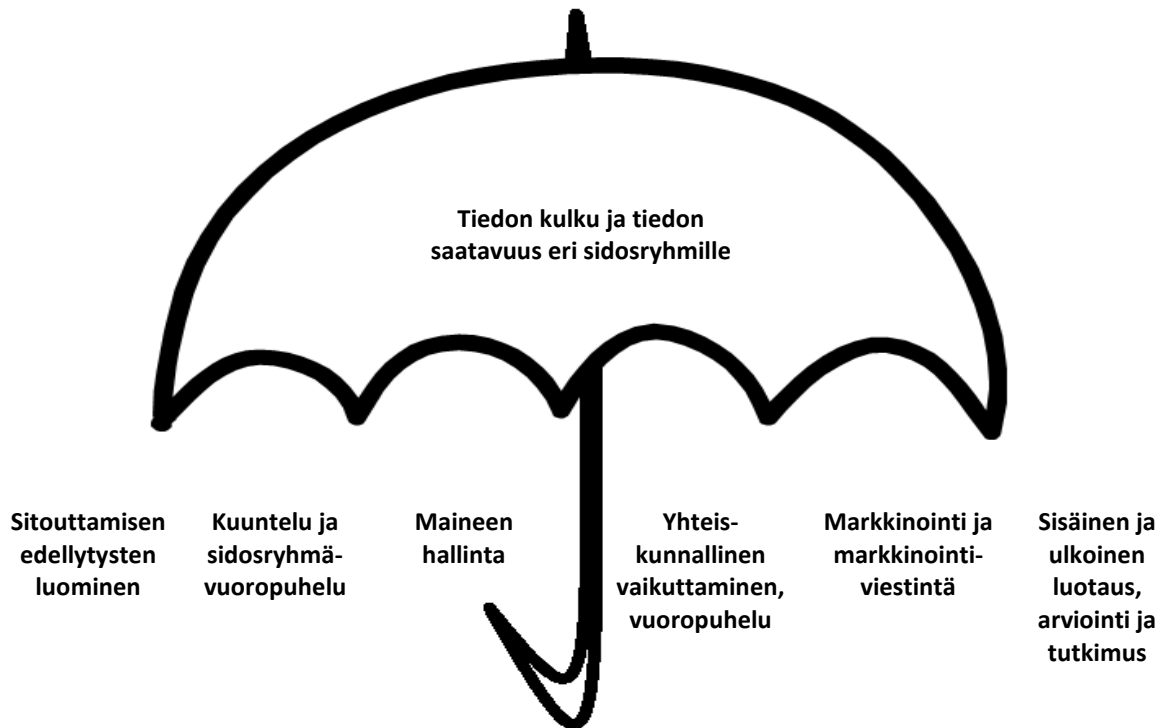
Yhteisöviestintä on perinteisesti jakautunut sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisäisen viestinnän kohderyhmänä on organisaation henkilöstö tai yhdistyksen jäsenistö, jota informoidaan, sitoutetaan, perehdytetään ja kuunnellaan viestinnän avulla. Ulkoinen viestintä on puolestaan yhteisöstä ulospäin lähtevää viestintää, joka on kohdistettu esimerkiksi asiakkaille, yhteistyökumppaneille, joukkoviestimille ja muille sidosryhmille. Ulkoisen viestinnän ei tule olla vain yksisuuntaista tiedottamista, vaan molemminpuolista yhteydenpitoa ja vuorovaikutuksen luomista sekä jatkuvaa yhteisökuvan rakentamista (Tukiainen 2000, 49).

Sisäisen ja ulkoisen viestinnän välinen rajaviiva on kuitenkin nykyään yhä häilyvämpi. Ne ovat integroitumassa yhtenäiseksi kokonaisviestinnän kentäksi muun muassa sen vuoksi, että organisaatiot ovat muuttuneet sosiaalisiksi yhteisöiksi ja julkinen diskurssi on lisääntynyt. Uusi viestintäteknologia on myös murtanut sisäisen ja ulkoisen viestinnän rajan ja pakottanut yhteisöt interaktiivisiksi. Viestintä nähdään nykyään myös entistä enemmän dialogina niin yhteisön sisällä kuin ulkopuolellakin. Dialogin yleistyttyä ja tultua julkisemmaksi organisaatiot muuttuvat sisältäpäin avoimemmiksi, minkä ylläpitämiseksi organisaatioiden on itse luotava keskusteluteemoja organisaation ulkopuolelle. Keskusteluteemat luodaan ja käsitellään ensin organisaation sisällä, mikä vaatii toimivaa sisäistä kommunikaatiota ja avointa viestintää. (Tukiainen 2000, 52–55.)

Kaukajärvisseura on hyvä esimerkki yhdistyksestä, jossa sisäisen ja ulkoisen viestinnän välinen raja on kuin veteen piirretty viiva. Esimerkiksi tapahtumaviestintä on yleensä suunnattu samassa muodossa sekä yhdistyksen jäsenille että yhdistyksen ulkopuolisille ihmisille, vaikka kyseessä onkin perinteisen jaottelun mukaan erilliset sisäisen ja ulkoisen viestinnän kohderyhmät. Aiheesta on kerrottu lisää luvussa 4.8.

4.3 Viestinnällä on useita tehtäviä ja tavoitteita

Yhdistyksen on itse määriteltävä viestinnän tehtävänsä ja pohtia, miksi sen viestintätoiminto on olemassa, mihin se tarvitsee viestintää ja mitä tehtäviä ja tavoitteita se viestinnälleen asettaa. Seuraavassa sateenvarjomallissa (kuvio 1) on esiteltyinä pelkistetysti yhteisöviestinnän seitsemän perustehtävää. (Juholin 2006, 48–49.)



Kuvio 1. Yhteisöviestinnän perustehtäviä (Juholin 2006, 49)

Sateenvarjon alla olevien viestinnän perustehtävien rooli ja painoarvo vaihtelevat organisaation eri kehitysvaiheiden, tilanteiden ja ajankohdan mukaan (kuvio 1). Painottamalla esimerkiksi yhteiskunnallista vuoropuhelua voidaan organisaatio nähdä aktiivisena yhteiskunnallisena vaikuttajana. Tiedon kulun ja saatavuuden tavoitteena on tarpeellisen tiedon tarjoaminen ihmisille siten, että se on helposti saatavilla ja löydettävissä. Organisaation täytyy pyrkiä tasapainottamaan tiedon kysyntä ja tarjonta, mikä ei ole helppoa, sillä tietoa on helposti tarjolla liikaa tai liian vähän, ja se voi olla laadultaan vaihtelevaa tai tarpeetonta tietoa. (Juholin 2006, 47–49.)

Merkittävä sisäisen viestinnän tehtävä on sitouttaa organisaation jäsenet työhönsä, yhteisöönsä ja sen tavoitteisiin selvittämällä heille, minkä vuoksi yhteisö on olemassa, mikä on sen nykyinen tilanne, mihin se pyrkii ja mikä on heidän oma roolinsa organisaatiossa. Sitoutunut ihminen tuntee kuuluvansa yhteisöönsä ja on motivoitunut toimimaan sen parhaaksi. Viestintä auttaa myös yhteisön uusia jäseniä perehtymään yhteisön toimintaan ja tavoitteisiin. (Juholin 2006, 38–39.)

Viestintä on myös keino kuunnella ja toimia vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa. Yhteisöllä on ensisijaisesti tarve kertoa muille itsestään, mutta yhtä tärkeää on kuunnella-

la, keskustella ja olla vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa. Mitä paremmin yhteisö tuntee sidosryhmänsä ja heidän toiveensa ja tarpeensa, sitä paremmin se menestyy. Toimiva vuorovaikutus voi synnyttää myös uusia ideoita sidosryhmien suunnalta ja antaa heille mahdollisuuden vaikuttaa yhteisön asioihin. (Juholin 2006, 35–36.)

Profilointi, imagon eli yhteisökuvan rakentaminen ja maineen hallinta eivät onnistu ilman toimivaa viestintää. Profiloinnilla tarkoitetaan tiettyyn mielikuvaan pyrkimistä yhteisön omalla tietoisella ja tavoitteellisella toiminnalla, ja yhteisökuvan rakentaminen tapahtuu toimimalla moitteettomasti ja viestimällä tästä hyvästä toiminnasta. Yhteisökuva nähdään enemmän visuaalisena kokonaisuutena, kun taas maineessa korostuvat todelliset teot. Hyvää mainetta pidetään yllä olemalla vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa ja toimimalla heidän odotustensa mukaisesti. (Juholin 2006, 41.) Yhteisökuvasta on kerrottu tarkemmin luvussa 4.5.

Yhteiskunnallinen vaikuttaminen on tullut merkittäväksi osaksi nykypäivän organisaatioita. Niillä on halua vaikuttaa ympäristöönsä esimerkiksi osallistumalla kuntien hankkeisiin – toimiihan yhteiskunnallisiin asioihin vaikuttaminen myös organisaation maineen kohottajana. (Juholin 2006, 43.) Organisaatioiden kokonaisviestinnässä tulisi olla yhtenä osana lobbaus, joka Miia Jaatisen (1999, 43) mukaan on aloitteellista keskustelua ja tiedonvaihtoa yhteiskunnallisten päättäjien kanssa sekä pyrkimystä yhteiskunnallisiin asioihin vaikuttamiseen. Myös markkinointi on tiiviisti kytköksissä viestintään. Markkinointiviestintä on tärkeä osa organisaatioiden toimintaa ja sillä vaikutetaan tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuuteen sekä kysyntään esimerkiksi promootioita, kampanjointia ja sponsorointia hyväksikäyttäen. (Juholin 2006, 43–44.)

Kaikkien näiden edellä esiteltyjen viestinnän perustehtävien lisäksi viestintää käytetään apuna organisaation sisäisessä ja ulkoisessa luotauksessa, arvioinnissa ja tutkimuksessa. Luotaus käsitteenä tarkoittaa nykyhetken ja lähitulevaisuuden tarkastelua ja tärkeiden asioiden ja muutosten identifioimista organisaation tulevaisuuden kannalta. Sisäinen luotaus on oman organisaation, sen toimintojen, henkilöstön ja läheisten yhteistyökumppaneiden ”kuuntelua”, ja ulkoisessa luotauksessa kerätään tietoa toimintaympäristöstä esimerkiksi sidosryhmiltä tulleiden palautteiden, reklamaatioiden ja ideoiden kautta. (Juholin 2009, 341–343.) Arvioinnista on kerrottu lisää luvussa 6.

Sateenvarjomalli on sovellettavissa myös Kaukajärviseurassa, ja tämä tutkimus kuuluu-kin edellä mainitun sisäisen luotauksen ja arvioinnin piiriin. Tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti sitä, kuinka Kaukajärviseira on onnistunut sidosryhmävuoropuhelun ja tiedon kulun ja saatavuuden tehtävissään. Myös muut edellä mainitut viestinnän tehtävät, jäsenistön sitouttaminen, yhteisökuvan rakentaminen, yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja markkinointi ovat osa seuran toimintaa. Arvio siitä, kuinka nämä tehtävät näkyvät Kaukajärviseurassa ja kuinka niissä on onnistuttu, löytyy luvusta 9.

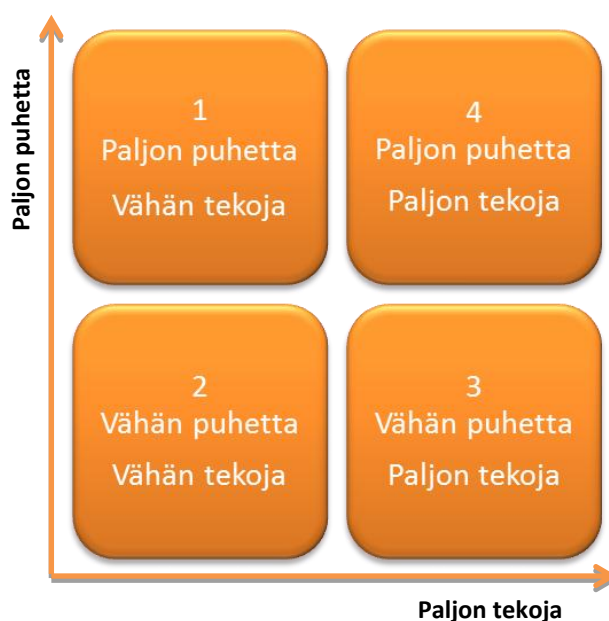
4.4 Viestintätyytyväisyys kuvaa viestinnän onnistuneisuutta

Viestintätyytyväisyys on Elisa Juholinin (1999, 238) mukaan henkilön itsensä kokema tyytyväisyyden tunne siitä, että hänen viestintänsä ja kommunikointinsa muiden kanssa on onnistunutta. Se sisältää niin johdon viestinnän, lähiyhteisön viestinnän kuin mahdollisuuden kommunikoida omaa työtä koskevista asioista. Viestintätyytyväisyys on arvottamista, jota yhteisöön kuuluvat jäsenet tekevät tärkeiksi kokemistaan viestintään liittyvistä asioista ja niihin perustuvien havaintojensa pohjalta. Viestintätyytyväisyyden taso kuvaa sitä, koetaanko viestintä onnistuneeksi vai epäonnistuneeksi ja millaista viestinnän tulisi olla. (Tukiainen, T. 5.11.2009.) Toisin sanoen viestintätyytyväisyys perustuu ihmisen henkilökohtaiseen, tunnepohjaiseen kokemukseen yhteisön viestinnästä, jonka tilaa pystytään mittaamaan useampien yhteisön jäsenten viestintätyytyväisyyttä selvittämällä. Viestintätyytyväisyys on kytköksissä viestintäilmastoon, joka pitää sisällään esimiesten viestinnän ja organisaation toimintatavat, horisontaalisen keskinäisviestinnän, viestintäprosessien toimivuuden ja viestintäjärjestelmien käytön yhdistettynä tiedonkulun avoimuuteen ja mahdollisuuteen päästä itse vaikuttamaan yhteisön asioihin. Kun yhteisön viestintäilmasto nähdään positiivisessa valossa, parantaa se viestintätyytyväisyyden lisäksi myös yleistä tyytyväisyyttä ja tehostaa yhteisön toimintaa. (Juholin 2006, 142–143; Tukiainen 2000, 38.)

Viestintätyytyväisyys on tässä tutkimuksessa yksi tärkeimmistä tutkittavista asioista. Tarkoituksena on tutkia Kaukajärviseuran hallituksen ja rivijäsenten tyytyväisyyttä seurassa vallitsevaan viestintäilmastoon, joka sisältää niin hallituksesta ulospäin lähtevän viestinnän, yhdistyksen toimintatavat, viestintäprosessien ja viestintäkanavien toimivuuden kuin koko jäsenistön välisen keskinäisviestinnän.

4.5 Imagon eli yhteisökuvan merkitys

Imago, josta tässä tutkimuksessa käytetään termiä yhteisökuva, tarkoittaa esimerkiksi jostakin ihmisestä, yhteisöstä tai kaupungista syntynyttä kuvaa tai vaikutelmaa ihmisen alitajunnassa. Yhteisökuva muodostuu vastaanotettujen kuvien, tietojen ja vaikutelmien summasta ja voi sen vuoksi olla kaikilla vastaanottajilla erilainen. (Juholin 2006, 187.) Tämä luku käsittelee yhteisökuvaa lähinnä yhdistysten näkökulmasta, mihin seuraavassa on lisäyksenä Elisa Juholinin (2006, 193–194) näkemys sanojen ja tekojen suhteesta ja niiden vaikutuksesta mielikuvien syntyyn organisaatiosta.



Kuvio 2. Sanojen ja tekojen suhde mielikuvien synnyssä (Juholin 2006, 193)

Juholinin mukaan organisaatio, joka puhuu paljon, mutta tekee vähän (1), on aktiivinen viestimään ja puhumaan asioista, jotka eivät vielä ole tapahtuneetkaan (kuvio 2). Viestintä on tällöin ennakoivaa, mikä on toisaalta hyvä asia, mutta jos vain puhutaan ja puhutaan ilman että mitään tapahtuu, yhteisökuva ja uskottavuus kärsivät. Sanoille täytyy löytyä vastinetta ja konkreettisia tekoja. Vähän puhuva ja vähän tekevä organisaatio (2) ei ole viestinnässään aktiivinen, mutta on tasapainossa itsensä ja viestintänsä kanssa. Monilla organisaatioilla on ajoittain vaiheita, jolloin ne haluavat pohtia toimintaansa ja uudistua, eikä vielä tuon vaiheen aikana viestinnän olekaan tarpeellista olla aktiivista. Organisaatio, joka tekee paljon, mutta puhuu vähän (3), pitää matalaa profiilia ja uskoo siihen, että teot puhuvat puolestaan. Matala profiili ja vaatimattomuus voi siis olla hy-

väkin asia, ja vasta kun organisaatiolle tulee tarvetta perustella olemassaoloaan muille, on aktiivisemmän viestinnän aika. Tavoiteltavana ja ihanteellisena pidetään kuitenkin organisaatiota, joka sekä puhuu että tekee paljon (4). Tällöin toiminta ja viestintä ovat sopusoinnussa keskenään ja tukevat toisiaan, ja organisaatio pystyy luomaan yhteisökuvaa viestintää ja konkreettista toimintaansa hyödyntäen. (Juholin 2006, 193–194.)

Yhteisökuvaan vaikuttavat yhdistyksen teot, viestit ja ilme. Se, mitä yhdistys tekee ja millä tavalla, vaikuttaa yhteisökuvaan yhdessä sen kanssa, mitä yhdistys viestii ja millä tavalla. Tekoihin lukeutuvat yhdistyksen toiminta ja palvelut, osaaminen ja tietoisuus siitä, kuinka työtä tehdään – toisin sanoen yhteisökulttuuri tai ”talon tapa toimia”. Yhdistyksen viestit koostuvat keskinäisviestinnästä, tiedotuksesta, yhteydenpidosta ja markkinointiviestinnästä, joissa kaikissa on tärkeää huomioida, mitä ja miten yhdistys viestii. (Siukosaari 2002, 43–45.) Yhdistyksen ilmeeseen vaikuttaa se, miltä yhdistys näyttää ulospäin, eli muun muassa yhdistyksen logolla, toimitiloilla, painotuotteilla, kotisivuilla sekä johtokunnan ja jäsenten käyttäytymisellä on suuri merkitys. Yhteisökuvaan vaikuttavat lisäksi ihmisten omakohtaiset kokemukset yhdistyksestä, sen tapahtumista ja historiasta. Yhteisökuva on parhaimmillaan silloin, kun se koetaan inhimilliseksi ja konkreettiseksi. Kun ihmisillä on jo entuudestaan hyvä mielikuva yhdistyksestä, he tulkitsevat yhdistykseen liittyvät hyvät asiat vieläkin paremmiksi eivätkä mahdollisesti esille tulevat huonot asiat kolhi niin kovasti jo valmiiksi positiivista mielikuvaa. Jos taas mielikuva on neutraali tai olematon, voi se muuttua helposti negatiiviseksi yhdestäkin huonosta asiasta. Yhdistyksen tulee itse pyrkiä vaikuttamaan ulkoiseen kuvaansa ja rakentamaan sitä, mutta se tapahtuu kunnolla vain silloin, kun tiedetään mitä yhdistyksestä puhutaan ja kuinka ihmiset sen kokevat. (Ilvonen 2007, 25–26.)

Yhteisökuvan rapistumisen voi huomata esimerkiksi siitä, että yhdistyksen jäsenistön keski-ikä on kasvanut korkeaksi, uusia jäseniä liittyy vähän ja harrastustoiminta ei tavoita oikeaa kohderyhmää. Tällöin tulisi miettiä, kuinka tilanteeseen on jouduttu ja mitkä muutokset yhdistyksen toiminnassa ja ympäristössä ovat johtaneet siihen. Yhdistyksen tarjoama toiminta ei välttämättä ole enää ajankohtaista, toiminnan kohderyhmä voi olla väärä tai viestintäkanavat voivat olla vääränlaiset, jolloin ne eivät tavoita oikeaa kohderyhmää. (Ilvonen 2007, 26.)

Kaukajärviseuran yhteisökuvaa tutkimalla saadaan selville ihmisten mielipiteitä seurasta ja pystytään tulevaisuudessa joko vahvistamaan positiiviseksi koettua yhteisökuvaa tai rakentamaan huonoksi koettua yhteisökuvaa positiivisempaan suuntaan. Kaukajärviseu-
ra kuuluu kuviossa 2 luokkaan 3, sillä se tekee kohtuullisen paljon muun muassa järjes-
tämällä tapahtumia ja osallistumalla alueen kehittämiseen, mutta viestiminen teoista,
erityisesti edunvalvonnasta on melko vähäistä. Seura pitää siis matalaa profiilia, mutta
jatkossa yhteisökuvaa tulisi pyrkiä kehittämään ihanteellisena koetun paljon tekevän ja
paljon puhuvan organisaation suuntaan.

4.6 Vuorovaikutus syntyy monisuuntaisesta dialogista

Vuorovaikutus on olennainen osa sosiaalista kanssakäymistä ja perusta uusien ideoiden
ja ajatusten syntymiselle sekä vaihtamiselle. Se perustuu sekä kuuntelulle että puhumi-
selle eli dialogille, joka tapahtuu sanoin ja elein ottaen huomioon myös henkilöiden
väliset suhteet, luonteenpiirteet ja näkemykset (Juholin 2008, 61). Vuorovaikutus ihmis-
ten, sanomien ja ympäristön kanssa lisää myös yhteisymmärrystä ja luo kulttuurista yh-
teisöllisyyttä (Tukiainen 2000, 36). Vuorovaikutusta tukemaan voidaan käyttää erilaisia
keinoja ja kanavia, kuten henkilökohtaiset tapaamiset, erilaiset foorumit ja tilaisuudet,
palautejärjestelmät ja kyselyt sekä Internet, joka on täynnä vuorovaikutteisuuden pe-
rustuvia sivustoja ja ominaisuuksia. Vuorovaikutteisia verkkotekstityyppejä ovat muun
muassa chat, keskustelupalstat, kyselyt ja sosiaalisen median yhteisöpalvelut, kuten Fa-
cebook. Myös blogeissa ja erilaisissa artikkeleissa on usein kommentointimahdollisuus
ja yhteisöjen kotisivuilla palautelinkki. Vuorovaikutteisuuden luomiseksi ja ylläpitämi-
iseksi on olennaista, että keskustelua herätellään itse aktiivisesti ja kaikkiin kommenttei-
hin vastataan lyhyellä viiveellä. (Korteso 2009, 37–38.)

Vuorovaikutus on ihmisille keino vaikuttaa asioihin ja yhdistyksille keino ylläpitää suh-
teita sidosryhmiensä kanssa ja tuntee heidän toiveensa ja tarpeensa. Toimiva vuorovai-
kutus vaikuttaa myös viestintätyytyväisyyteen; kun ihminen kokee tulevansa kuulluksi,
saavansa omia mielipiteitään esille ja vastaanottavansa tarpeeksi itseään kiinnostavaa ja
hyödyllistä tietoa, pysyy hän tyytyväisenä ja kokee olevansa osa yhteisöä, jossa viestintä
on toimivaa ja onnistunutta. Myös luomalla ihmisille osallistumismahdollisuuksia voi-
daan vaikuttaa vuorovaikutuksen syntymiseen.

4.7 Hyvän viestinnän periaatteet

Yhdistyksen on hyvä miettiä viestintänsä toteuttamiselle tietyt periaatteet, joiden mukaan viestintä tapahtuu ja joita jokainen yhdistyksen toimija noudattaa. Hyvin laaditut periaatteet ja niiden noudattaminen vaikuttavat positiivisesti erityisesti viestintätyytyväisyyteen ja yhteisökuvaan. Viestinnän muistilistana voi käyttää esimerkiksi seuraavia (Ilvonen 2007, 18–19) periaatteita:

- Tiedota reaaliaikaisesti.
- Tiedota ennakoivasti.
- Tiedota säännöllisesti.
- Tiedota avoimesti ja rehellisesti.
- Tiedota selkeästi.

Reaaliaikaisuus merkitsee ajankohtaisista asioista viestimistä mahdollisimman nopeasti. Ajantasaisuus luo yhdistyksen toiminnasta luotettavan ja aktiivisen kuvan ja pitää yhdistyksen jäsenet tiiviimmin mukana toiminnassa ja tietoisina siitä, mitä yhdistyksessä on tapahtunut, mitä tapahtuu nykyhetkellä ja mitä tulee tapahtumaan. Ajantasaisuus ei toteudu vain kerran tai kaksi kertaa vuodessa lähetettävällä tiedotteella, vaan vaatii säännöllisempää viestintää. Viestimisen tulee myös tapahtua ennakoivasti, eli riittävän ajoissa erityisesti tapahtumista viestittäessä, jos halutaan esimerkiksi saada vapaaehtoisia mukaan järjestämään tapahtumaa. Myös lehtiin tulevat ennakkojutut toimivat hyvänä mainoksena tapahtumalle ja yhdistykselle. Viestinnän tulee olla avointa ja rehellistä, mikä edesauttaa hyvän yhteisökuvan luomista. Pienikin julkisuuteen päässyt salailuyritys tai väärin tietojen antaminen voi tehdä paljon haittaa yhdistyksen maineelle, joten epämiellyttävistäkin asioista tai tehdyistä virheistä tulee kertoa avoimesti. Viimeinen edellä mainittu viestinnän periaate, eli tiedottamisen selkeys toteutuu huolehtimalla yhdistyksen viestintämateriaalien kieliopin oikeellisuudesta ja tiiviistä selkeästä yleiskielestä, joka on kaikille ymmärrettävää. (Ilvonen 2007, 18–19.)

4.8 Yhdistyksen sidosryhmäviestintä

Yhdistyksen sidosryhmiin (toiselta nimitykseltään kohderyhmiin, yhteistyöryhmiin tai stakeholdereihin) lukeutuvat kaikki sellaiset jo tiedossa olevat tai olemattomat yhteisöt tai henkilöt, joilla on jokin intressi yhdistystä kohtaan (Juholin 2006, 203). Sidoryhmille viestimistä kutsutaan sidosryhmäviestinnäksi, joka käsittää sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän. Kaukajärviseuran tapauksessa on perusteltua puhua juuri sidosryhmäviestinnästä eikä erikseen sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä, sillä ne toimivat seurassa usein limittäin. Seuralla ei tällä hetkellä ole muuta pelkästään jäsenille kohdistettua viestintää kuin toimintakertomus ja -suunnitelma, jotka lähetetään kerran vuodessa vuosikokouskutsun mukana. Sekä jäsenille että seuran kuulumattomille Kaukajärven asukkaille viestitään samojen viestintäkanavien kautta samoilla viestisisällöillä. Kaukajärviseuran sidoryhmiä ovat seuran hallitus ja jäsenet, Kaukajärven muut yhdistykset ja yritykset sekä kaupungin päättäjät. Seuran laajaan yhteistyöverkostoon kuuluvat muun muassa Tampereen kaupunki, Kaakkois-Alvari, kiinteistöhoito- ja isännöitsijäyhtiö Kaukajärvisuuskunta ja alueen koulut sekä yhdistykset, kuten Lions Club Kaukajärvi, Suomen Punainen Risti ja Kaukajärven Martat (Kaukajärviseuura 2011, Vuorinen, L. 24.4.2012).

4.8.1 Sidos- ja tiedottamisryhmät

Yhdistysten sidoryhmiin voivat kuulua esimerkiksi henkilöstö, asiakkaat, jäsenet, rahoittajat, yhteistyökumppanit, viranomaiset, kunnan päättäjät, järjestöt ja media, riippuen yhdistyksen toiminnasta ja toimialasta. Sidoryhmät toimivat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa tarviten ja tarjoten toisilleen tietoa, näkemyksiä, osaamista, rahaa ja vaikuttamista. Jotta yhdistys pystyy vastaamaan sidoryhmiensä tarpeisiin, on sen tunnistettava ja tunnettava sidoryhmänsä hyvin ja analysoitava niitä säännöllisesti esimerkiksi sidoryhmäanalyysin avulla. (Juholin 2006, 203–206.) Kaikille kohderyhmille ei aina suunnata samanlaista viestintää, vaan eri kohderyhmillä on erilaiset tarpeet ja intressit yhdistystä kohtaan sekä päinvastoin. Yhdistyksen kannattaa määritellä eri kohderyhmänsä ja niiden eroavaisuudet sekä miettiä, mitä tietoa kukin kohderyhmä tarvitsee, missä muodossa ja kuinka usein. Eri kohderyhmille tulee kohdistaa erilaista viestintää, esimerkiksi jäsenille viestiessä voidaan painottaa vapaaehtoisten tapahtumajärjestäjien tarvetta, jos halutaan saada mukaan talkooväkeä. Yhteistyökumppaneille puolestaan voidaan viestiä mahdollisuudesta tulla mukaan tapahtumaan esittelemään omaa toiminta-

taansa. Joskus tapahtumista voidaan viestiä myös lehdistölle, erityisesti jos tapahtumassa on jotakin ainutlaatuista, uutta tai muuta uutisoimisen arvoista. (Ilvonen 2007, 18, 23.)

Kun kaikki mahdolliset kohderyhmät ovat selvillä, ne kannattaa listata erilaisiin tiedotusryhmiin esimerkiksi taulukon 1 jaottelun mukaisesti. Mikäli mahdollista, ryhmien määrittelyssä pyritään pääsemään henkilötasolle asti, eli listaamaan esimerkiksi entuudestaan tunnettuja median edustajia tai kunnan päättäjiä, joihin ollaan yhteyksissä. Yhdistyksellä on lisäksi hyvä olla jonkinlainen tiedotusaineisto, joka sisältää perustiedot yhdistyksestä ja jota päivitetään vähintään kerran vuodessa. Materiaalina voi toimia esimerkiksi kotisivut tai esite, jota on tarvittaessa helppo jakaa mahdollisille uusille jäsenille ja yhteistyökumppaneille. (Ilvonen 2007, 24–25.)

Taulukko 1. Yhdistyksen viestinnän tiedottamisryhmät (Ilvonen 2007, 24)

SISÄINEN VIESTINTÄ	
Tiedottamisryhmä	Viestinnän ominaispiirteet
1. Yhdistyksen hallitus ja erityisesti sen keskeiset jäsenet (puheenjohtaja, varapuheenjohtaja, rahastonhoitaja)	Ryhmän tulee tietää kaikki olennainen tieto yhdistyksen toiminnasta.
2. Hallituksen jäsenet ja palkattu henkilökunta	Ryhmä tarvitsee paljon ajankohtaista tietoa yhdistyksen toiminnasta.
3. Yhdistyksen jäsenet	Ryhmälle tulee tiedottaa ajankohtaisista tapahtumista ja tärkeistä muutoksista yhdistyksen toiminnassa.
ULKOINEN VIESTINTÄ	
Tiedottamisryhmä	Viestinnän ominaispiirteet
4. Yhteistyökumppanit ja sidosryhmät	Ryhmä tarvitsee ajankohtaista tietoa yhdistyksen toiminnasta ja tavoitteista sekä suhteiden ylläpitoa.
5. Kunnan päättäjät	Ryhmä tarvitsee tietoa yhdistyksen toiminnasta sekä vaikuttamista kunnan päätöksiin.
6. Media	Ryhmälle tulee tehdä yhdistystä tunnetuksi viestimällä toiminnasta ja tapahtumista.
7. Potentiaaliset jäsenet	Ryhmän kiinnostus yhdistyksen toimintaa kohtaan tulee herättää.

4.8.2 Sidosryhmäviestinnän tavoitteet, sisällöt ja keinot

Yhdistyksen sidosryhmäviestintää suunniteltaessa on vastattava kysymyksiin miksi, mitä ja miten. Sidosryhmäviestinnällä on tiettyjä tavoitteita, joita voidaan löytää vastaamalla kysymyksiin, miksi sidosryhmä tarvitsee tai haluaa tietoa yhdistyksestä ja miksi ryhmä haluaa olla vuorovaikutuksessa yhdistyksen kanssa. Eri ryhmillä on eri tarpeet, esimerkiksi yhdistyksen jäsenet tarvitsevat tietoa toiminnasta ja palveluista ollakseen aktiivisesti yhdistyksessä mukana ja yhteiskunnalliset päättäjät tarvitsevat tietoa oman työnsä pohjatiedoksi. Yhdistyksen tulisi pyrkiä huomioimaan myös ryhmät, joista ei olla tai ei haluta olla tietoisia. Ne voivat olla neutraalisti yhdistykseen suhtautuvia, mahdollisia yhteistyökumppaneita tai yhdistykseen negatiivisesti suhtautuvia ryhmiä, kuten yhteisön toimintaa ja arvoja kritisoivat henkilöt tai ryhmät. (Juholin 2006, 208.)

Toisena kysymyksenä on, mitä tietoa sidosryhmille tarjotaan, eli mitkä ovat sidosryhmäviestinnän sisällöt. Kullekin sidosryhmälle tulisi kohdistaa sille tarpeellista ja kiinnostavaa tietoa, eikä mitään olennaista saa jättää kertomatta. Esimerkiksi yhdistyksen jäsenen tulee tietää uusista palveluista, vuosikokouksesta ja muista tapahtumista, kun taas yhteiskunnallisia päättäjiä kiinnostaa tietää yhdistyksen kannanotoista ja aloitteista kaavoitusasioita koskien. Sen sijaan esimerkiksi yhdistyksen hallituksen kokoonpanossa tapahtuvat muutokset voivat olla tarpeellista tietoa molemmille sidosryhmille. Sidosryhmäviestinnän ytimenä tulisi olla yhdistyksen itsensä määrittelemät perusviestit ja teemat, joita muokataan ja sovelletaan vastaamaan tilanteita ja sidosryhmien tarpeita. (Juholin 2006, 209–210.)

Kolmas kysymys koskee sidosryhmäviestinnän keinoja ja kanavia, eli sitä, millä tavalla sidosryhmiin pidetään yhteyttä. Joillekin sidosryhmille täytyy viestiä säännöllisesti ja usein, kun taas jotkin sidosryhmät tarvitsevat yhteydenpitoa vain satunnaisesti. Viestintä voi olla suoraa tai välillistä, mikä riippuu käytettävästä viestintäkanavasta. Suoria viestinnän keinoja ovat henkilökohtainen yhteydenpito, tapaamiset sekä erilaiset tapahtumat (esim. pienryhmätilaisuudet, paneelit, suuret tapahtumat, avointen ovien päivät). Välillisiä viestinnän keinoja ovat Internet, sähköposti, tiedotteet, esitteet, julkaisut, mainonta, mediajulkisuus ja säännölliset sidosryhmäjulkaisut, kuten jäsenlehdet. Tärkeintä sidosryhmäviestinnän suunnittelussa on lähteä sidosryhmien tarpeista ja löytää oikeat

viestintäkanavat, jolloin viestintä on vastaanottajavetoista. Sen vastakohtana on lähettäjävetoisuus, joka tarkoittaa julkaisujen ja esitteiden tuottamista vain niiden itsensä vuoksi ajattelematta vastaanottajien tarpeita. Vaikuttavin viestinnän keino on henkilökohtainen yhteydenpito, joka on käytännössä hankalaa vähien resurssien ja suurten sidosryhmien vuoksi. Sidosryhmät tulisikin priorisoida ja tarjota tärkeimmille ryhmille tieto ensimmäisenä, useimmin ja suoria viestintäkanavia käyttäen. Käytännössä suurten sidosryhmien tavoittaminen hoidetaan välillisiä viestintäkanavia, kuten lehtiä, tiedotteita ja verkkoviestintää käyttäen. (Juholin 2006, 210–212.) Erilaisia viestintäkanavia on esitelty tarkemmin luvussa 5.

5 Yhdistys viestii useiden eri kanavien kautta

Tässä luvussa esitellään erilaisia yhdistysten käyttämiä viestintäkanavia. Osa niistä on jo Kaukajärviseuran käytössä ja osaa vasta harkitaan käyttöön otettaviksi. Seurassa on pohdittu sekä sähköisen että painetun viestinnän kehittämistä, joten tässä luvussa tarkastellaan muun muassa verkkoviestinnän monipuolisia käyttömahdollisuuksia ja laadukkaan sidosryhmälehdien luomista. Oikeat viestinnän kanavat on hyvä miettiä yhdistyksissä tarkkaan, jotta ne tavoittavat kohderyhmänsä. Kaukajärviseurassa eniten käytettyjä viestintäkanavia ovat paikallinen ilmaisjakelulehti Hervannan Sanomat, ulko-mainostelineet ja Mansetori.fi -verkkosivusto, josta löytyvät seuran kotisivut. Kaikki edellä mainitut kanavat on tarkoitettu sekä seuran jäsenille että alueen muille asukkaille, ja niitä käytetään erityisesti silloin, kun on jokin seuran järjestämä tapahtuma tulossa. Ainoa pelkästään seuran jäsenille tarkoitettu viestintämuoto on kerran vuodessa lähetettävä vuosikokouskutsu ja itse vuosikokous.

5.1 Verkkoviestinnän mahdollisuudet

Verkkoviestinnän käyttö ulkoisessa viestinnässä on yhdistyksille ja muille organisaatioille nykypäivänä jo itsestäänselvyys. Ei kuitenkaan riitä, että yhdistys tekaisee Internetiin kotisivunsa ja Facebook-profilin ja ajattelee, että verkkoviestintä on nyt hoidettu.

Verkkoviestintäkanavat ovat sitä tehokkaampia viestintämuotoja, mitä aktiivisemmin niitä päivitetään ja mitä enemmän niiden toteutuksessa otetaan huomioon vuorovaikutteisuus ja käyttäjälähtöisyys (Juholin 2009, 267). Verkkosivujen käyttäjiä voidaan esimerkiksi yrittää aktivoida tuottamaan itse materiaalia sivuille. Verkkoviestintään on hyvä panostaa, sillä se on edullista, nykyaikaista, nopea päivittää, monia toimintoja mahdollistavaa (esim. linkkien, äänen ja liikkuvan kuvan käyttö), ja eri kohderyhmät voivat käyttää verkkopalvelua milloin vain ja valita tarvitsemansa tiedot ja sisällöt. Verkkoviestinnän tehtävänä nähtiin ennen lähinnä tiedonjakelu, mutta nykyään painopiste on siirtymässä vuorovaikutukseen ja yhteiseen sisällöntuotantoon. (Ilvonen 2007, 61.) Siitä esimerkkinä ovat yhteisen osallistumisen mahdollistava sosiaalinen media ja sen eri muodot. Verkkoviestinnässä määrää tärkeämpää on laatu, sillä tiedon valtavasta määrästä Internetin käyttäjät valikoivat luettavakseen vain mielenkiintoisimmat ja laaduk-

kaimmat tekstit (Siukosaari 2002, 205). Seuraavassa on esiteltyä kolme verkkoviestintän muotoa: verkkosivut, sähköposti ja sosiaalinen media.

5.1.1 Verkkosivut

Hyvin suunnitellut ja toteutetut yhdistyksen verkkosivut toimivat niin viestintäkanavana jäsenille kuin myös markkinointikanavana yhdistyksen ulkopuolisille ihmisille. Ne ovat ikään kuin sähköinen esite tai ilmoitustaulu, joka tarjoaa tietoa toiminnasta ja ajan-kohtaisista tapahtumista sekä parhaassa tapauksessa mahdollistaa jäsenten välisen vuorovaikutuksen. Kotisivujen ylläpitoon käytettävissä olevista resursseista riippuu, tiedotetaanko sivuilla kohtalaisen pysyvistä asioista, kuten yhdistyksen tehtävistä, toiminnasta ja yhteystiedoista vai päivitetäänkö sitä jatkuvasti uudella tiedolla. Yhdistyksen kannattaa nimittää vähintään yksi tai kaksi verkkosivujen päivittämisestä vastaavaa henkilöä huolehtimaan siitä, että sivut pysyvät ajan tasalla eivätkä sisällä vanhentunutta tietoa. (Ilvonen 2007, 61–62.) Säännöllinen päivittäminen ja ajantasaisuus luovat sivuille luottavuutta ja kiinnostavuutta.

Haasteellisinta yhdistyksen verkkosivuilla on houkutella kävijöitä, herättää heidän kiinnostuksensa ja ylläpitää se, niin että sivuilla vieraillaan myöhemmin uudelleen. Sivustoa suunniteltaessa on pidettävä mielessä käyttäjien tarpeet ja pyrittävä luomaan hyödyllinen ja informatiivinen sivusto, joka sisältää käyttäjiä kiinnostavaa tietoa. Kotisivujen olemassaoloa kannattaa tehdä tunnetuksi lisäämällä kotisivujen linkki yhdistyksen lehtimainoksiin, esitteisiin, jäsenkirjeisiin, oman kunnan verkkosivuilla sekä muille sivuille, joilla potentiaaliset yhdistyksen jäsenet tai yhteistyökumppanit liikkuvat. Mikäli mahdollista, on hyvä pyrkiä luomaan yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutusta antamalla käyttäjille mahdollisuus vaikuttaa sivuston sisältöön esimerkiksi keskustelupalstojen, blogin, wikin tai omien kuvien, artikkeleiden ja muiden sisältöjen avulla. (Ilvonen 2007, 19, 62.)

Haasteellista vapaassa kommentoinnissa ja keskustelupalstoissa on kuitenkin se, että jonkun pitäisi olla jatkuvasti valvomassa kommenttien asiallisuutta.

Visuaalisuus on verkkosivuilla tärkeässä roolissa: se täydentää sanomaa ja luo sivuille yhtenäisen ilmeen, joka on linjassa yhdistyksen muun ulkoisen ilmeen kanssa. Helpon luettavuuden ja käytettävyyden vuoksi sivuston navigoinnin ja rakenteen on oltava sel-

keitä ja loogisia, eikä yksittäisiä sivuja saa pakata täyteen tekstiä. Olennaiset asiat, kuten yhteystiedot ja perustiedot yhdistyksestä on löydettävä helposti. Kuvia on hyvä käyttää lisäämään mielenkiintoa, täydentämään sanomaa ja tukemaan tekstisisältöä, esimerkiksi yhdistyksen kesätapahtumasta kertovaa artikkelia kannattaa havainnollistaa tapahtumassa otetuilla valokuvilla. (Korhonen 2003.)

Kaukajärviseuran kotisivut sijaitsevat Mansetori.fi -verkkosivustolla, joka on Tampereen kaupunginosien yhteinen portaali (Mansetori 2011b). Kaukajärvisseura vastaa sivustolla Kaukajärven kaupunginosasivusta, josta löytyy useiden muiden alasivujen lisäksi Kaukajärvisseuran oma sivu. Sivulta löytyvät perustiedot Kaukajärvisseurasta, hallituksen jäsenten yhteystiedot ja tietoa seuran tarjoamista palveluista ja harrastusmahdollisuuksista.

5.1.2 Sähköposti

Sähköposti on helpottanut suuresti yhteisöjen viestintää ja vähentänyt paperisten tiedotteiden mukanaan tuomaa vaivaa ja kustannuksia. Sähköpostin avulla saadaan nopeasti, helposti ja edullisesti lähetettyä tiedotteita suurelle joukolle ihmisiä, jotka ovat antaneet luvan sähköpostinsa käyttöön ja tiedotteiden lähettämiseen. Sähköisten uutiskirjeiden laatimiseen on olemassa erilaisia sovelluksia, mutta yhdistykset voivat käyttää suoramarkkinoinnissaan aivan tavallista sähköpostiohjelmaa ja lähettää sähköpostitiedotteita salattua vastaanottajalistaa hyödyntäen. Saadakseen sähköpostiviestinnästä parhaan hyödyn irti, tulee tiedotteen olla sopivan mittainen, kieleltään ja ulkoasultaan yhdistyksen tyyliin ja kohderyhmään sopiva, ja otsikon sekä aloituksen kuvaava ja kiinnostuksen herättävä. (Kortesuo 2009, 122–124.) Sähköpostiviestinnän kohderyhmä ja tiheys on hyvä miettiä tarkkaan: lähetetäänkö jokaisesta asiasta erillinen viesti vai kootaan ko useampi asia samaan, säännöllisesti ilmestyvään sähköpostitiedotteeseen (Ilvonen 2007, 65). Sähköpostin haittapuolena on sähköpostiviestien yleisyys ja oman viestin hukkiminen sähköpostitulvan sekaan. Monet eivät sähköpostitulvan vuoksi halua tilata lainkaan sähköisiä tiedotteita.

Kaukajärvisseura ei käytä jäsenviestinnässään sähköpostia, sillä seuralla ei ole tiedossa jäsentensä sähköposteja.

5.1.3 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on tämän päivän tärkeä viestinnän muoto, joka mahdollistaa vuorovaikutuksen, nopean tiedonkulun ja tavoitettavuuden erityisesti nuorempien sukupolvi-en keskuudessa. Sosiaalinen media on yhdessä luomista, tekemistä ja kommunikointia, mikä vaatii verkkoteksteiltä vuorovaikutteisuutta. Tekstien tulee olla tiiviitä, helppolukuisia, ajantasaisia, hauskoja, hyvällä tavalla markkinoivia ja keskustelua herättäviä.

Omiin teksteihin voi lisätä linkkejä kiinnostaviin lähteisiin ja kommentoida aktiivisesti ja hienotunteisesti muiden tekstejä tai omiin teksteihin tulleita kommentteja. Sosiaalista mediaa voi hyödyntää niin tiedotus-, keskustelu-, markkinointi- kuin asiakaspalvelukanavanakin. (Korteso 2010, 12–14.) Sosiaalisen median käytössä on tärkeää olla aktiivinen ja innostaa muita ihmisiä osallistumaan säännöllisillä päivityksillä esimerkiksi tapahtumista ja muista ajankohtaisista asioista.

Suosittuja sosiaalisen median sovelluksia ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, blogit ja wikit, joista Facebook on Suomessa käytetyin yhteisöpalvelu. Yhteisöt voivat luoda oman Facebook-tilinsä, jonne päivitettyt viestit tulevat automaattisesti näkyville yhteisön sivusta ”tykkäävälle” Facebook-käyttäjille. Yhteisön omalle sivulle voi lisätä tietoa yhteisöstä ja tulevista tapahtumista, kuvia, kyselyitä ja muita toimintoja. Twitterin suosio on Suomessa vasta kasvamassa. Twitter on mikroblogi, jossa voi omalla sivullaan julkaista 140 merkin mittaisia pikaviestejä eli tweettejä ”seuraajilleen”. Blogit sopivat moneen eri tarkoitukseen: uutisointiin, keskusteluun, ideointiin, markkinointiin, verkostoitumiseen ja viihdyttämiseen. Ne ovat ikään kuin päiväkirjoja, jotka sisältävät usein paljon tekstiä kuvien kera. Blogissa on yleensä kommentointimahdollisuus, joka luo vuorovaikutteisuutta kirjoittajan ja lukijoiden välille. Yhdistyskäytössä blogi voi sisältää esimerkiksi jäsenten laatimia ajankohtaiskatsauksia, ideariihä tapahtumien järjestämistä varten tai henkilöesittelyjä. Wiki puolestaan tarkoittaa jatkuvasti päivittyvää termipankkia tai sanastoa, jonka tuottamiseen käyttäjät voivat yhdessä osallistua. Yhdistyskäytössä wiki voi olla esimerkiksi tietopankki, joka sisältää yhdistyksen toimintaan liittyviä käsitteitä, ihmisiä ja muita asioita selityksineen. Tunnetuin esimerkki wikipalvelusta on Wikipedia. (Korteso 2010, 37, 42–43, 50.)

Kaukajärvisseura ei ole toistaiseksi käyttänyt viestinnässään sosiaalista mediaa, sillä seuran jäsenistö koostuu vanhemmasta ikäpolvesta, jolle sosiaalinen media on etäinen asia. Myös seuran hallituksen jäsenille sosiaalisen median käyttö on hieman vierasta, mikä hidastaa kyseisen viestintäkanavan käyttöönottoa.

5.2 Painettu viestintä tehokkaana viestintämuotona

Painettu viestintä tapahtuu erilaisten painotuotteiden, kuten lehtien ja esitteiden välityksellä. Sen käyttö on tosin viime vuosina vähentynyt viestinnän siirryttyä enemmän Internetissä ja muissa sähköisissä viestimissä tapahtuvaksi. Painotuotteilla saadaan tavoitettua erityisesti vanhempaa sukupolvea, jolle tietokoneen ja muun teknologian käyttö voi olla vierasta. Huolellisella suunnittelulla saadaan omat viestit tehokkaammiksi ja erottumaan satojen muiden yhdistysten ja yritysten painotuotteiden joukosta. Kaikkien painotuotteiden suunnittelussa tulee muistaa yhdistyksen ilmeen mukainen ulkoasu, selkeä taitto, laadukas painojälki ja kiinnostavuus (Ilvonen 2007, 48). Seuraavassa esitellään yhdistyksissä yleisimmin käytettyjä painetun viestinnän keinoja: paikallislehdet, tiedotteet ja kirjeet, sidosryhmälehdet, esitteet ja muut julkaisut.

5.2.1 Paikallislehdet

Yhdistysten tavanomainen viestintäkanava on paikalliset lehdet, joko ilmaisjakelulehdet tai maksulliset päivälehdet. Lehdissä on usein tapahtumapalstoja tai erillisiä yhdistyksille tarkoitettuja palstoja, joissa ilmoittelu on maksutonta. Joskus on tarpeen tehdä lehtiin myös maksullisia ilmoituksia esimerkiksi jostakin tulevasta tapahtumasta. Ilmoituksessa on vastattava lyhyesti kysymyksiin: mitä tapahtuu, milloin ja missä? Ilmoituksessa on hyvä olla jokin katseenkiinnittäjä, esimerkiksi kuva tai iskevä, napakka otsikko, joka johdattelee aiheeseen. Liikaa tekstiä kannattaa välttää, lisätietoja varten ilmoituksessa voidaan ilmoittaa yhteystiedot tai ohjata yhdistyksen kotisivuille. (Ilvonen 2007, 59.)

Lehdille voi toimittaa myös tiedotteita, jotka parhaassa tapauksessa päätyvät artikkeleiksi lehden sivuille. Hyvin laaditulla ja merkittävän ja kiinnostavan sanoman sisältävällä tiedotteella on hyvät mahdollisuudet päästä julkisuuteen. Hyvä tiedote rakentuu laittamalla tärkein asia ensimmäiseksi ja vastaamalla seuraaviin kysymyksiin: mitä, kuka, missä, milloin, miksi, mitä siitä seuraa ja kuka antaa lisätietoja. (Ilvonen 2007, 57–58.)

Yhdistys voi saada itselleen ja ajamilleen asioille näkyvyyttä myös mielipidekirjoitusten kautta. Paikallislehden yleisöosastolle voidaan tehdä juttu esimerkiksi jostakin alueella vallitsevasta epäkohdasta ja omista näkemyksistä sitä koskien. Mielipidekirjoituksen laatimiseen kannattaa ryhtyä vain, jos on selvä käsitys siitä, mitä haluaa sanoa, tietää aiheesta tarpeeksi ja kokee, että yhdistyksen on tarpeellista ottaa asiaan kantaan. Mielipidekirjoitus on rakennettava vain tosiasioiden varaan, henkilöiden arvostelua tulee välttää ja kirjoituksesta on saatava lyhyt ja ytimekäs kokonaisuus. Yleisöosastokirjoitukset voivat olla hyvin tehokas tapa saada omalle asialleen julkisuutta, sillä kyseinen osasto luetaan usein huolella. (Ilvonen 2007, 60.)

Kaukajärvisseura käyttää viestinnässään paikallislehtiä Hervannan Sanomia ja Aamulehteä. Hervannan Sanomat on ilmaisjakelulehti, joka ilmestyy kerran viikossa Tampereen Hervannassa ja sitä ympäröivillä alueilla, kuten Kaukajärvellä. Kaukajärvisseura tiedottaa lehden ilmaisella Yhdistykset-palstalla ja silloin tällöin lehdessä julkaistaan seuran tapahtumista myös erillinen maksullinen mainos. Toisinaan lehdessä julkaistaan lisäksi Kaukajärveen tai Kaukajärvisseuraan liittyviä artikkeleita. Aamulehden käyttö viestinnässä on vähäistä, mutta seuran tapahtumista ilmoitetaan ajoittain lehden ilmaisella Minne tänään -tapahtumapalstalla.

5.2.2 Tiedote ja kirje

Tiedote on melko yleinen viestintäväline monissa yhdistyksissä. Se on helppo ja nopea tapa saada lähetettyä tietoa suurelle joukolle, jota on vaikea saada tavoitettua verkko-viestinnän kautta. Se ei kuitenkaan ole henkilökohtainen viestinnän keino, mikä vähentää lähetetyn viestin vaikuttavuutta. Kirje puolestaan on henkilökohtaisempi tapa lähestyä vastaanottajaa, vaikka se onkin välillisen viestinnän keino. Kirje osoitetaan vastaanottajalle henkilökohtaisesti, minkä vuoksi se sopii esimerkiksi yhteistyökumppaneiden yksilölliseen informointiin. (Juholin 2009, 208.)

Kaukajärvisseurassa lähetetään henkilökohtaisesti osoitettua postia lähinnä kerran vuodessa, kun vuosikokouskutsut lähetetään seuran jäsentalouksiin. Kutsu sisältää lisäksi edellisen vuoden toimintakertomuksen, tuloslaskelman ja toimintasuunnitelman kuluvalle vuodelle, joten sen mukana jäsen saa ajankohtaista tietoa seurasta. Seura on ai-

emmin jaellut yleisiä tiedotteita tapahtumista suoraan koteihin, mutta nykyisin omin voimin suoritettava jakelu on lähes mahdotonta Kaukajärven suureksi kasvaneen väkiluvun ja kerrostalojen suljettujen ovien vuoksi.

5.2.3 Sidosryhmälehti

Sidosryhmälehdet toimivat vastaanottajille tärkeänä muistutuksena yhteisön olemassaolosta. Organisaatioilla voi olla käytössään erilaisia lehtiä, jotka on suunnattu eri kohderyhmille ja jotka tehdään joko painettuina tai sähköisinä versioina. Henkilöstölehtien lisäksi voidaan julkaista asiakas- tai jäsenlehteä tai pelkästään yhteistyökumppaneille tarkoitettua lehteä. Kohderyhmän lisäksi lehden suunnittelussa on tärkeää muistaa sen tarkoitus ja miettiä, onko se tarkoitettu informoimaan sidosryhmiä, markkinoimaan tuotteita, profiloimaan yhteisöä vai näitä kaikkia yhdessä sopivasti painotettuina. Yhdistyksillä yleisin käytössä oleva lehti on jäsenille tarkoitettu, muutaman kerran vuodessa ilmestyvä lehti, jossa kerrotaan muun muassa tapahtumista ja yhdistyksen toiminnasta. Lehti ei voi olla ainoa ajankohtaisen informaation välittäjä harvan ilmestymisaikataulunsa vuoksi, mutta sen avulla voidaan hyvin taustoittaa ajankohtaisia tapahtumia. (Juholin 2009, 209–210.)

Kun lehden kohderyhmä ja tarkoitus ovat selvillä, voidaan lähteä suunnittelemaan sen sisältöä. Elisa Juholin (2009, 209) on listannut sidosryhmälehtien tyypillisiksi sisältöalueiksi

- uutiset ja ajankohtaiset asiat
- tapahtumien taustoittaminen
- suunnitelmat ja tulevat tapahtumat
- näkemykset, kannanotot ja pohdinnat
- uudet tuotteet ja palvelut
- yhteisön, sen toiminnan ja henkilöiden esittely
- haastattelut ja asiantuntijajutut.

Lehdelle kannattaa yhdessä yhdistyksen hallituksen ja mahdollisen toimituskunnan kanssa miettiä linjaukset sen sisällöstä, ulkoasusta, ilmestymisaikataulusta, painomääris-

tä ja -kustannuksista, jakelukanavista ja vastuuhenkilöistä. Toimituskuntaan on hyvä saada useampia ihmisiä kirjoittamaan juttuja, jotta saadaan esille erilaisia näkökulmia ja monipuolisia aiheita – niin tiukkoja asiajuttuja kuin ihmisläheisiä ja kevyitä juttuja. Lehden ilmestyttyä sitä on hyvä arvioida jälkepäin keskeisten toimijoiden palautekeskustelussa tai lukijakyselyllä. (Ilvonen 2007, 50.)

Sidosryhmälehdessä sisällön lisäksi sen tärkeitä ominaisuuksia ovat ulkoasu ja taitto, jotka noudattavat yhteisön ulkoista ilmettä. Tekstien yhteyteen sijoitettavat kuvat tulee miettiä siten, että ne tukevat tekstissä kerrottavaa asiaa. Ulkoasun, sisällön ja pääteemojen suunnittelussa voi käyttää apuna skeemaa, joka on visuaalinen ja sivukohtainen suunnitelma lehden perusrakenteesta (Åman 2003). Lehdelle on hyvä luoda oma graafinen konsepti, joka sisältää tarkat määrittelyt lehden koolle ja tilan käytölle, palsta- ja kappa-lejaolle, materiaalille, etu- ja takasivulle, lehden osastoille ja niiden ulkoasulle. Graafinen ohjeistus sisältää myös käytettävät kirjasintyypit, värit ja tehokeinot, kuten tekstien lihavoinnit ja alleviivaukset. (Ilvonen 2007, 51.) Kansikuvaan, lehden nimeen ja logoon on tärkeää panostaa, sillä ne luovat ensivaikutelman lehdestä ja saavat lukijan joko avaamaan lehden tai heittämään sen lukemattomana suoraan roskakoriin.

Hyvän lehtijutun kirjoittaminen lähtee suunnittelusta. Juttua suunnitellaan sekä lukijan että yhteisön näkökulmasta pohtien, miksi lukijalle kirjoitetaan kyseisestä aiheesta, mitä tietoa lukija tarvitsee ja palveleeko lehtijuttu yhteisön tavoitteiden toteutumista. Hyvä lehtijuttu herättää lukijan mielenkiinnon, yllättää ja viihdyttää. Se välittää uutta tietoa, on ajankohtainen ja parhaassa tapauksessa tarjoaa jonkin uuden ja tuoreen näkökulman. Lehtijutun kiinnostavuus kasvaa myös, mikäli se tulee lähelle lukijaa, on inhimillinen ja tarjoaa mahdollisuuden samaistua ihmisiin tai tilanteisiin. (Åman 2003.)

Kaukajärviselä on alkanut pohtia oman lehden tai tiedotteen julkaisemista, mutta sen muoto, sisältö, ilmestymisaikataulu ja jakelumäärä ovat vielä mietinnän alla. Selä oli aikoinaan osallisena yli 20 vuoden ajan ilmestyneessä Kaukajärven Uutiset -lehdessä, joka oli isännöitsijä- ja kiinteistöhoitoyhtiö Kaukajärvisuuskunnan toimittama lehti yhdessä alueen muiden yhdistysten kanssa. Lehti ilmestyi vain Kaukajärven alueella ja sisälsi paljon Kaukajärven omia ja ajankohtaisia asioita. Kaukajärven Uutisten ilmestyminen kuitenkin loppui 1990-luvulla talousvaikeuksien takia.

5.2.4 Esitteet ja muut julkaisut

Yhdistyksen toiminnasta on hyvä olla olemassa yleisesite, joka kertoo yhdistyksen toiminnasta, tavoitteista ja yhteyshenkilöistä. Esitettä on helppo jakaa erilaisissa tilaisuuksissa, jolloin se toimii hyvin erityisesti uusien jäsenten houkuttelemisessa tai yleisesti tunnettuuden lisääjänä. Esite toimii eräänlaisena käyntikorttina, minkä lisäksi ainakin yhdistyksen keskeisillä toimihenkilöillä on hyvä olla varsinaiset käyntikortit potentiaalisille yhteistyökumppaneille jaettavaksi. Yleisesitteen lisäksi yhdistyksellä voi olla muitakin esitteitä, mutta toisaalta on parempi panostaa yhteen laadukkaaseen esitteeseen kuin useampaan huolimattomammin tehtyyn ja mahdollisesti turhaan esitteeseen. Uusia esitteitä suunniteltaessa on mietittävä esitteen todellinen tarve ja mahdollinen jakelupaikka. (Ilvonen 2007, 49.)

Eräänlaisena yhdistyksen toiminnan esitteenä toimii myös vuosi- tai toimintakertomus. Vuosikertomus voi sisältää tilinpäätöksen ja toimintakertomuksen lisäksi jäsenlehden tai esitteen elementtejä. Vuosikertomuksen kiinnostavuuteen voi vaikuttaa mielenkiintoa herättävällä kannella ja kuvituksella, eikä sen tarvitse olla tarkoitettu vain jäsenille, vaan sitä voidaan jakaa myös muille sidosryhmille. Muita yhdistyksen julkaisuja ovat esimerkiksi kalenteri, historiikit tai tiettyyn teemaan keskittyvät julkaisut. Yhdistys voi myös tehdä jotakin erilaista ja julkaista esimerkiksi kirjan, jossa yhdistyksen toimintaa ja arvoja tuodaan esille sadun tai sarjakuvan muodossa. (Ilvonen 2007, 49, 51–52.)

Kaukajärviseuralla on olemassa esitteitä, joita on jaossa muun muassa seuran tapahtumissa. Seura laatii vuosittain myös lyhyen toimintakertomuksen, joka lähetetään jäsenille yhdessä vuosikokouskutsun kanssa.

5.3 Muut viestintäkanavat

Verkkosivujen, sosiaalisen median, paikallislehtien ja muiden julkaisujen lisäksi yhdistyksillä voi olla käytössään muitakin viestintäkanavia, kuten tapahtumat, media, ulkomainonta ja puskaradio.

Yhdistykset järjestävät usein erilaisia tapahtumia, joko pieniä tai suuria, kaikille avoimia tai pienelle joukolla suunnattuja, huvitteluun tarkoitettuja tai virallisempia tilaisuuksia.

Tapahtuman suunnittelussa on määriteltävä, kenelle tilaisuus on tarkoitettu, mikä on sen teema, mitä tavoitteita sille asetetaan ja mikä on tilaisuuden ylivoimatekijä, joka saa ihmiset osallistumaan tapahtumaan. Joskus tapahtumat muodostuvat traditioiksi, joissa ihmiset tottuvat käymään vuodesta toiseen ja haluavat esimerkiksi tulla tapaamaan tuttuja tai muita tärkeitä henkilöitä. Onnistuneen tapahtuman osatekijöitä ovat lisäksi sopiva ajankohta, ennakkomarkkinointi, tapahtuman kesto ja jälkihoito. (Juholin 2009, 210–211.) Tapahtumat ovat yhdistyksille erinomainen keino tehdä toimintaa ja avainhenkilöitä tunnetuksi ja pitää yhteyttä jäseniin. Tapahtumat voivat olla viihteellisiä, kuten urheilua, esityksiä tai muuta toimintaa sisältävät tapahtumat. Ne voivat olla myös informatiivisempia, kuten tiedotus- ja keskustelutilaisuudet, avointen ovien päivät tai tutustumiskäynnit. Kaukajärvisseura järjestää satunnaisten tapahtumien lisäksi vuosittain neljä perinteistä tapahtumaa: Talviturkinkastajaiset, Haiharan talvipäivän, Nappulahiihtokilpailut ja vuosikokouksen, jotka kaikki järjestetään kevätkaudella. Kolme ensin mainittua tapahtumaa tarjoavat lähinnä viihteellistä toimintaa kaikille Kaukajärven perheille, mutta viimeisenä mainittu vuosikokous on informatiivisempi tilaisuus seuran jäsenille.

Media sisältää kaksi eri ryhmää: painetun ja sähköisen median. Edellä esiteltiin jo paikallislehdet ja Internet, mutta niiden lisäksi media sisältää radion ja television. Erilaisissa medioissa näkyminen on tärkeää yhdistykselle erityisesti toiminnan tunnetuksi luomisessa. Median kanssa toimittaessa on hyvä muistaa tiettyjä pelisääntöjä. Omasta toiminnasta on hyvä tiedottaa mieluummin liikaa kuin liian vähän, sillä kaikki medioille lähetetyt tiedotteet eivät päädy julkisuuteen asti. Jotta uutinen ylittää uutiskynnyksen, sen on oltava ajankohtainen, informatiivinen, paikallinen, useita ihmisiä koskettava, yllätyksellinen tai jollakin tavalla ristiriitoja herättävä. Yhdistyksen ja erityisesti sen johtohenkilöiden tulee olla itse aktiivisia ja oma-aloitteisia, luoda hyvät suhteet toimittajiin sekä lähettää aineistoa mahdollisimman nopeasti toimittajia kiinnostavista asioista. Yhdistys voi pitää omaa medialistaa niin pienistä kuin suuristakin viestimistä ja tärkeistä yhteyshenkilöistä, joille tarvittaessa lähetetään juttuaiheita. (Ilvonen 2007, 53–54.) Kaukajärvisseurassa käytetään radioviestintää ajoittain, kun on jokin seuran järjestämä tapahtuma tulossa. Seura ilmoittaa tapahtumista paikalliselle radiokanavalle, jossa luetaan kerran päivässä tulevat menovinkit. On kuitenkin epävarmaa, valitaanko juuri Kaukajärvisseuran ilmoittama tapahtuma radiossa luettavaksi.

Ulkomainonta sisältää julkisilla paikoilla näkyvät mainokset ja tiedotteet. Kaukajärvi-seura käyttää tapahtumaviestinnässään erityisesti ulkomainostelineitä, joita viedään tapahtumien lähestyessä muutama kappale muun muassa Kaukajärven keskustaan, Haiharan kartanolle ja koulun lähelle riippuen siitä, mikä tapahtuma on kyseessä. Ajoittain viedään tiedotteita myös muun muassa lähikaupan ilmoitustaululle, päiväkoteihin, kirjastoon ja Kaukajärven rannan talviuintikopin tai kesäkioskin seinälle. Seuralla oli Kaukajärvellä aikoinaan käytössään omat lukolliset ilmoitustaulut, jotka kuitenkin jouduttiin poistamaan ilkeiden vuoksi. Myös kerrostalojen rappukäytävien ilmoitustauluille on ennen viety tiedotteita, mutta nykypäivänä ulkopuolisilta suljetut ovet ovat tehneet tuon tehokkaan viestintäkanavan lähes mahdottomaksi.

Puskaradio on epävirallinen viestintäkanava, jonka kautta tieto kulkee ihmisten puhues-
sa toisilleen kasvokkain tai jonkin viestintävälineen välityksellä. Se on edullinen viestintäkanava, jonka kautta viestien kulku on tosin hyvin sattumanvaraista. Puskaradio voi olla parhaimmillaan erinomainen viestintäkanava ja vaikuttaa myönteisesti myös yhteisökuvaan, mutta toisaalta se voi tuoda myös huonoa mainosta yhteisölle yhdenkin negatiivisen asian lähtiessä liikkeelle. Puskaradio toimii aktiivisimmin tiiviillä, yhteisöllisillä alueilla. On vaikea sanoa, kuinka paljon tietoa Kaukajärviseurasta kulkeutuu puskaradion kautta, sillä se on hyvin sattumanvaraista. Nykypäivänä puskaradion merkitys on myös vähäisempi kuin ennen, sillä kasvokkaisviestintä on vähentynyt matkapuhelinten ja tietokoneiden vallattua elämämme ja Kaukajärvi on kasvanut suureksi alueeksi, jossa yhteisöllisyyden tunne on nykyään vähäistä.

6 Arvioinnista viestinnän kehittämiseen

Tämä luku käsittelee viestinnän arviointi- sekä suunnittelu- ja kehittämisprosessia. Tässä tutkimuksessa arviointi suoritetaan auditoinnin avulla, mikä tarkoittaa Kaukajärvi-seuran hallituksen suorittaman viestinnän onnistumisen arviointia selvittämällä seuran jäsenten mielipiteitä, toiveita ja tyytyväisyyttä. Viestinnän lisäksi tarkoituksena on arvioida yleisesti seuran toimintaa, mutta tämä luku käsittelee arviointia ja kehittämistä lähinnä viestinnän osalta. Varsinainen kehittämistyö jää tutkimuksen ulkopuolelle muutamia kehitysehdotuksia lukuun ottamatta.

6.1 Arvioinnin tulee olla jatkuva prosessi

Viestinnän arvioinnin tarkoituksena on selvittää tutkimuksen avulla viestinnän nykytilaa ja tunnistaa sen kehittämiskohteet. Arvioinnin avulla selvitetään myös, ovatko viestinnän tavoitteet yhtenäisessä linjassa organisaation strategian ja tavoitteiden kanssa. Arvioinnin tulisi olla jatkuvaa ja kokonaisvaltaista, eikä sen toteuttamiseen ole olemassa yhtä tiettyä tapaa. Arvioinnissa käytettävät mittarit ja keinot määritellään aina organisaatio-, tapaus- ja tilannekohtaisesti. Arvioinnin periaatteiden mukaan arviointi vaatii tutkimusta, sekä eteen- että taaksepäin katsomista, suhteellisuutta, vertailua ja monipuolisten, pätevien mittareiden löytämistä. Arviointi on lyhytkestoista silloin, kun on kyse esimerkiksi yksittäisestä viestintäoperaatiosta, kampanjasta tai projektista, ja sen tarkoituksena on löytää prosessin aikana tai välittömästi sen jälkeen esiintyviä reaktioita ja vaikutuksia. Toisaalta arviointi voi olla pitkäkestoista, jolloin se kohdistuu viestinnän vaikuttavuuteen selvittäen sitä, millaisia viestinnän tulokset ovat ja kuinka ne palvelevat organisaation strategiaa ja tavoitteita. Arvioinnin periaatteiden mukaan arviointi lähtee arvioitavan organisaation ja sen päättäjien tai muiden avainsidosryhmien tavoitteista. (Juholin 2010, 28–32.)

6.1.1 Auditointi

Viestinnän auditointitutkimus tarkoittaa organisaation viestinnän tilan tutkimista tietynä ajankohtana. Tutkimuksessa on tarkoitus kuunnella sidosryhmiä ja saada selville heidän käsityksiään ja mielipiteitään organisaation viestinnästä – tuleehan auditointi latinan sanasta *audire*, joka tarkoittaa kuulemistä ja kuuntelemista. (Tukiainen 2000, 6.) Audi-

toinnin kriteerinä on, että sen suorittaa organisaation ulkopuolinen asiantuntija luotettavilla mittareilla, jotta tuloksista saadaan objektiivisia ja luotettavia (Juholin 2006, 376).

6.1.2 Viestinnän arvioinnin dynaaminen sykli

Pelkkä kertaluontoinen auditointitutkimus ei useinkaan riitä tehokkaan viestinnän ylläpitämiseksi, vaan organisaatioiden tulisi arvioida ja kehittää viestintäänsä jatkuvasti.

Apuna arvioinnissa voi käyttää esimerkiksi Elisa Juholinin (2010, 39–40) esittämää viestinnän arvioinnin dynaamista sykliä:



*) Strategialla tarkoitetaan dynaamista, kokonaisvaltaista ja kehittyvää toimintamallia, joka sitoo yhteen toiminta-ajatuksen, vision, arvot ja ydinosaamisen.

Kuvio 3. Viestinnän arvioinnin dynaaminen sykli (Juholin 2010, 39)

Sykliin voi mennä missä vaiheessa tahansa, ja se kuuluu yhtenä osana organisaation vuosikiertoon ja toimintaan (kuvio 3). Suunnitelmien arviointi (1.) tarkoittaa tilannekuvan muodostamista, tulevaisuuden mahdollisuuksien ja uhkien tunnistamista ja suunnitelmien realistisuuden ja tarkoituksenmukaisuuden tarkastelua. Prosessien seurannassa

ja arvioinnissa (2.) tarkastellaan nykyhetkeä ja seurataan omaa organisaatiota, sen sidosryhmiä, perinteistä ja sosiaalista mediaa sekä toimintaympäristöä. Seurannan tarkoituksena on tehdä pika-analyysejä, joiden mukaan päätetään tulevista vaiheista. Jatkuva seuranta ja pika-analyysit auttavat toimimaan esimerkiksi kriisi- ja poikkeustilanteissa. Vaikuttavuuden arviointia (3.) voidaan tehdä joko kampanjakohtaisesti tai tietyn aikavälein, esimerkiksi kerran vuodessa. Harvemmin suoritettu arviointi voi monissakin tapauksissa olla tarpeen, sillä tiettyjen toimenpiteiden vaikutukset ja merkittävät muutokset saattavat näkyä vasta pidemmän ajan päästä, esimerkiksi silloin, kun pyritään parantamaan organisaation työhyvinvointia tai mainetta. Kaikki edellä mainitut vaiheet tähtäävät kehittämiseen (4.), joka on syklin tärkein vaihe. (Juholin 2010, 39–41). Kehittämisestä on kerrottu tarkemmin seuraavassa luvussa.

6.2 Suunnittelulla tehokkuutta viestintään

Viestinnän suunnittelu ja kehittäminen kannattaa, sillä hyvin laadittu viestintäsuunnitelma tukee yhdistyksen tavoitteita, helpottaa arkista työtä antaen toiminnalle suunnan, luo työnjakoa ja vastuuta sekä auttaa resurssien määrittelyssä ja tehokkaassa hyödyntämisessä. Kuitenkin, vaikkei viestintää koskaan suunniteltaisi tai kehitettäisi millään tavalla, yhdistys viestii jatkuvasti muun muassa nimellään, visuaalisella ilmeellään ja palveluillaan. (Ilvonen 2007, 29.) Arvioimalla ja kehittämällä viestintää säännöllisin väliajoin siihen saadaan kuitenkin tehokkuutta ja pystytään muokkaamaan viestintää sidosryhmien tarpeita ja jatkuvasti muuttuvaa viestintäteknologiaa vastaavaksi.

Viestinnän kehittämistyön edellytyksenä on, että viestinnän nykytilanne on perusteellisesti arvioitu. Arvioinnin tuottamat tiedot tulee käsitellä perusteellisesti, tunnistaa ja analysoida heikkoudet ja vahvuudet, tiedostaa kehittämiskohteet ja tehdä suunnitelmat niitä varten. Viestinnän kehittämisen tulisi olla yhteisöllinen prosessi, johon mahdollisimman moni pääsee osallistumaan ja vaikuttamaan (Juholin 2010, 40–41).

Viestinnän kehitystyössä kannattaa lähteä liikkeelle määrittelemällä yhdistyksen viestintästrategia, joka on pidemmän aikavälin (2–4 vuotta) suunnitelma ja toimii pohjana viestinnän operatiiviselle suunnittelulle. Strategia sisältää viestinnän tämänhetkisen tilanteen, tulevaisuuden päätavoitteiden ja toimenpiteiden, käytettävissä olevien resurssi-

en ja tulosten seuranta- ja arviointitoimenpiteiden määrittelyn. Strategian laatimisessa on pidettävä mielessä yhdistyksen toiminta-ajatus eli käsitys siitä, miksi se on olemassa, jotta strategia palvelisi yhdistyksen ja sen sidosryhmien tarpeita. Strategiaan listatut pitkän aikavälin tavoitteet ovat yleensä laadullisia tavoitteita, eli esimerkiksi jäsentiedotteiden tai kotisivujen sisällön kehittäminen tai yhdistyksen tunnettuuden lisääminen. Pienissä yhdistyksissä ei ole välttämätöntä laatia laajaa viestintästrategiaa – riittää että tärkeimmät yhdistyksen viestinnän ja sen tavoitteiden linjaukset ja kehitystoimenpiteet mietitään yhdessä ja kirjataan ne ylös. (Ilvonen 2007, 29–31.)

Viestintä tulee ottaa olennaiseksi osaksi yhdistyksen toimintaa, jotta sillä päästään haluttuihin tavoitteisiin. Pelkkä viestintästrategia ei riitä tehokkaan viestinnän toteuttamiseksi, vaan viestintää tukemaan on hyvä luoda viestintästrategian linjauksille pohjautuva konkreettinen viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelma sisältää operatiivisen viestinnän toimenpiteet ja se laaditaan lyhyemmälle aikavälille kuin viestintästrategia, esimerkiksi yhdeksi vuodeksi tai vain jotakin yksittäistä tapahtumaa varten. Hyvä suunnitelma sisältää tavoitteiden lisäksi vähintään keinot tavoitteiden saavuttamiseen, aikataulun, käytettävät viestintävälineet sekä viestinnän työnjaon ja kustannukset. Lyhyen aikavälin tavoitteet ovat usein määrällisiä, mikä tarkoittaa esimerkiksi jäsentiedotteen julkaisemista useammin tai tapahtumien osallistujamäärän kasvattamista. Selkeiden ohjeiden, tavoitteiden ja viestintäsuunnitelman laatiminen on tärkeää erityisesti silloin, kun yhdistys toimii vapaaehtoisvoimin ja resurssit viestinnän hoitamiseen ovat rajalliset. (Ilvonen 2007, 20–21.) Yksi keino viestinnän operatiiviseen suunnitteluun on laatia viestinnän vuosisuunnitelma, jossa on listattuna vuoden tiedossa olevat tapahtumat ja ajankohdat, jolloin niistä viestitään.

7 Tutkimusaineiston hankintatapa ja analyysimenetelmä

Tapaustutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Kaukajärviseuran hallituksen ja jäsenistön tyytyväisyyttä seuran viestintään ja toimintaan ja saada siten selville tärkeimmät kehityskohteet. Painopiste tutkimuksessa oli viestinnässä, mutta samalla haluttiin tutkia myös muita seuran toimintaan liittyviä asioita, kuten tapahtumatarjonnan riittävyyttä.

Tutkimus tehtiin sekä laadullisin että määrällisin tutkimusmenetelmin. Laadullisena menetelmänä käytettiin teemahaastattelua ja määrällisenä tutkimusmenetelmänä survey-tutkimusta, jotka on esitelty seuraavissa luvuissa. Tutkimuksessa toteutui triangulaatio, joka tarkoittaa useamman eri tutkimusmenetelmän yhdistämistä ja lisää tutkimuksen moninäkökulmaisuuutta, reliabiliteettia ja validiteettia (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c).

7.1 Teemahaastattelu

Haastattelu suoritettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna, joka koostui ennalta mietityistä aihepiireistä ja niihin liittyvistä apukysymyksistä ja avainsanoista. Teemahaastattelun ominaispiirteenä on, että haastattelun teemat ovat kaikille haastateltaville samat, mutta haastatteliija voi vapaasti vaihdella kysymysten muotoa ja järjestystä ja tehdä tarvittaessa tarkentavia lisäkysymyksiä aihepiiriin liittyen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.)

Teemahaastattelun etuna muihin haastattelutyyppeihin verrattuna on, että se on vapaamuotoisempi kuin strukturoitu haastattelu, jossa on tiukasti määritelty runko kysymyksineen ja vastausvaihtoehtoineen, mutta kuitenkin strukturoidumpi kuin avoin haastattelu. Teemahaastattelu mahdollistaa siten haastateltavien vastaamisen vapaasti omin sanoin, mutta ennalta määrättyjen teemojen vuoksi haastattelu saadaan pysymään tiettyjen aihepiirien ympärillä, eikä se lähde rönsyilemään tutkimuksen kannalta epäolennaisiin asioihin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 208–209.)

Valitsin teemahaastattelun tutkimusmenetelmäksi, sillä sen avulla sain parhaiten selvitettyä Kaukajärviseuran hallituksen jäsenten mielipiteitä. Keskustelu pysyi ennalta

määriteltyjen teemojen sisällä, mutta mahdollisesti haastateltaville vapaan mielipiteiden esittämisen. Haastattelutilanne kasvotusten loi myös mahdollisuuden selvittää lisäkysymyksillä vastausten taustoja tarkemmin, ja esille tuli myös asioita, joita en olisi itse havainnut kysyä.

7.1.1 Haastattelujen toteuttaminen ja analysointi

Haastattelut toteutettiin loka-marraskuussa 2011 sekä tammikuussa 2012. Kävin haastattelemassa yhteensä seitsemää nykyistä ja entistä Kaukajärviseuran hallituksen jäsentä, joiden joukossa oli seuran puheenjohtaja, sihteeri, rahastonhoitaja sekä neljä muuta henkilöä, joista kaksi on aiemmin toiminut seuran puheenjohtajana. Haastattelut tehtiin haastateltavien kotona yhden haastattelun kestäessä keskimäärin tunnin. Osa hallituksen jäsenistä on pitkäaikaisia kaukajärveläisiä, joten heidän kertomuksensa ja kokemuksensa toivat arvokasta tietoa myös siitä, millaista elämä Kaukajärvellä on aiemmin ollut ja kuinka Kaukajärvisseura on ollut siihen vaikuttamassa vuosien saatossa. Haastattelu toteutettiin pääasiassa yksilöhaastatteluna, mutta haastateltavien joukossa oli kaksi pariskuntaa, joille tehtiin parihaastattelu. Kummankin pariskunnan haastattelut käsiteltiin analyysivaiheessa kuitenkin yhtenä vastaustuloksena, eikä puolisoitten vastaustuloksia eritelty.

Haastattelujen tarkoituksena oli saada syvempi kuva Kaukajärviseuran nykytilanteesta, ongelmakohtista ja tyytyväisyyden aiheista sekä siten selvittää seuran toiminnan ja viestinnän tärkeimmät kehityskohteet aktiivijäsenten näkökulmasta katsottuna. Eräs haastattelujen tarkoitus oli myös saada vertailukohde kyselyä varten, sillä siten pystyttiin selvittämään, kuinka hyvin hallituksen jäsenten ja seuran muiden jäsenten mielipiteet ja näkemykset kohtasivat.

Teemahaastattelun pääteemoina olivat nykytilanne, painettu viestintä, sähköinen viestintä, viestinnän kehittäminen ja seuran toiminnan kehittäminen. Näiden teemojen alle suunnittelin kysymyksiä, jotka pyrin kysymään kaikilta haastatelluilta (liite 1). Valmiiksi mietittyjen kysymysten lisäksi kysyin haastatelluilta lisäkysymyksiä riippuen siitä, mihin suuntaan keskustelu heidän kanssaan eteni.

Nauhoitin ja litteroin kaikki haastattelut selkeän analyysin ja luotettavan tuloksen aikaansaamiseksi. Litteroitua aineistoa lähdin analysoimaan teemoittelun avulla. Tein eri teemoista, kuten viestinnän ja toiminnan ongelmakohdista, yhteisökuvasta ja viestintäkanavista taulukot, joihin merkitsin kunkin haastatellun kohdalle heidän haastatteluisaan esille tulleita asioita liittyen kyseisiin teemoihin. Analysoinnissa oli mukana myös kvantifioinnin piirteitä, sillä laskemalla kuinka monessa haastattelussa tietty asia tuli esille, sain selville tärkeimmiksi koetut asiat. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b.) Havainnollistaakseni tutkimustuloksia laadin tärkeimmistä teemoista kaaviot, jotka löytyvät haastattelutuloksia esittelevästä luvusta 8.2.

7.2 Survey-tutkimus

Survey-tutkimus tarkoittaa suunnitelmallista kysely- tai haastattelututkimusta, jossa tehdään määrämuotoinen kysely suurelle kohderyhmälle joko puhelimitse, postitse tai sähköisesti Internetin kautta. Kyselyä varten laaditaan standardoitu lomake, jossa on tarkkaan suunniteltu rakenne ja kysymykset, joiden avulla kaikilta vastaajilta kysytään samat asiat samalla tavalla. Posti- tai verkkokyselylomake lähetetään tutkittaville henkilöille, jotka täyttävät lomakkeen itsenäisesti ja palauttavat sen tutkijalle valmiiksi maksetussa palautuskuoressa tai Internetissä verkkokyselyn ollessa kyseessä. Usein on myös tapana lähettää muistutusviesti vastaamatta jättäneille, minkä seurauksena vastausprosentti voi jopa kaksinkertaistua. (Juholin 2006, 352; Hirsjärvi ym. 2009, 193, 196.)

Kyselytutkimuksen etuina ovat vastaamisen nopeus ja helppous, edullisuus, mikäli kysely suoritetaan verkkokyselyinä, sekä mahdollisuus kerätä laaja aineisto suurelta joukolta. Aineisto on myös helppo koota ja analysoida tietokoneen avulla, mutta hyvän kyselylomakkeen tekeminen ja tutkimuksen toteuttaminen vie tutkimuksen tekijältä paljon aikaa erityisesti postitse tehtävässä kyselytutkimuksessa. Kyselyn haittapuoleksi voi muodostua valmiiden kysymysten ja vastausvaihtoehtojen rajaavuus, jolloin tärkeitäkin ilmiöitä voi jäädä huomaamatta. Sen vuoksi kyselyihin on hyvä laittaa vähintään yksi avokysymys, jotta vastaajat voivat omin sanoin kertoa mielipiteensä tai tarkentaa vastauksiaan. Kyselyyn vastaaminen tapahtuu ilman ohjaajaa, joten tutkimustulosten luotettavuutta voivat heikentää vastaajien perehtymättömyys aiheeseen, epärehellisyys tai heissä syntyneet väärinymmärrykset. Nykyään ihmisiä voi olla myös vaikea saada vas-

taamaan kyselyihin, sillä Internetin käytön yleistymisen ja yritysten kehittämis- ja tehostamistarpeet ovat aiheuttaneet sen, että erilaisia kyselyitä tehdään jatkuvasti eikä ihmisillä ole välttämättä aikaa tai kiinnostusta niihin vastaamiseen. Kyselyiden vastausprosentti jääkin usein valitettavan pieneksi. (Juholin 2006, 353; Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

7.2.1 Kyselylomakkeen laatiminen

Toimiva kyselylomake on sopivanmittainen, ulkoasultaan selkeä ja kysymysten on oltava yksinkertaisia ja helppotajuisia, jotta vastaaja kokee kyselyyn vastaamisen miellyttäväksi. Liian pitkä kysely ei houkuttele vastaamaan, postikyselyihin vastaamisen ei tulisi kestää yli 15–20 minuuttia. Ensivaikutelma ja lomakkeen yleisilme ovat vastaajalle tärkeitä ja vaikuttavat suuresti vastaamispäätökseen. Lomakkeen teksti ei saa olla liian tiivistä tai harvaa, tärkeitä ovat selkeä kirjaisin ja selvästi toisistaan erottuvat kysymykset. Kysymykset kannattaa asetella loogiseen järjestykseen aloittaen helpoista kysymyksistä ja ryhmitellen samaan aiheeseen kuuluvat kysymykset yhteen. Vaikka taustakysymykset ovatkin helppoja ja voisivat siten asettua kyselyn alkuun, kannattaa ne kuitenkin laittaa kyselyn loppuun. Vastaaja saattaa muutoin kokea heti alkuun anonymiteettinsa uhatuksi ja vastausmotivaation hiipuesssa kyselyn loppua kohden vastaajan on helppo vastata viimeisenä taustatietokysymyksiin. (KvantiMOTV; Valli 2010, 105.)

Erityyppisille kysymyksille tulee miettiä oikeanlainen rakenne. Strukturoidut valinta- ja monivalintakysymykset ovat hyviä silloin, kun kysymykseen on olemassa valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee ohjeistuksen mukaisesti joko yhden tai useamman. Niihin vastaaminen ja tulosten analysointi on helppoa. Asteikollisia kysymyksiä käytetään esimerkiksi silloin, kun halutaan saada tarkemmin selville vastaajien mielipide jostakin asiasta. Kysymyksissä kannattaa käyttää tunnettuja ja toimiviksi todettuja vastauskaaloja, esimerkiksi Likertin asteikkoa (esim. 1–5, 1 = Täysin eri mieltä, 5 = Täysin samaa mieltä). Asiat on perusteltua kysyä avokysymysten avulla, kun mahdollisia vastausvaihtoehtoja olisi liikaa monivalintakysymykseen laitettavaksi, kun halutaan omin sanoin tehtyjä perusteluja tai kun halutaan löytää uusia ideoita tai saada avointa palautetta. Avokysymyksiä voidaan käyttää myös monivalintakysymyksissä Muu, mikä - vastausvaihtoehdon yhteydessä. Avoimiin kysymyksiin liittyy kuitenkin se riski, ettei niihin aina vastata ja vastaustavat voivat vaihdella suuresti. Sen vuoksi avoimia kysy-

myksiä kannattaa käyttää vähän ja harkiten. Kaikki kyselyn kysymykset tulee muotoilla lyhyiksi ja yksinkertaisiksi, ja on huomioitava, että kysymysten vastausvaihtoehdot ovat toisensa poissulkevia ja kattavat kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot. Kaikkea tulisi kysyä riittävän tarkasti, sillä analyysivaiheessa on helpompi tulkita liian hienojakoista kuin liian suurpiirteistä aineistoa. (KvantiMOTV.)

En osaa sanoa -vastausvaihtoehdon käyttöön liittyvät omat hankaluutensa. Riskinä on, että varsinkin epävarmimmat vastaajat käyttävät sitä herkästi liikaa. Sen vuoksi se kannattaa sijoittaa asteikollisissa kysymyksissä skaalan loppuun. Kyseistä vaihtoehtoa ei kannata jättää poiskaan, sillä sen puuttuminen voi turhauttaa vastaajan, jos hän joutuu vastaamaan jonkin muista vaihtoehdoista, vaikkei hänellä ole mielipidettä tai riittävää perehtyneisyyttä kysymyksen aiheeseen. Pakolla ”väärin” vastattu kysymys vääristää myös tutkimustuloksia. (KvantiMOTV.)

Kyselylomakkeessa ei tule mielellään käyttää sanaa kysely, joka saattaa aiheuttaa monessa potentiaalisessa vastaajassa kielteisen reaktion ja vastaamatta jättämisen. Sen sijaan voi käyttää esimerkiksi tutkimus-sanaa, joka on sävyltään positiivisempi ja saa kyselyn vaikuttamaan tärkeämmältä. Ihminen vastaa helpommin, kun hän saa osallistua johonkin tärkeältä ja hyödylliseltä tuntuvaan tutkimukseen.

Kyselylomakkeeseen tulee liittää saatekirje, jossa kerrotaan kyselyn tarkoitus, vakuutetaan vastaaja hänen vastauksensa tärkeydestä ja tietojen luottamuksellisesta käsittelystä sekä rohkaistaan häntä vastaamaan. Mukaan liitetään myös vastausaika ja palautusohjeet. Joskus kyselyihin liitetään mukaan arvonta, jossa yhteystietonsa jättäneiden vastaajien kesken arvotaan jokin palkinto. Se voi rohkaista ihmisiä vastaamaan, mutta sisältää myös riskin, että ihminen vastaa kysymyksiin huolettomasti vain arvontaan osallistuminen mielessään. Kyselyn postitusajankohtaa tulee myös hieman miettiä, eikä lähettää kyselyä esimerkiksi joulukuussa kun ihmiset ovat kiireisimmillään ja postilaatikot täynnä muuta postia. (Hirsjärvi ym. 2009, 204.)

7.2.2 Kyselyn toteuttaminen ja analysointi

Opinnäytetyöni kysely toteutettiin postikyselyinä lähettämällä kysely 13.3.2012 vuosikokouksen mukana Kaukajärviseuran 265 jäsentalouteen. Vastausaikaa kyselyyn oli reilu viikko 23.3.2012 asti. Vastaaminen tapahtui lähettämällä kysely palautuskuoressa Kaukajärviseuralle. Sähköpostikysely ei ollut mahdollinen sen vuoksi, että seuralla on tiedossa vain jäsentensä postiosoitteet. Vastaajille tarjottiin kuitenkin mahdollisuus vastata kyselyyn vaihtoehtoisesti Internetissä olevan linkin kautta, joka laitettiin Mansetori.fi-sivustolle Kaukajärviseuran sivuille. Kyselytutkimus sijoittui kokonais- ja otantatutkimuksen välimaastoon, sillä kysely lähetettiin kaikkiin jäsentalouksiin, mutta joissakin talouksissa on useampi kuin yksi jäsen, jolloin vain yksi jäsen taloutta kohden pystyi vastaamaan postikyselyyn. Vastausprosentin laskemiseksi käytin perusjoukkoa, joka oli 265 jäsentaloutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 179–180).

Kysely sisälsi saатteen lisäksi 15 kysymystä jaettuina kahteen osioon, Kaukajärviseuran viestintä ja Kaukajärviseuran toiminta, sekä 6 kysymystä sisältävän taustatieto-osuuden (liite 2). Kysymyksistä suurin osa oli valinta-, monivalinta- ja asteikollisia kysymyksiä, joiden lisäksi kysely sisälsi kuusi avokysymystä. Avokysymysten suuri määrä oli perusteltua sen vuoksi, että niiden avulla saatiin avointa palautetta ja uusia ideoita jäsenjoukolta, joka oli entuudestaan seuran hallitukselle hieman vieras. Kysely tehtiin Wordilla paperilomakkeen muotoon sekä Webropol-ohjelmalla verkkokyselyksi. Kyselyyn liitettiin vastaajien houkuttelemiseksi arvonta, jossa palkintoina olivat yksi hierontalahjakortti ja kaksi Kaukajärviseuran T-paitaa.

Postitse tulleet vastaukset lisäsin jälkeenpäin nettikyselyyn, jotta kaikki vastaukset saatiin helposti kerättyä yhteen Webropolin avulla. Kyselymateriaalin analysoinnissa käytin lisäksi apuna Exceliä, jolla loin vastauksista havainnollistavat kuviot. Avokysymysten analysointia tein teemoittelun avulla ja jaoin kunkin kysymyksen vastaukset omiin aihepiireihin löytääkseni useimmin toistuvat asiat.

8 Tutkimusaineiston tulokset

Tässä luvussa esitän tulokset keräämästäni tutkimusaineistosta, joka koostuu epävirallisesta esitutkimuksesta, Kaukajärviseuran aktiivijäsenille (ts. hallituksen jäsenille) tehdystä teemahaastatteluista ja seuran muulle jäsenistölle suunnatusta kyselystä.

8.1 Esitutkimus

Ennen opinnäytetyöni varsinaista tutkimusprosessia lähdin orientoitumaan aiheeseen osallistumalla 2.10.2011 Tampereen Kaukajärvellä järjestettyihin Haiharan Kartanon väentuvan 200-vuotisjuhliin. Tapahtumaan osallistui useita kymmeniä ihmisiä, joista valitsin satunnaisesti 10 eri-ikäistä ihmistä ja haastattelin heitä muun muassa liittyen heidän mielikuviinsa ja mielipiteisiinsä seuran toiminnasta, viestinnästä ja tapahtumista. Kolme kymmenestä ei tuntenut seuraa lainkaan ja eräällä pitkäaikaisella kaukajärveläisellä oli seurasta negatiivinen mielikuva sen vuoksi, ettei seura hänen mielestään tee aloitteita Kaukajärven hyväksi. Suurimmalla osalla kuitenkin oli seurasta positiivinen mielikuva muun muassa siksi, että se yhdistää sekä nuoria että vanhoja ja on yksi aktiivisimmista seuroista Tampereella. Kaksi haastatelluista oli seuran jäseniä, joskaan toinen heistä ei itse tiennyt olevansa jäsen. Kaksi haastatelluista oli hieman tyytymättömiä seuran viestintään, kaksi tyytyväisiä ja muut eivät ottaneet asiaan kantaa. Kahdeksan henkilöä sanoi saavansa parhaiten tietoa postitse tulevien lehtien ja tiedotteiden kautta, kolme henkilöä ulkomainonnan kautta ja neljä kannatti Internetiä. Internetiin toivottiin erityisesti sivustoa, josta näkisi kaikki Kaukajärven ja lähialueen tapahtumat, ja myös Kaukajärven tai Kaukajärviseuran oma lehti tai tiedote sai kannatusta. Ohjelmatarjontaan toivottiin muun muassa kuoro-, tanssi- ja runotapahtumia sekä pelkästään aikuisväestölle tai nuorisolle tarkoitettuja tapahtumia. Kyseinen haastattelu oli kuitenkin epävirallinen, eikä sen tuloksia esitetä tutkimuksessa tämän tarkemmin.

8.2 Teemahaastattelu – hallituksen näkökulma

Haastatteleamalla seitsemää seuran hallituksen entistä ja nykyistä jäsentä sain selvitettyä seuran toiminnan ja viestinnän ongelmakohtia ja positiivisia puolia, mielipiteitä viestintäkanavista, yhteisökuvaa sekä tulevaisuuden kehittämistarpeita ja -toiveita. Haastatteluista kävi ilmi, että kehitettävää on paljon erityisesti viestinnän saralla, mutta myös yleis-

sesti seuran toiminnassa. Suurimmaksi ongelmaksi koettiin yleisesti tiedottamisen tehottomuus, joka ilmenee muun muassa niin, että seuran viestintä on vähäistä eikä tavoita kunnolla seuran jäseniä ja Kaukajärven asukkaita. Yhdeksi tärkeimmistä epäkohdista osoittautui myös vuorovaikutuksen puute hallituksen, seuran muiden jäsenten ja seuraan kuulumattomien kaukajärveläisten välillä. Eniten sai kiitosta toimiva edunvalvonta, jossa seura on ollut aktiivinen koko olemassaolonsa ajan. Seuraavassa on teemoittain esiteltynä yhteenvedot seitsemän haastattelun aineistoa hyödyntäen. Tekstissä olevat sitaattit ovat poimintoja haastatteluvastauksista.

8.2.1 Ongelmakohdat ja haasteet

Haastatteluissa tuli esiin useita epäkohtia, joihin Kaukajärviseuran hallituksen nykyiset ja entiset jäsenet ovat tyytymättömiä. Kuviossa 4 näkyvät tärkeimmät ongelmakohdat ja haasteet seuran hallituksen mielestä. Kuvio on tehty sen perusteella, kuinka monessa haastattelussa kyseiset ongelmakohdat tulivat esille.



Kuvio 4. Suurimmat ongelmakohdat ja haasteet Kaukajärviseuran toiminnassa ja viestinnässä hallituksen jäsenten mukaan (N=7)

Suurimmaksi ongelmaksi koettiin yleisesti viestinnän tehottomuus, sillä kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että viestintää tulee kehittää. Yksi syy seuran viestinnän tehotomuuteen on se, että vaikka toiminnasta ja tapahtumista viestitäänkin, viestintä ei ta-

voita kunnolla kohderyhmäänsä eli seuran jäseniä ja Kaukajärven asukkaita. Seuran viestintä ei siis tule tarpeeksi lähelle ihmisiä ja vaikuttaa siten jäsenten passivoitumiseen ja jäsenmäärän vähenemiseen, jotka olivat toiseksi suurimpia ongelmia haastateltavien mielestä. Seurassa toimii vain pieni aktiivisten ihmisten piiri, joka suurelta osin muodostaa hallituksen. Rivijäsenistö koetaan hyvin passiiviseksi, sillä seuran vuosikokouksessa käy hallituksen jäsenten lisäksi korkeintaan vain muutama muu jäsen ja tapahtumiin on vaikea saada järjestäjiä ja osallistujia. Vähäinen edunvalvontaviestintä koettiin myös suureksi ongelmaksi. Kaukajärviseuran edunvalvontatyö on melko aktiivista, mutta ongelmana on se, etteivät asukkaat tiedä seuran aikaansaannoksista vähäisen edunvalvontaviestinnän vuoksi.

Kolmanneksi suurin haaste oli oikeiden viestintäkanavien löytäminen. Seura on jo pitkään käyttänyt samoja viestintäkanavia, kuten ilmaisjakelulehtiä, ulkomainoksia ja tiedotteita esimerkiksi lähikaupan ilmoitustaululla. Osa haastateltavista koki ne hyväksi kanaviksi, mutta rinnalle tulisi kehittää uusiakin viestintätapoja, sillä vanhat, perinteiset viestintäkanavat eivät välttämättä ole nykypäivänä yhtä toimivia kuin ennen vanhaan. Neljä haastateltavaa mainitsi ongelmaksi sen, ettei kunnolla tiedetä, mitkä viestintäkanavat olisivat juuri ne tehokkaimmat ja parhaiten ihmisiä tavoittavat kanavat – ”Sanotaan, että tiedotetaan ehkä riittävästi, mutta se että millä tavalla tiedotetaan niin se pitäis arvioida uudestaan”.

Neljänneksi suurimpia ongelmakohtia olivat vuorovaikutuksen puute seuran jäseniin ja Kaukajärven asukkaisiin, seuran tuntemattomuus heidän keskuudessaan sekä henkilöresurssien vähäisyys. Vuorovaikutuksen puute koettiin ongelmalliseksi erityisesti edunvalvontatyön kannalta, sillä nykyään vain hallitus yksin ottaa kantaa esimerkiksi kaavoitusasioihin, joihin olisi tärkeää kuulla useampien ihmisten mielipiteitä. Seura ei voi itse tietää kaikkea, mitä Kaukajärvellä tapahtuu ja mihin asioihin asukkaat ovat tyytymättömiä, minkä vuoksi asukkaiden toivottaisiin ottavan aktiivisemmin yhteyttä seuraan ja kertovan havaitsemistaan epäkohdista – ”Tässä ei oo kontaktia tonne jäsenistöön, tää hallitus ei saa palautetta sieltä jäsenistöstä eikä toisinpäin”.

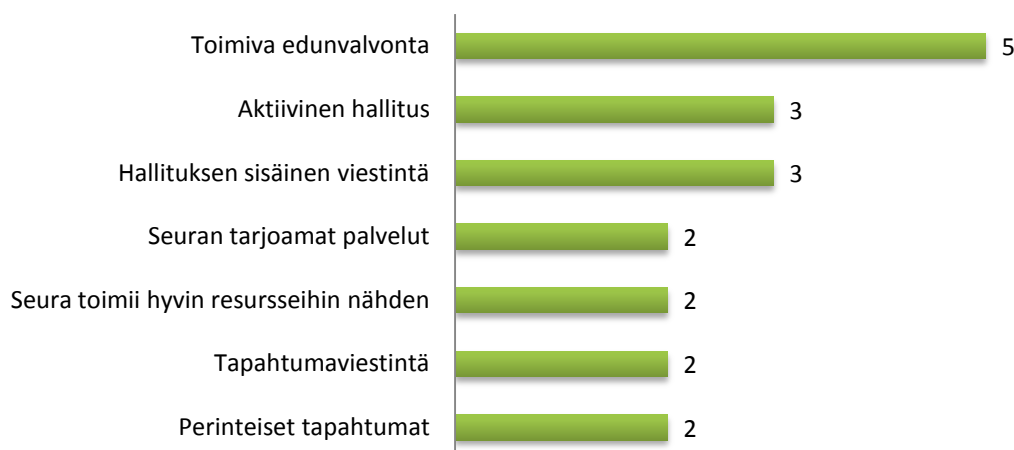
Viidenneksi suurimmiksi ongelmiksi koettiin rahavarojen vähäisyys ja ikääntynyt jäsenistö. Henkilöresurssien lisäksi toiminnan kehittäminen vaatii myös rahaa, jota pienellä

yhdistyksellä on rajallisesti. Ikääntynyt jäsenistö ei hallituksen mukaan ollut sinänsä ongelma, mutta se on merkki siitä, että seuran tulisi pyrkiä saamaan mukaan myös nuorempaa jäsenistöä toiminnan jatkuvuuden takaamiseksi ja seuran uudistamiseksi.

Muita yksittäisiä haastatteluissa esille tulleita ongelmakohtia olivat lisäksi toiminnan vapaaehtoisuus, Kaukajärven ja sen asukasluvun jatkuva suureneminen ja se, että hallitukseen mukaan tuleminen ja palautteen anto on vaikeaa.

8.2.2 Tyytyväisyyden aiheet

Seuran toiminnassa on myös paljon positiivisia asioita, joihin haastateltavat olivat tyytyväisiä. Kuviossa 5 näkyvät asiat, joihin haastateltavat mainitsivat olevansa tyytyväisiä seuran toiminnassa ja viestinnässä. Kuvio on tehty sen perusteella, kuinka monessa haastattelussa kyseiset asiat tulivat esille.



Kuvio 5. Positiivisimmat asiat Kaukajärviseuran toiminnassa ja viestinnässä hallituksen jäsenten mukaan (N=7)

Suurin osa haastatelluista oli erityisen tyytyväisiä toimivaan edunvalvontaan. Heidän mukaansa seura on saanut paljon aikaiseksi Kaukajärven alueella ja jatkaa edelleen tuloksellista edunvalvontatyötä. Seura käsittelee kaikki asukkailta tulleet yhteydenotot asioista, joihin he toivoisivat seuran vaikuttavan, ja pyrkii tavalla tai toisella tekemään asioille jotakin. Toiseksi suurimmat tyytyväisyyden aiheet olivat aktiivinen hallitus ja hallituksen sisäinen viestintä, joista kumpikin sai kiitosta kolmelta haastatellulta. Heidän mielestään hallituksen keskinäinen viestintä toimii hyvin, mutta pari ihmistä sanoi

myös, että on omasta aktiivisuudesta kiinni, pysyykö selvillä hallituksen käsittelemistä ajankohtaisista asioista. Hallituksen sisäinen viestintä tapahtuu hallituksen kokouksissa, kasvokkain, puhelimitse ja sähköpostitse.

Kolmanneksi eniten oltiin tyytyväisiä seuran tarjoamiin palveluihin, tapahtumaviestintään, perinteisiin tapahtumiin ja siihen, että seura on toiminut niin hyvin kuin on pystynyt käytettävissä oleviin rajallisiin henkilö- ja taloudellisiin resursseihin nähden. Seuran palveluista yksi haastateltava mainitsi olevansa erityisen tyytyväinen talviuintiin, soutuvenevuokraukseen ja kesäkioskiin. Kaksi haastateltavaa oli tyytyväisiä tapahtumista tiedottamiseen ja siihen, että seuralla on perinteisiä, suosittuja tapahtumia, kuten Talviturkinkastajaiset, Haiharan talvipäivä ja Nappulahiihdot – ”Nää tietyt tapahtumat jotka toistuu vuosittain, mun mielestä se on aivan upee juttu että on jaksettu pitää niitä yllä”.

Kiitoksia saivat yksittäisiltä haastatelluilta myös innokas ja aktiivinen puheenjohtaja sekä seuran avoin ilmapiiri, joka mahdollistaa palautteen ja ideoiden antamisen mikäli jäsen niin haluaa.

8.2.3 Kaukajärvisen viestintä

Kuten edellä mainittiin, kaikki haastatellut olivat yksimielisiä siitä, että seuran viestintä kaipaa tehostamista. Monet haastatellut kokivat, että erityisesti painettu viestintä on seuralle tärkeää jäsenistön ollessa suhteellisen ikääntynyttä. Kukaan haastateltavista ei kokenut sähköistä viestintää tärkeämmäksi kuin painettu viestintä; suurin osa oli sitä mieltä että seuran tulisi panostaa molempiin viestintämuotoihin. Seuran yksi tavoite on saada mukaan nuorempaa jäsenistöä, joten sen vuoksi sähköisen viestinnän kehittäminen koettiin tärkeäksi. Hallituksesta kuitenkin puuttuu tällä hetkellä jäseniä, joilla olisi tietotekniikka hyvin hallussaan, mikä saattaa hidastaa sähköisen viestinnän kehittämistä.

Nykyisistä viestintäkanavista tyytyväisimpiä oltiin ulkomainoksiin, joihin kolme henkilöä oli tyytyväisiä ja yksi tyytymätön. Kaksi henkilöä toivoisi ulkomainoksia lisää ja viiden mielestä niitä on riittävästi. Ulkomainokset saivat kritiikkiä sen vuoksi, etteivät ihmiset tunnu näkevän niitä, vaan he kulkevat ohitse ilmoituksia huomaamatta. Telineiden pystyttämisen ja poistamisen on myös oma vaivansa, sillä ne ovat painavia ja

sijaitsevat useassa paikassa. Myös Hervannan Sanomat -paikallislehteä haastatellut kommentoivat runsaasti. Kaksi henkilöä mainitsi olevansa tyytyväisiä Hervannan Sanomiin, eikä kukaan ei maininnut olevansa erityisen tyytymätön. Viiden haastatellun mielestä viestintää Hervannan Sanomissa tulisi lisätä ja yhden mielestä lehtinäkyvyyttä on riittävästi. Lehti-ilmoituksia tärkeämpinä koettiin Kaukajärveä ja Kaukajärviseuraa koskevat artikkelit. Mansetori.fi -sivustoon tyytyväisiä oli yksi henkilö ja tyytymättömiä kolme henkilöä. Mansetori koettiin ongelmalliseksi lähinnä sen takia, että sivustolta löytyy hyvin paljon eri sivuja ja Kaukajärviseuran sivuille löytäminen on monen linkin takana – ”Ei ihmiset kattele sitä kotisivua, kun se on tuolla Mansetorilla niin se on vähän vieras asia”. Sivuston käyttöön ja päivittämiseen koulutetut henkilöt sanoivat kokevansa sen hieman hankalana ja jäykkänä muokkausmahdollisuuksien ollessa rajalliset, eikä sivuston harmaa ulkoasu miellyttänyt. Myöskään kaupan ilmoitustaululle laitettavat ilmoitukset eivät saaneet kannatusta kahdelta henkilöltä sen takia, että ne eivät erotu ilmoitustaululta. Muihin nykyisiin viestintäkanaviin ei tullut haastatteluissa kommentteja.

Lähes kaikki haastatellut olivat sitä mieltä, että kerrostalojen rappukäytävien ilmoitustauluille laitettavat ilmoitukset olisivat tehokkain viestintäkanava, sillä ne tulevat lähelle ihmisiä ja kiinnittävät heidän huomionsa. Kyseinen viestintämuoto on kuitenkin hankala toteuttaa, sillä kerrostalot ovat nykyään ulkopuolisilta ihmisiltä suljettuja. Ideana tähän ongelmaan yksi haastateltava ehdotti jakeluverkoston luomista, eli jokaisesta talosta valittaisiin yksi seuran jäsen, joka toimittaisi tiedotteen talonsa ilmoitustaululle ja myöhemmin poistaisi sen sieltä.

Seuran viestinnän kehittämiseksi ja nykyaikaistamiseksi hallitus toivoisi löytävänsä lisäksi uusia viestintäkanavia nykyisten rinnalle. Seuran omaa lehteä tai tiedotetta sekä uusia Mansetori.fi -sivuston ulkopuolisia kotisivuja kannatti viisi henkilöä, sähköpostin käyttöönottoa neljä henkilöä sekä Facebookia ja Kaukajärven yhteistä lehteä kaksi henkilöä. Kannatusta ei tullut kahdelta henkilöltä Facebookille, seuran lehdelle eikä Kaukajärven yhteiselle lehdelle. Kaikilta haastatelluilta ei kuitenkaan tullut kommenttia jokaista viestintäkanavaa koskien. Haastatteluissa keskusteltiin, että seura voisi julkaista esimerkiksi 1–2 kertaa vuodessa useampisivuisen lehden. Postitse koteihin jaettavassa lehdessä ja tiedotteissa epäilyksiä herättivät erityisesti korkeahkot kustannukset.

Haastateltavien joukossa tuntui olevan epävarmuutta siitä, kuka seurassa vastaa viestinnästä. Seurassa ei ole varsinaista tiedottajaa, mutta Mansetorin Kaukajärvi-sivujen päivittämisestä on vastannut lähinnä puheenjohtaja, ja lehti- ja radioilmoitukset tekee sihteeri.

8.2.4 Kaukajärviseuran toiminta

Tapahtumat ovat tärkeä osa seuran toimintaa ja hallitus kokeekin tapahtumatarjonnan uudelleenarvioinnin viestinnän ohella tärkeäksi kehityskohteeksi. Yksi haastateltava sanoi seuran järjestävän perinteisiä tapahtumia vain sen vuoksi, kun niitä on aina järjestetty, mutta jotkut haastateltavat kokivat tapahtumien kohderyhmän hieman epäselvänä. Tapahtumiin voi osallistua kuka tahansa, sillä niitä ei ole tarkoitettu pelkästään seuran jäsenille. Kaksi haastateltavaa toivoi seuran keskittyvän lähinnä vain muutamaaan perinteiseen ja omaleimaiseen massatapahtumaan, mutta suurin osa, eli neljä haastateltavaa toivoi seuran luovan lisäksi jotakin säännöllistä toimintaa erityisesti eläkeläisille. Harrastusmahdollisuuksista he ovat jo voineet hyödyntää esimerkiksi talviuintia ja lentopalloa, mutta lisää toimintaa vanhemmille ihmisille kaivattaisiin. Yksi haastateltava ehdotti seuran pistävän alulle eläkeläisten puiston perustamisen. Tapahtumien suunnittelussa toivottiin otettavan eläkeläisten lisäksi huomioon myös yksinäiset ihmiset. Ehdotuksena tuli myös, että kullekin vuodelle voitaisiin ottaa eri teema ja eri kohderyhmä. Tärkeintä olisi kuitenkin tuoda ihmisiä yhteen, oli sitten kyse samanikäisistä tai eri-ikäisistä ihmisistä – ”Voisiko se sit olla meidän uus tehtävä, että saatetaan yhteen uusia ja vanhoja, siis uusia ja vanhoja kaukajärveläisiä, nuoria ja vanhoja”.

Kolme haastateltavaa toivoi seuran hyödyntävän jatkossa enemmän Haiharan kartanoa ja erityisesti tallia, joka olisi ilmaiseksi seuran käytettävissä. Käytännön ongelmia aiheuttaisi kuitenkin se, että kartanolla ja tallissa järjestetään paljon muitakin tapahtumia erityisesti kesäaikaan. Tallissa seura on aiemmin järjestänyt muun muassa tapahtumakuukauden, joka sai osalta haastateltavista kritiikkiä sen vuoksi, että se vaati paljon hallituksen jäsenten aikaa, eikä tapahtumissa käynyt paljon väkeä. Tapahtumakuukauden sijaan toivottiinkin mieluummin järjestettävän intensiivisempi tapahtumaviikko, jolloin järjestettäisiin joka päivälle eri-ikäisille ihmisille suunnattua ohjelmaa. Tallissa ehdotettiin järjestettäväksi myös runo- ja lauluiltoja, luentoja ja askarteluiltoja. Seuran järjestämät

tapahtumat ovat painottuneet keväälle, joten myös syksyllä toivottiin järjestettävän jokin syystapahtuma. Yhden haastateltavan mielestä seuran tulisi järjestää tilaisuuksia, jotka on tarkoitettu vain jäsenille, esimerkiksi pikkujoulut. Kaikille tarkoitettuja yhteisiä asukastilaisuuksia tulisi kuitenkin myös järjestää enemmän, jotta kadonnut yhteishenki saataisiin herätettyä henkiin.

8.2.5 Kaukajärviseuran yhteisökuva

Haastatteluissa käsiteltiin myös Kaukajärviseuran yhteisökuva kysymällä haastatelluilta, kuinka he kokevat muiden näkevän seuran ja kuinka he toivoisivat muiden sen näkevän. Suurin osa, eli kuusi haastateltua oli sitä mieltä, että monet eivät tunne seuraa lainkaan ja varsinkin alueen uusien asukkaiden kuvitellaan pitävän Kaukajärviseuraa vieraina asiana. Neljä haastateltavaa koki, että vaikka seurasta olisikin kuultu, sen toiminta voi olla epäselvää, eikä tiedetä mitä kaikkea se tarjoaa. Osa saattaa luulla, että seura järjestää vain tapahtumia, eikä osallistu edunvalvontaan. Seura saatetaan sen vuoksi kokea epäaktiivisena seurana, joka ei saa aikaiseksi mitään. Seura ei välttämättä ole myöskään tarpeeksi houkutteleva, jotta se saisi uusia jäseniä liittymään mukaan. Seuran hallituksesta on jopa kuultu sanottavan, että se on sisäänpäin lämpiävä mummojen kahvinjuontikerho. Osa saattaa kokea seuran vanhanaikaisena ja perinteisiin nojaavana, mikä ei välttämättä ole negatiivinen asia. Positiivisia kommentteja seurasta on kuultu esimerkiksi erään aikuisen ihmisen suusta, joka muisti Kaukajärviseuran ja sen järjestämät tapahtumat lapsuudestaan hyvin iloisena asiana. Seuralla uskotaan olevan monien mielestä hyvä maine, ja varsinkin heidän, jotka tuntevat seuran, uskotaan arvostavan sitä.

Hallituksen jäsenet toivoisivat ihmisten näkevän Kaukajärviseuran toimivana yhdistyksenä, joka ajaa aktiivisesti kaikkien etua. Kaksi haastateltavaa haluaisi seuran vaalivan perinteitä, mutta silti uudistuvan ja muuttuvan dynaamisemmaksi – ”Kaukajärviseuura sais säilyttää tämmösen oman vanhanaikaisen arvokkaan asemansa”. Tärkeäksi koettiin myös se, että seura pysyy ajassa kiinni ja tarttuu ajankohtaisiin asioihin.

8.2.6 Kehityskohteet

Haastatteluaineistosta ilmenneiden ongelmakohtien perusteella pystytään jo hyvin päätelemään kehittämisen tarpeessa olevat asiat. Haastatelluilta kysyttiin kuitenkin erikseen, mitkä ovat heidän mielestään tärkeimpiä kehityskohteita ja toiveita tulevaisuuden varalle. Suurimmaksi kehityskohteeksi nousi tässäkin kysymyksessä yleisesti viestinnän tehostaminen, joka on kaikkien haastateltujen mielestä tärkein asia, johon seuran tulisi panostaa. Kuviossa 6 näkyvät tärkeimmät kehityskohteet laskettuna sen mukaan, kuinka moni haastateltava mainitsi kyseisen asian kysyttäessä tärkeimmistä kehityskohteista.



Kuvio 6. Tärkeimmät kehityskohteet ja tulevaisuuden toiveet seuran toiminnassa ja viestinnässä hallituksen jäsenten mukaan (N=7)

Viestintää tehostamalla saadaan vaikutettua myös moniin muihin kehityskohteisiin: uusien jäsenten hankkimiseen ja nykyisten aktivoimiseen sekä vuorovaikutuksen lisäämiseen. Vuorovaikutuksen lisääminen seuran hallituksen ja muiden jäsenten välillä koettiin hyvin tärkeäksi kehityskohteeksi. Samalla tulisi lisätä vuoropuhelua yleensäkin alueen muiden asukkaiden kesken, vaikka he eivät olisikaan seuran jäseniä. Alueella rakennetaan paljon ja seura pyrkii vaikuttamaan muun muassa kaavoitusasioihin, joihin olisi tärkeää saada useampien asukkaiden, eikä vain muutaman seuran aktiivijäsenen mielipide. Vuorovaikutuksen lisääminen luo tunnettuutta seuralle ja tuo mahdollisesti uusia jäseniä mukaan toimintaan. Hallitus toivoisi löytävänsä keinon tavoittaa erityisesti Kau-

kajärvelle muuttavat uudet asukkaat, jotta heitä voitaisiin heti informoida alueella toimivasta asukasyhdistyksestä – ”Se ois hyvä idea, että aina kun valmistuu uus talo, niin sinne tiedotettais että jos haluatte tällasta palvelua, niin täällä on tämmönen ku Kaukajärviselura mikä ajaa teidän asioitanne”. Nykyinen jäsenistö on melko ikääntynyt, mutta toiveena olisi, että seura koostuisi kaikenikäisistä ihmisistä ja toisi heitä yhteen. Sen vuoksi monet haastateltavat haluaisivat saada mukaan nuorempia ihmisiä, joilta löytyisi intoa ja uusia ideoita. Monet nykyiset jäsenet ovat seurassa mukana vain kannatusjäsenenä tai vanhasta tottumuksesta. Kolme haastateltavaa piti tärkeänä jäsenetujen lisäämistä, sillä tällä hetkellä rahanarvoisia jäsenetuja ovat vain edullisemmat talviuintimaksut ja ilmaiset saunailat Aitolahden kesäsaunalla. Nykyään uusia jäseniä tuleekin lähinnä talviuintiharrastuksen aloittavista, jotka liittyvät seuraan uidakseen halvemmalla. Yksi haastateltava ehdotti jäsenkorttia, jolla seuran jäsen voisi saada etuja alueen yrityksistä.

Viestinnän tehostamiseen liittyvät kaksi kuviossa 6 näkyvää kehityskohdetta: sähköisen viestinnän kehittäminen, jota piti tärkeänä neljä haastateltavaa, ja oman lehden tai tiedotteen luominen, jonka tärkeyttä korosti kolme haastateltavaa. Neljä haastateltavaa piti tärkeänä toiminnan uudistamista, joka sisältää muun muassa tapahtumatarjonnan uudelleenarvioinnin. Seuran hallitus on myös keskustellut Kaukajärven yhteisestä asukastalosta, jota kolme haastateltavaa piti tärkeänä asiana ja yksi haastateltava ei kannattanut. Toimikuntien perustamista ehdotti kolme haastateltavaa. Toimikuntia tai toimintaryhmiä perustettaisiin lähinnä hallituksen ulkopuolisista jäsenistä tarpeen mukaan, esimerkiksi seuran lehteä toimittavaksi työryhmäksi tai järjestämään liikuntaryhmiä. Jäsenistön ollessa melko passiivista ongelmaksi voisi kuitenkin koitua halukkaiden toimikuntajäsenten puute.

Muita yksittäisiä esille tulleita ideoita ja kehityskohteita olivat yhteistyön lisääminen muiden alueen toimijoiden kanssa, seuran toimitilojen kehittäminen viihtyisämmiksi, edunvalvontaviestinnän lisääminen, seuran palvelujen tarjoaminen pelkästään jäsenille, lisätyövoiman käyttäminen jakeluapuna (esim. koululaisten taksvärkkipäivien hyödyntäminen) ja jakeluverkoston luominen, eli tiedotteet kerrostalojen ilmoitustauluille saatisiin luomalla verkosto taloissa asuvista seuran jäsenistä.

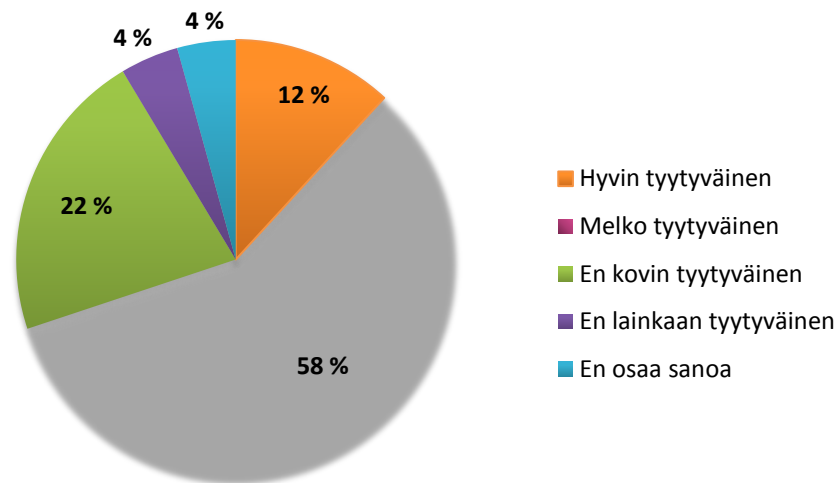
8.3 Kysely – jäsenten näkökulma

Kyselyyn vastasi 96 Kaukajärviseuran jäsentaloutta. Kysely lähetettiin 265 talouteen, joten vastausprosentiksi muodostui 36 %. Lähes kaikki vastaukset tulivat postitse – vain kaksi vastausta tuli Kaukajärviseuran kotisivuilla olleen kyselylomakkeen kautta.

Vastaajilta saatujen taustatietojen perusteella Kaukajärviseuran jäsenten ikäjakauma on painottunut vanhempiin ikäluokkiin, sillä kyselyyn vastanneiden keski-ikä oli 62,5 vuotta, nuorimman vastaajan ollessa 31-vuotias ja vanhimman 82-vuotias. Jäsenistöstä suurin osa asuu 1–2 hengen talouksissa; jäsentalouden keskimääräinen asukasluku on 1,9 henkilöä. Kysely osoitti lisäksi naisten olevan aktiivisempia ja kattavan todennäköisesti suurimman osan jäsenistöstä, sillä kyselyyn vastanneista 65 % oli naisia ja 35 % miehiä. Ylivoimaisesti suurin osa vastanneista asuu Kaukajärven alueella. Vain 11 kaikista vastanneista asuu alueen ulkopuolella, joskin kaikki Pirkanmaalla. Suurin osa vastanneista on ollut seuran jäsenenä 11–20 vuotta (29 %) ja pienin osa 21–30 vuotta (6 %). Vastanneiden joukossa oli myös paljon viimeisen viiden vuoden sisällä seuraan liittyneitä (21 %) sekä seurassa yli 30 vuotta mukana olleita (16 %).

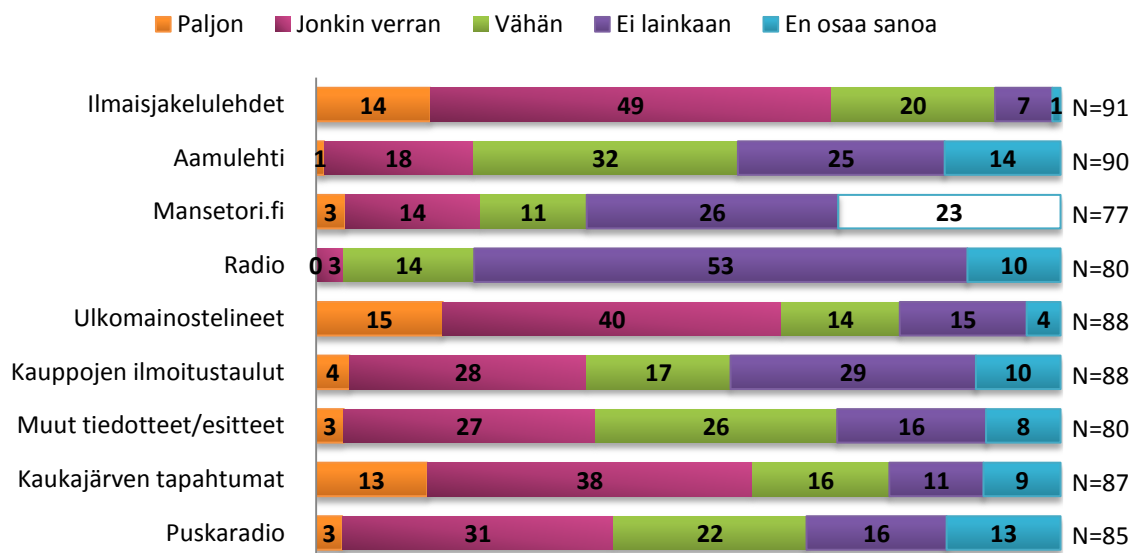
8.3.1 Kaukajärviseuran viestintä

Kyselyn viestintää tutkivassa osuudessa selvitettiin Kaukajärviseuran jäsenten mielipiteitä tiedonsaannista, viestintätyytyväisyydestä ja eri viestintäkanavien kautta saatavasta tiedon määrästä. Tulosten mukaan jäsenet ovat saaneet hyvin tietoa, sillä suurin osa vastaajista (42 %) koki saavansa riittävästi tietoa seurasta ja sen toiminnasta. 37 % vastaajista koki saavansa tietoa jonkin verran, 18 % vähän, 2 % ei lainkaan ja 1 % ei osannut sanoa. Jäseniltä kysyttiin myös tiedonsaannin tiheyttä. Kaukajärviseuura ei tiedota päivittäin tai viikoittain, joten vastausvaihtoehtoina olivat kuukausittain, puolivuositain, vuosittain ja harvemmin. Puolet vastaajista, eli 50 % koki saavansa tietoa seuran toiminnasta ja tapahtumista puolivuositain. 22 % sanoi saavansa tietoa vuosittain, 15 % kuukausittain, 2 % harvemmin ja 11 % ei osannut sanoa. Kuviosta 7 ilmenee jäsenten tyytyväisyys Kaukajärviseuran viestintään: 12 % sanoi olevansa hyvin tyytyväisiä, suurin osa eli 58 % melko tyytyväisiä, 22 % ei kovin tyytyväisiä, 4 % ei lainkaan tyytyväisiä ja 4 % ei osannut sanoa.

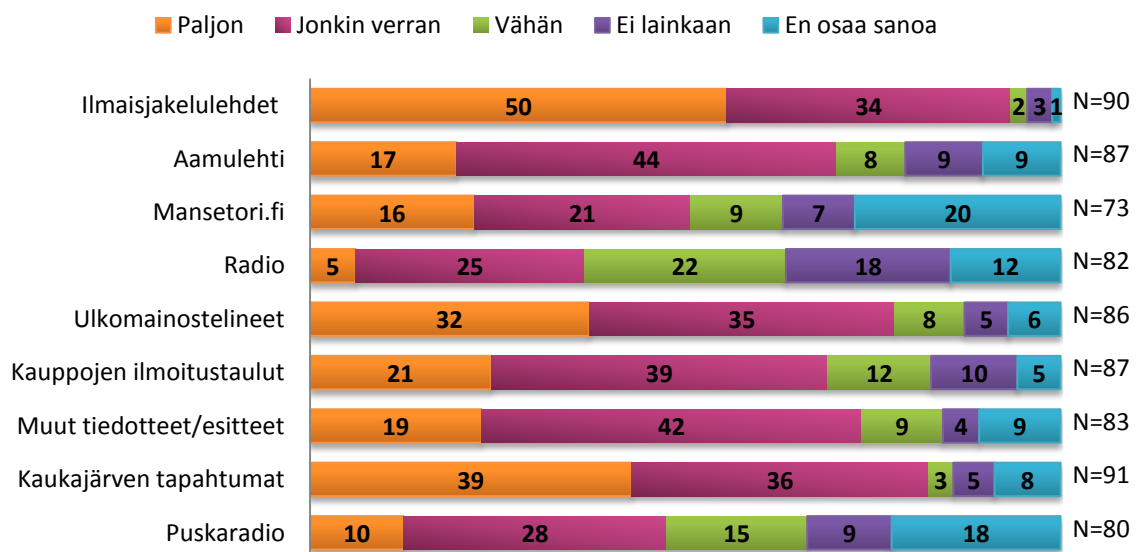


Kuvio 7. Jäsenten tyytyväisyys Kaukajärvisseuran viestintään (N=93)

Seuraavalla sivulla olevia kuvioita 8 ja 9 vertailemalla voidaan nähdä, kuinka paljon vastaajat ovat saaneet tietoa eri viestintäkanavien kautta ja kuinka paljon he toivoisivat saavansa jatkossa tietoa kyseisten kanavien kautta. Kuviot on esitetty vertailukelpoisuuden vuoksi vastaajien lukumäärän mukaan eikä prosentteina, sillä kaikilta vastaajilta ei saatu vastausta jokaiseen kohtaan. Suosituimmiksi viestintäkanaviksi osoittautuivat ilmaisjakelulehdet, ulkomainostelineet ja tapahtumat. Niiden kautta on saatu eniten tietoa ja niiden kautta toivotaan myös jatkossa paljon tietoa. Vähiten tietoa on saatu radion, Aamulehden, kauppojen ilmoitustaulujen ja muiden tiedotteiden ja esitteiden kautta. Seuran nykyiset kotisivut Mansetori.fi -sivustolla eivät näytä olevan vastaajille kovin tuttu asia, sillä vastaajamäärä kyseiseen kohtaan oli alhaisin (N=77) ja jopa 23 vastaajaa oli valinnut vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Kuvioiden mukaan viestintää tulisi lisätä kaikkien viestintäkanavien kohdalla. Tietoa toivotaan saatavan paljon tai jonkin verran erityisesti edellä mainittujen ilmaisjakelulehtien, ulkomainosten ja tapahtumien kautta, mutta myös kauppojen ilmoitustaulujen, tiedotteiden ja esitteiden sekä Aamulehden kautta. Radion ja puskaradion merkitys viestintäkanavana on vastausten mukaan vähäinen.



Kuvio 8. Jäsenten saaman tiedon määrä viestintäkanavittain ja vastaajien lukumäärän mukaan

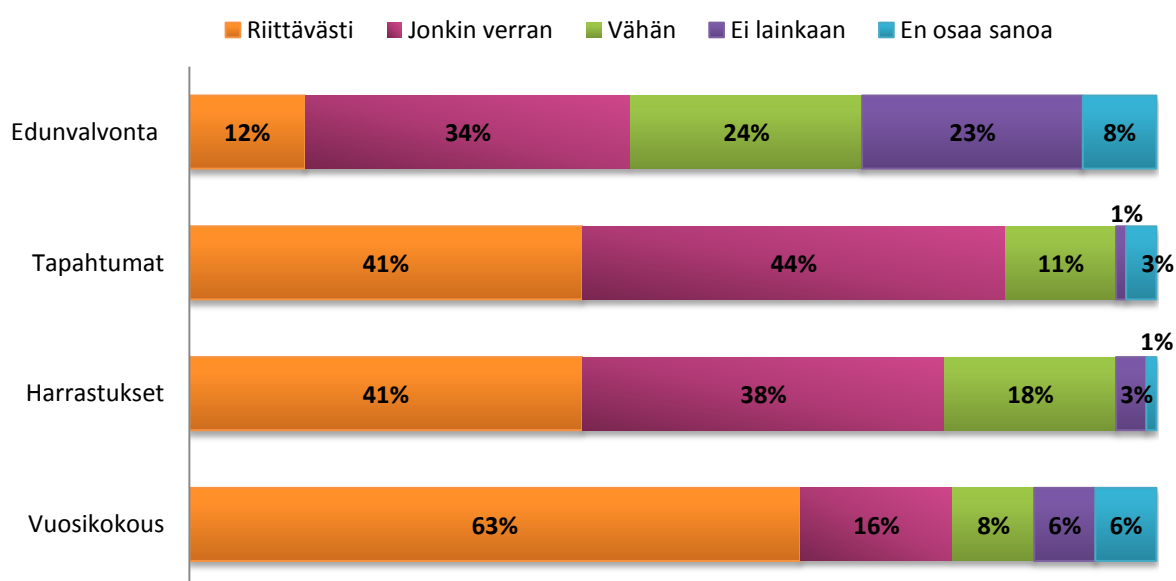


Kuvio 9. Jäsenten toivoma tiedon määrä viestintäkanavittain ja vastaajien lukumäärän mukaan

Seurassa on pohdittu myös uusien viestintäkanavien käyttöönottoa, minkä vuoksi jäseniltä kysyttiin, mitkä uusista viestintäkanavista he kokisivat itselleen hyödyllisimmiksi. Kysymykseen vastasi 95 seuran jäsentä. Lähes kaikki vastaajat (82 %) olivat seuran oman lehden tai tiedotteen kannalla. Toiseksi eniten kannatusta sai sähköpostin käyt-

töönotto (44 %), kolmanneksi eniten uudet Mansetori.fi -sivuston ulkopuoliset kotisivut (35 %) ja vähiten Facebook (6 %).

Jäseniltä kysyttiin lisäksi, kuinka paljon he saavat tietoa seuran edunvalvonnasta, tapahtumista, harrastusmahdollisuuksista ja vuosikokouksesta (kuvio 10). Tulokset vaihtelivat suuresti, sillä riittävästi tietoa edunvalvonnasta koki saavansa vain 12 % vastanneista, tapahtumista ja harrastuksista 41 % ja vuosikokouksesta 63 %. Luvut vaihtelivat paljon myös toisessa ääripäässä, sillä 23 % ei ollut saanut lainkaan tietoa edunvalvonnasta, 1 % tapahtumista, 3 % harrastuksista ja 6 % vuosikokouksesta.



Kuvio 10. Jäsenten tiedonsaanti seuran edunvalvontatyöstä (N=92), tapahtumista (N=96), harrastusmahdollisuuksista (N=96) sekä vuosikokouksesta (N=95)

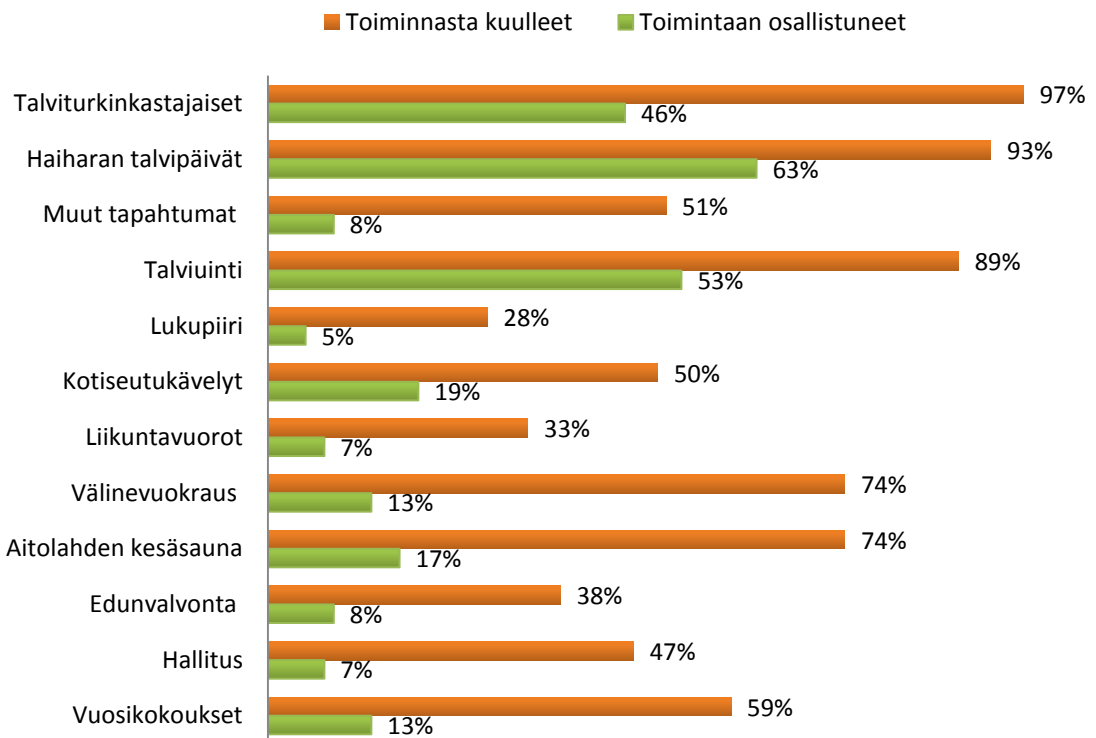
Jäsenille annettiin mahdollisuus esittää omia ideoitaan viestinnän kehittämiseksi. Kysymykseen vastasi 24 jäsentä, joiden vastaukset liittyivät enimmäkseen jo edellä mainittuihin viestintäkanaviin. Kommenteissa kannatettiin eniten sähköpostia ja seuran omaa lehteä tai tiedotetta julkaistavaksi 1–4 kertaa vuodessa. Sähköistä viestintää kannatettiin muun muassa sen vuoksi, että sillä saataisiin varsinkin nuorille tietoa seuran tapahtumista ja toiminnasta. Kommenteissa kiinnitettiin enemmänkin huolta juuri nuoremman väen ja uusien asukkaiden vähyyteen seuran jäsenistössä ja peräänkuulutettiin seuralta aktiivisuutta heidän saamiseksi mukaan toimintaan. Hervannan Sanomiin toivottiin

Kaukajärviseuran omaa palstaa, jossa julkaistaisiin esimerkiksi kuukausittain muun muassa seuran edunvalvonta-asioita. Ilmaisjakelulehdet saivat kuitenkin myös kritiikkiä epävarmuutensa, lehtien runsauden ja ilmaisjakelukiellojen takia. Seuran toivottiin myös ottavan paremmin huomioon koko Kaukajärven alueen, eikä vain ”ydinalueena” olevan Haiharan alueen. Toiveena oli lisäksi yksi selkeä kanava, jonka kautta tiedottaminen tapahtuisi. Seuraavassa muutama poiminta kommentteista viestinnän kehittämiseen liittyen:

- ”Oma lehti tai tiedote talouksiin ainakin neljä kertaa vuodessa. Sähköpostiosoitteet seuran tietoon.”
- ”Informaatio helpommaksi että se tavoittaa kaikki ja saataisi nuoria enemmän mukaan.”
- ”Seura saisi tosissaan kehittää ja ottaa vastuuta Mansetorin kaupunginosasivusta.”

8.3.2 Kaukajärviseuran toiminta

Kyselyn toinen osio sisälsi kysymyksiä seuran toimintaan liittyen. Jäseniltä kysyttiin aluksi, mistä seuran tarjoamista palveluista, tapahtumista ja toiminnasta he olivat kuulleet ja mihin he olivat itse osallistuneet viimeisen 2–3 vuoden aikana (kuvio 11). Tulokset osoittivat, että jäsenet ovat parhaiten tietoisia seuran jokavuotisista tapahtumista Talviturkinkastajaisista ja Haiharan talvipäivistä sekä talviuintimahdollisuudesta, joihin on myös osallistuttu eniten. Heikoimmin tieto jäsenille on kulkenut lukupiiristä, liikuntavuoroista ja edunvalvonnasta. Vähiten on osallistuttu lukupiiriin, liikuntavuoroihin ja hallituksen toimintaan.



Kuvio 11. Seuran toiminnasta kuulleiden jäsenten osuus (N=96) verrattuna toimintaan osallistuneiden osuuteen (N=83) eri tapahtumien, palveluiden ja harrastusten mukaan

Jäseniltä kysyttiin lisäksi tyytyväisyyttä seuran kolmen eri päätoiminnan, eli edunvalvonnan, harrastusmahdollisuuksien ja tapahtumatarjonnan toimivuuteen. Kysymykseen vastasi 95 jäsentä, joista vain 9 % sanoi edunvalvonnan toimivan erittäin hyvin, 42 % melko hyvin, 6 % melko huonosti, 1 % hyvin huonosti ja 43 % ei osannut sanoa, mikä osoittaa sen, että seuran tekemä edunvalvonta on jäsenille epäselvää. 17 % vastanneista oli erittäin tyytyväisiä harrastusmahdollisuuksiin ja 59 % melko tyytyväisiä, 4 % vastaajista sanoi niiden toimivan melko huonosti ja 20 % ei osannut sanoa. Tapahtumatarjonta toimii seurassa parhaiten, sillä 23 % vastaajista sanoi sen toimivan erittäin hyvin, 63 % melko hyvin, 5 % melko huonosti ja 9 % ei osannut sanoa.

Jäseniltä tuli seuran tapahtuma- ja harrastustarjontaa koskien paljon toiveita, joista suurin osa liittyi liikunta-, kulttuuri- ja luonnonläheisen toiminnan järjestämiseen. Liikunta-harrastuksista toivottiin erityisesti kuntosalitoimintaa, yhteisliikuntaa ja jumppaa ja kulttuuritoiminnasta teatteri- ja taidenäyttelyretkiä sekä Kaukajärven historiaan tutustumista. Kaukajärven luonto toivottiin huomioitavan siisteyskampanjoita ja luontoretkiä järjestämällä. Erityisen suosittu toive oli kerhotoiminnan järjestäminen senioreille päiväs-

aikaan. Yllättävän vähän toivottiin musiikki- ja lauluiltoja sekä toimintaa lapsille, mikä tosin saattoi johtua vastaajien korkeasta keski-ikästä.

Tyytyväisyyden aiheista kysyttäessä ylivoimaisesti suurimman suosion sai seuran järjestämä talviuinti – jopa 27 vastaajaa 62:sta kysymykseen vastanneesta mainitsi olevansa tyytyväinen juuri talviuintimahdollisuuteen. Toiseksi eniten kiitosta saivat seuran tapahtumat 16 vastaajalta ja seuran aktiivinen edunvalvontatyö 9 vastaajalta. Monista vastauksista oli havaittavissa myös suurta kiitollisuutta seuran ahkeralle ja yritteliäälle hallitukselle. Seuraavassa muutamia jäsenten kommentteja tyytyväisyyden aiheisiin liittyen:

- ”Edunvalvonnassa hyviä aikaansaannoksia. Esim. talviturkinkastajaiset ja talvipäivä.”
- ”Uimapaikan olemassa olosta ja Kaukajärven luonnonläheisyyden vaalimisesta.”
- ”Positiivinen yhteishenki ja ahkeruus”

Tyytymättömyyden aiheisiin kommentoi 27 vastaajaa. Suurin osa kommenteista liittyi viestintään: kahdeksan vastaajaa sanoi olevansa tyytymätön tiedon saamiseen ja ylipäättään seuran tiedottamiseen, joka aiheuttaa tietämättömyyttä seuran toiminnasta ja tarkoituksesta erityisesti uusien asukkaiden keskuudessa. Tyytymättömyyttä on aiheuttanut seitsemän vastaajan mukaan lisäksi seuran edunvalvontatyö, joka ei ole tarpeeksi aikaansaavaa ja näkyvää. Juuri näkymättömyyttä korosti neljä vastaajaa. Seuraavassa muutamia jäsenten kommentteja tyytymättömyyden aiheisiin liittyen:

- ”Kaukajärvisseura on nykyään pimennossa. Tapahtumat etukäteen juttua ja myös jälkeen. Kuvamateriaali lisää mielenkiintoa.”
- ”Tiedottaminen voisi olla napakampaa, nyt olen saanut tietoa ’puskaradiosta’. En tiennyt seuran kaikesta tarjonnasta.”
- ”Reippaampaa ja näkyvää kannanottoa asuinalueen etujen puolesta – muunkin kuin Haiharankadun varren.”

8.3.3 Kaukajärviseuran yhteisökuva

Kysymys seuran herättämistä mielikuvista toi esille lähinnä positiivisia kommentteja: vain 15 vastausta 58:sta sisälsi negatiivisia kommentteja, kuten ”sisäpiiri-juttu”, ”samat ihmiset vuodesta toiseen hääräämässä”, ”etäinen, hidas ja vanhahtava” ja ”teot ja seuraukset puuttuvat”. Kyseiset kommentit olivat kuitenkin yksittäisiä, joten niiden painoarvo positiivisiin kommentteihin verrattuna oli kohtalaisen vähäinen. Suuri osa vastaajista (12) näki Kaukajärviseuran kantaaottavana, vaikutusvaltaisena edunvalvojana, ikään kuin ”paikallisena äänitorvena”. Yhdeksän vastaajaa mainitsi seuran olevan aktiivinen ja vireä, viiden vastaajan mielestä seura tarjoaa monipuolista toimintaa ja neljä vastaajaa näki seuran yhteisöllisenä ja yhteenkuuluvuuden edistäjänä muun muassa seuraavalla kommentilla: ”Hyvä yritys saada yhteisöllisyyttä asumislähiöön – Ihan hyvä!”. Neljä vastaajaa koki seuran tärkeänä asiana kaukajärveläisille, sillä se on seudun asukkaiden ”oma juttu” ja ”Kaukajärven sydän”.

8.4 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti merkitsee mittaustulosten toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä antaa samat tulokset tutkijasta ja tutkimuksen ajankohdasta riippumatta (Hirsjärvi ym. 2009, 231). Voidaan sanoa, että tutkimukseni oli luotettava, sillä tutkimus on toistettavissa samalle tutkimusjoukolle käyttämällä samoja kysely- ja haastattelukysymyksiä, jolloin myös tutkimustulokset ovat todennäköisesti samankaltaiset – tosin esimerkiksi viiden vuoden päästä tehty tutkimus voisi tuottaa erilaiset tulokset riippuen muun muassa siitä, onko Kaukajärviseura muuttanut viestintä- ja toimintatapojaan nykyisestä tai onko seuran jäsenistö suuresti muuttunut. Pyrin parantamaan haastattelujen reliabiliutta tekemällä haastattelut tutkimushenkilöille tutussa ympäristössä heidän kotonaan ja nauhoittamalla ja litteroimalla haastattelut. Kysely puolestaan lähetettiin seuran kaikkiin jäsentalouksiin, mikä lisää kyselytutkimuksen luotettavuutta.

Kyselytulosten luotettavuutta saattoi tosin heikentää paperinen kyselylomake, jonka täyttämistä ei voitu valvoa, vaan jotkut vastaajista jättivät vastaamatta joihinkin kohtiin. Kyselyn tuloksia ei myöskään voida täydellä varmuudella yleistää kuvaamaan koko jäsenistöä, sillä vastausprosentti jäi 36 prosenttiin. Voi myös olla, että vanhemmilla jäsenillä oli enemmän aikaa ja halua vastata kyselyyn, mikä nosti vastaajien keski-ikä todell-

lista jäsenistön keski-ikää korkeammaksi. Haastattelun tulosten luotettavuutta saattoi heikentää omat tulkintani haastatteluvastauksista, sillä teemahaastattelun vastauksia luokitellessaan ja analysoidessaan tutkija joutuu usein käyttämään jonkin verran omaa tulkintaansa.

Validiteetti merkitsee tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoituskin mitata (Hirsjärvi ym. 2009, 231). Tutkimuksen validiteetin varmistamiseksi käytin paljon aikaa selkeän kyselylomakkeen tekoon. Pysin kussakin kohdassa antamaan vastausohjeet ja kysymään vain yhtä asiaa yksiselitteisellä kysymyksellä. Kyselylomake käytiin pariin kertaan läpi myös Kaukajärviseuran hallituksen kokouksessa, jossa tuli esille muutamia parannusehdotuksia. Haastattelun ja kyselyn avulla pystyttiin lähestymään tutkittavia asioita eri näkökulmista, joten kahden erilaisen tutkimusmenetelmän käyttäminen yhdessä tutkimukseen liittyvän tietoperustan kanssa varmistivat mahdollisimman luotettavat ja pätevät tutkimustulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset.

Kyselyn validiteettia ovat kuitenkin saattaneet heikentää vieraat sanat ja käsitteet, kuten ”edunvalvonta” ja ”Mansetori”, jotka selitteistä huolimatta saattoivat olla joillekin vastaajille vieraita ja aiheuttaa väärinymmärryksiä. Tämä oli myös ensimmäinen kerta kun tein yhtä laajaa tutkimusta, joten kokemuksen puute tutkimustyöstä saattoi myös olla reliabiliteettia ja validiteettia heikentävänä tekijänä. Voi esimerkiksi olla, etten havainnut kysyä tutkimushenkilöiltä jotakin olennaista asiaa.

9 Yhteenveto tutkimustuloksista

Tässä luvussa esittelen yhteenvedon haastattelujen ja kyselyn tuloksista, toisin sanoen arvion Kaukajärviseuran viestinnän ja toiminnan nykyisestä tilanteesta ja asioista, joihin toivotaan muutosta. Käytän hyödykseni myös tutkimuksen tietoperustaa ja siihen olennaisesti liittyviä teemoja, kuten viestintätyytyväisyyttä ja yhteisökuvaa.

Viestintätyytyväisyys

Kaukajärviseuran hallituksen tyytyväisyys seuran viestintään ja viestintäilmastoon eroaa melko paljon seuran jäsenten tyytyväisyydestä. Hallitus kokee sisäisen viestintänsä toimivaksi, mutta hallituksesta ulospäin lähtevä viestintä nähdään tehottomana ja puutteellisenä. Jäsenistä puolestaan ylivoimaisesti suurin osa on viestintään joko hyvin tyytyväisiä tai melko tyytyväisiä, mikä merkitsee hyvää viestintätyytyväisyyden tasoa ja siten kohtalaisen onnistunutta viestintää. Paljon kehitettävää kuitenkin löytyy, sillä noin neljäsosa jäsenistä ei ole kovin tai ei lainkaan tyytyväisiä seuran viestintään.

Tyytyväisimpiä viestinnässä ollaan tapahtumista ja harrastuksista viestimiseen, kun taas seuran aikaansaannoksista ei tiedoteta tarpeeksi eikä viestintä siten ole kovin avointa. Seuran viestintäprosessit eivät välttämättä ole erityisen toimivia, sillä lähetetyt viestit eivät aina tavoita haluttuja vastaanottajia, viestintäkanavat ja viestinnän sisällöt kaipaavat uudistamista eikä viestinnän työnjako ole hallituksessa aivan selvä. Yhdistyksen toimintatapoja tulisi uudistaa siten, että tapahtumia ja viestintää laajennettaisiin Kaukajärven niin sanotun ”ydinalueen” eli Haiharan ulkopuolelle ja panostettaisiin aktiivisemmin vuorovaikutuksen luomiseen ja jäsenhankintaan erityisesti uusia asukkaita tavoittamalla.

Viestintäkanavat

Yhdeksi suurimmista viestinnän ongelmakohdista osoittautui ihmisten tavoittamattomuus, joka suurelta osin saattaa johtua vääristä viestintäkanavista tai vähintäänkin niiden tehottomasta käytöstä. Seuran eniten käyttämät viestintäkanavat eli ulkomainokset, ilmaisjakelulehti Hervannan Sanomat ja Mansetori.fi -verkkosivusto ovat kukin hieman epävarmoja viestintäkanavia; ulkomainoksia on vain muutamia, eivätkä ne osu kaikkien asukkaiden kulkureitille, ilmaisjakelulehdet eivät päädy jokaisen luettavaksi ja Manseto-

ri.fi -sivusto koetaan vieraaksi erityisesti vanhempien ihmisten keskuudessa. Toisaalta, näitä kaikkia kanavia hieman tehostamalla ja pari uutta viestintäkanavaa käyttöönottamalla voidaan pyrkiä tavoittamaan useampia ihmisiä.

Painettu viestintä, eli lehdet ja kotiin tulevat tiedotteet osoittautuivat nykyistä jäsenistöä ajatellen parhaimmaksi viestintämuodoksi, sillä jäsenten keski-ikä ollessa korkea monet eivät ole tottuneet saamaan ja etsimään tietoa Internetin kautta. Seuran toivotaan näkyvän ja tiedottavan enemmän Hervannan Sanomissa ja ottavan uusiksi viestintäkanaviksi seuran oman lehden ja tiedotteen. Suoraan kotiin tulevat tiedotteet ovatkin tehokasta viestintää, sillä ne tulevat lähelle ihmistä ja kiinnittävät huomion. Sähköinen viestintä on hallituksen mukaan yksi tärkeimmistä kehityskohteista, mutta tämänhetkiset jäsenet pitävät sitä vähemmän tärkeänä. Sähköinen viestintä koetaan kuitenkin tarpeellisena nuorempaa sukupolvea ajatellen. Seuran tulisi ottaa erityisesti sähköposti käyttöönsä, mutta myös käyttää kotisivuja aktiivisemmin joko uudistamalla ja tekemällä tutuksi nykyisiä Mansetori.fi -sivustolta löytyviä kotisivuja tai luomalla aivan uudet kotisivut. Sekä hallitus että jäsenet pitävät vähäpätöisimpänä sähköisen viestinnän kanavana Facebookia.

Viestinnän sisällöt

Tutkimuksessani käsiteltiin lähinnä yhdelle sidosryhmälle eli seuran jäsenille kohdistettua viestintää; heille on tarjottava ajantasaisista tietoa tapahtumista ja seurassa tapahtuvista tärkeistä muutoksista. Tutkimuksen mukaan edunvalvontaviestintä on Kaukajärvi-seurassa ollut vähäisempää kuin muu viestintä, joten jäsenille tulisi kertoa jatkossa enemmän siitä, mitä muutoksia Kaukajärvellä on tapahtumassa, mihin asioihin seura on ottamassa kantaa ja myös siitä, mitä seura on saanut aikaiseksi. Lisäämällä edunvalvontaviestintää myös vuorovaikutus mahdollisesti lisääntyy ja seura saa tunnettuutta aikaansaavana, kaukajärveläisten viihtyvyydestä huolehtivana yhdistyksenä, joka saa asukkaat kiinnostumaan jäsenyydestä. Edunvalvontaviestintää tyytyväisempiä jäsenet ovat tapahtuma- ja harrastustoiminnasta saatuun viestintään, joten niistä tiedottamista seuran tulee jatkaa entiseen malliin lisäämällä viestintäkanavia jonkin verran. Perinteiset, pitkään toiminnassa mukana olleet tapahtumat ja harrastukset ovat jo tosin suurimmalle osalle tuttuja, mutta erityisesti uudemmasta toiminnasta, kuten lukupiiristä olisi hyvä levittää sanaa tehokkaammin. Seuraan kuulumattomille Kaukajärven asukkaille on tär-

keää tarjota tapahtumien ja harrastusten lisäksi perustietoa yhdistyksestä, kuten toiminnan tarkoitus, keskeiset henkilöt ja ohjeet jäseneksi liittymiseksi, jotta seura tulisi tutuksi ja jäseneksi liittymisen kynnyksen madaltuisi. Kaukajärviseurassa sisäinen ja ulkoinen viestintä ovat kuitenkin suurelta osin integroituneet, sillä samansisältöistä viestintää tarjotaan niin lehdissä kuin Internetissä sekä jäsenille että seuran ulkopuolisille ihmisille ja tehdään siten kaikille seuran toimintaa tunnetuksi.

Viestinnän tehtävät

Luvussa 4.3. on esitelty yhteisöviestinnän seitsemän perustehtävää, jotka kaikki näkyvät myös Kaukajärviseuran toiminnassa: seuran tulee huolehtia tarpeellisen tiedon kulusta ja sen helposta saatavuudesta, sitouttaa jäseniä, toimia vuorovaikutuksessa ympäristönsä ja sidosryhmiensä kanssa, hallita mainettaan, vaikuttaa yhteiskunnallisesti, markkinoida itseään ja arvioida omaa toimintaansa – kaikki tämä viestintää hyväksikäyttäen. Tiedon kulku ja saatavuus on tällä hetkellä seurassa hieman heikkoa, sillä tieto seurasta ei kunnolla kulkeudu kaikille jäsenille ja muille kaukajärveläisille, eikä tietoa esimerkiksi seuran edunvalvonnasta ole helposti saatavilla. Nykyiset jäsenet eivät myöskään osallistu aktiivisesti seuran toimintaan eikä uusia jäseniä liity seuraan kovin usein. Viestintää tulisikin keskittää nykyisten ja potentiaalisten uusien jäsenten sitouttamiseen muun muassa kertomalla, miksi Kaukajärviseuura on olemassa, mikä on sen tarkoitus, mitä hyötyä siitä on kaukajärveläisille, mitä seurassa kulloinkin tapahtuu ja mitkä ovat sen tavoitteet. Jäsenten sitouttaminen luo yhteisöllisyyttä ja vähentää passiivisuutta. Uudet jäsenet on myös tärkeää perehdyttää heti seuraan. Myös jäsenten kuuntelu ja heidän osallistaminen toimivat sitouttamiskeinoina. Tutkimusta varten tehty kysely oli keino kuunnella seuran jäsenten mielipiteitä, mikä auttaa seuraa kehittämään toimintaansa heidän toiveidensa mukaisesti ja jäseniä tuntemaan itsensä tärkeiksi ja osaksi Kaukajärviseuuraa. Seuran sidosryhmävuoropuhelu osoittautui tutkimuksessa kuitenkin vähäiseksi, sillä jäsenten suunnalta tuleva viestintä on lähes olematonta ja viestintä siten melko yksisuuntaista.

Maineenhallintaa seuran tulee kehittää erityisesti viestimällä enemmän hyvistä teoistaan, jotta seuran maine ja yhteisökuva nähtäisiin positiivisemmassa valossa. Seura on erityisen hyvin onnistunut yhteiskunnallisen vaikuttamisen tehtävässään, minkä ovat mahdollistaneet hyvät verkostot ja suhteet kaupungin päättäjiin. Markkinoinnissa puolestaan on paljon parantamisen varaa, sillä tutkimus osoitti, ettei seura tai sen tarkoitus ole

kaikille alueen asukkaille tunnettu eikä seuraa koeta kovin kiinnostavaksi yhdistykseksi, jotta siihen liityttäisiin. Toiminnan arviointiakaan ei seurassa ole aiemmin tehty ainakaan yhtä laajamittaisesti ennen tätä opinnäytetyötä.

Vuorovaikutus ja jäsenten aktiivisuus

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että seuran hallitus ja jäsenet ovat toisilleen melko etäisiä; hallitus ei tunne kunnolla seuran jäseniä ja päinvastoin. Myös hallituksen ulospäin lähtevää viestintää on melko vähän, mutta sitäkin vähemmän on hallitukseen tulevaa viestintää. Hallitus kokee vuorovaikutuksen puuttuvan hallituksen, seuran jäsenten ja muiden Kaukajärven asukkaiden väliltä. Hallitus toivoo vuorovaikutusta erityisesti edunvalvontatyöhön, jotta alueen asukkaat saataisiin mukaan vaikuttamaan Kaukajärven asioihin. Jäsenet eivät kuitenkaan ole yhtä huolissaan vuorovaikutuksen puutteesta eivätkä tunnu olevan halukkaita itse vaikuttamaan asioihin. He toivovatkin lähinnä yksipuolisen tiedottamisen kehittämistä hallituksen puolelta saadakseen paremmin tietoa seuran aikaansaannoksista.

Hallitus on hyvin huolestunut passiivisesta jäsenistöstä. Moni vastaaja ilmoittikin olevansa passiivinen tai epäaktiivinen jäsen, mutta mielestäni odotettua suurempi kyselyvastausten määrä osoitti kuitenkin tietynlaista aktiivisuutta. Moni jäsen oli luultavasti iloinen heille annetusta mahdollisuudesta vaikuttaa ja kertoa mielipiteitään seurasta, mutta varsinaisen asioihin vaikuttamisen ja niiden toteuttamisen he tuntuvat jättävän mieluummin aktiivisempien jäsenten harteille. Hallitus on huolissaan myös pienentyneestä jäsenmäärästä, joka on kutistunut osittain poismuuton sekä luonnollisen poistuman kautta jäsenistön ollessa melko ikääntynyttä. Uusien, nuorempien jäsenten saaminen mukaan osoittautuikin tärkeäksi kehityskohteeksi niin hallituksen kuin muiden jäsenten mielestä. Seura on kuitenkin kohtalaisen tuntematon kaukajärveläisten keskuudessa, mikä selittyy osin vähäisellä viestinnällä ja on kytköksissä kutistuneeseen jäsenmäärään. Jos seurasta ei tiedetä tarpeeksi tai lainkaan, ei siihen liittymistäkään harkita.

Yhteisökuva

Kaukajärviseuran imago osoittautui jäseniltä saadun palautteen mukaan melko positiiviseksi vastoin hallituksen ennakko-oletuksia. Seura nähdään lähinnä aktiivisena ja vaikutusvaltaisena edunvalvojana, joka järjestää monipuolista toimintaa ja luo yhteisöllisyyttä lisäämällä kotiseututuntemusta ja järjestämällä mukavia perinteisiä tapahtumia.

Negatiivisen palautteen mukaan seura ei välttämättä houkuttele liittymään eikä sitä tunneta kunnolla Kaukajärvellä. Jotkut kokevat seuran olevan myös hieman sisäänpäin lämpiävä sisäpiirijuttu. Kyselyvastausten perusteella on lisäksi havaittavissa epäselvyyttä siitä, mitä seura todellisuudessa tekee. Muutamat jäsenet tuntevat seuran sekoittavan seuran muun muassa Kaukajärviosuuskuntaan tai pitävän seuraa Haiharan kartanon kahvila- ja näyttelytoiminnan ylläpitäjänä, jona todellisuudessa toimii lähinnä Tampereen kaupungin kulttuuripalvelut. Seuran koetaan myös olevan näkymätön ja tuntematon erityisesti uudempien Kaukajärven asukkaiden keskuudessa.

Kuten luvussa 4.5. pohdin, seura kuuluu paljon tekevän mutta vähän puhuvan organisaation luokkaan. Tutkimuksen perusteella monilla on seurasta kuitenkin mielikuva vähän tekevänä ja vähän puhuvana yhdistyksenä. Tämän vuoksi viestintää teoista tulisi lisätä, jotta ihmisten mielikuvat seurasta muuttuisivat ja Kaukajärviseura nähtäisiin sekä paljon tekevänä että paljon puhuvana yhdistyksenä. Tutkimus osoitti myös, että yhteisökuvan rakentamisessa on pyrittävä siihen, että seura nähtäisiin toisaalta arvokkaana ja perinteitä vaalivana, toisaalta nykyaikaisena ja ajan hermolla pysyvänä yhdistyksenä. Yhteisökuvaan vaikuttavat tekojen ja viestien lisäksi seuran ilme. Se on kuitenkin hieman epäyhtenäinen, sillä esimerkiksi logolla, painotuotteilla ja kotisivuilla ei ole tällä hetkellä yhtenäistä visuaalista ilmettä.

Seuran toiminta

Seura on ollut aina aktiivinen vaikuttaja Kaukajärven rakennushankkeissa ja muissa alueen asioissa, minkä myötä seuran aikaansaannosten lista on kasvanut pitkäksi. Tutkimuksen perusteella seuran edunvalvontatyö nähdään kuitenkin hieman ristiriitaisessa valossa. Hallitus ja monet jäsenet ovat siihen erittäin tyytyväisiä, mutta suuri osa jäsenistä kokee, ettei seura tee mitään, tai ei tiedä, mitä seura on saanut aikaiseksi. Syynä

siihen on todennäköisesti vähäinen viestintä edunvalvontaan liittyvistä asioista ja siitä aiheutuva ihmisten tietämättömyys.

Seuran tapahtuma- ja harrastustarjonta puolestaan on melko toimivaa, sillä se sai paljon kiitosta erityisesti seuran jäseniltä, mutta myös hallitukselta. Suosituimmaksi toiminnaksi osoittautuivat talviuinti, Talviturkinkastajaiset ja Haiharan talvipäivä. Perinteisiin tapahtumiin osallistuu edelleen melko paljon ihmisiä, vaikka osallistujamäärät ovatkin vähentyneet vuosi vuodelta. Nykyisessä toiminnassa ei koeta olevan mitään turhaa, mutta sitä olisi tärkeä arvioida uudelleen ja miettiä, mitä uutta seura voisi tarjota jäsenilleen. Jäsenten toiveissa ovat erityisesti säännöllinen kerhotoiminta ja liikunta- ja kulttuuriharrastusten, kuten yhteisliikunnan ja teatteriretkien järjestäminen. Sekä hallitus että muut jäsenet kokevat tärkeäksi toiminnan järjestämisen erityisesti eläkeläisille ja yksinäisille ihmisille, sillä nykyiset tapahtumat on suunnattu lähinnä lapsiperheille, vaikka nykyinen jäsenistö koostuu suurelta osin juuri vanhemmista ihmisistä. Seuran hallitus on kuitenkin huolissaan vähäisistä tapahtumien osallistujamääristä ja Kaukajärven alueelta kadonneesta asukkaiden yhteishengestä. Syynä tähän lienee heikon tiedonkulun ja ihmisten tavoittamattomuuden lisäksi ihmisten kiire ja uupumus, mikä vähentää yhteiseen toimintaan ja tapahtumiin osallistumista.

10 Viestinnän ja toiminnan kehitysehdotuksia

Tutkimustulosten pohjalta esittelen seuraavassa pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteet Kaukajärviseuran viestinnän ja toiminnan kehittämiseksi sekä muutamia konkreettisia toimenpiteitä, joilla tavoitteisiin pyritään. Tavoitteet ja toimenpiteet on määritelty tutkimuksen empiirisen aineiston, omien havaintojeni ja tietoperustan pohjalta. Tavoitteet liittyvät tutkimuksessa esiin tulleisiin tärkeimpiin kehityskohteisiin ja tulevaisuuden toiveisiin ja toimenpiteet esiin tulleisiin kehitysideoihin, omiin pohdintoihini ja tietoperustan tarjoamaan tietoon. Henkilö- ja taloudellisten resurssien rajallisuus Kaukajärviseurassa saattaa olla kehitystyötä hidastavana tekijänä, minkä vuoksi asetin lyhyelle aikavälille kolme tavoitetta ja pitkälle aikavälille viisi – keinot niiden saavuttamiseksi voidaan kuitenkin aloittaa melko nopeastikin. Jotkin toimenpiteet saattavat lisäksi vaikuttaa useammankin eri tavoitteen toteutumiseen.

Tässä luvussa esiteltävät kehitysehdotukset toimivat lähtökohtana tarkemmalle suunnittelutyölle, joka jää viestinnän toteuttajien eli Kaukajärviseuran hallituksen jäsenten vastuulle. Jotta kaikki uudet kehitystoimenpiteet toteutuisivat, on kullekin toimenpiteelle hyvä nimittää vähintään yksi vastuuhenkilö, joka ottaa asian eteenpäinviemisen vastuulle. Tärkeää viestinnän ja toiminnan kehittämisessä on, että koko hallitus ja mahdollisesti koko jäsenistö tietää tavoitteet, joita kohti pyritään, sekä sitoutuu tarvittaviin toimenpiteisiin. Viestinnän suunnittelu yhdessä on tärkeää, sillä jokaiselle on annettava mahdollisuus tuoda omia ideoitaan esille – ja onhan hyvin suunniteltu jo puoliksi tehty. Suunnittelu on tarkoituksenmukaista senkin vuoksi, ettei kaikkia uudistuksia pystytä tekemään kerralla, vaan ne on aikataulutettava ja laitettava tärkeysjärjestykseen. Uudistukset voidaan myös päättää toteuttaa yksittäisinä projekteina, mikä helpottaa tavoitteisiin pääsemistä, kun voimavarat voidaan keskittää vain yhteen asiaan kerrallaan. Yhteisiin suunnittelupalavereihin on hyvä kaikkien valmistautua etukäteen; yhdessä voidaan esimerkiksi sopia, että jokainen keksii viisi uutta ideaa, jotka käydään palaverissa läpi ja valitaan kaikkien ideoiden joukosta toteuttamiskelpoisimmat. Kehitystoimenpiteiden onnistuneisuutta ja toimivuutta on myös hyvä aina arvioida jälkeenpäin.

10.1 Pitkän aikavälin tavoitteet

Alla olevassa kuviossa on esiteltyinä pidemmän aikavälin tavoitteita, joihin Kaukajärvi-seura voi pyrkiä ohessa esitetyin toimenpide-esimerkein (kuvio 12). Tavoitteet on tarkoitettu saavutettaviksi noin 2–4 vuoden sisällä, mutta toimenpiteisiin on hyvä tarttua ajoissa, sillä tietyt projektit, kuten uusien kotisivujen luominen ja jäsenetujen lisääminen vaativat aikaa suunnittelutyöhön ja toteutukseen.

TAVOITTEET	TOIMENPITEET
Positiivisen yhteisökuvan luominen	<ul style="list-style-type: none">• Aktiivinen edunvalvontatyö ja muut hyvät teot• Viestiminen hyvistä teoista• Visuaalisen ilmeen uudistaminen
Tunnettuuden lisääminen	<ul style="list-style-type: none">• Esitteen, lehden ja tiedotteen julkaiseminen• Jutut Hervannan Sanomissa• Tapahtumat
Jäsenmäärän kasvattaminen	<ul style="list-style-type: none">• Tiedote uusille asukkaille• Nuoremman sukupolven huomioiminen• Uudet jäsenedut
Vuorovaikutuksen lisääminen	<ul style="list-style-type: none">• Tapahtumat ja toimikunnat• Asukastalo tms. kohtaamispaikka• Palautejärjestelmä, kotisivut ja Facebook
Sähköisen viestinnän kehittäminen	<ul style="list-style-type: none">• Kotisivujen uusiminen• Sähköpostilistan kerääminen• Facebook-profiilin luominen

Kuvio 12. Pitkän aikavälin tavoitteet ja tärkeimmät toimenpiteet niiden saavuttamiseksi

Positiivisen yhteisökuvan luominen

Positiivinen yhteisökuva, jonka mukaan seura nähtäisiin sekä paljon tekevänä että paljon puhuvana ja perinteikkäänä, mutta nykyaikaisena yhdistyksenä, syntyy teoista, viesteistä ja ilmeestä. Seuran tulee jatkaa aktiivista edunvalvontatyötään ja mahdollisuuksien mukaan tehostaa sitä entisestään esimerkiksi järjestämällä asukastilaisuuksia, jotka toimisivat ikään kuin kohtaamispaikkana ja keskustelufoorumina seudun asukkaiden, Kaukajärviseuran, muiden yhdistysten ja kaupungin päättäjien kesken. Yhtä tärkeää kuin edunvalvonnan tekeminen on myös siitä viestiminen. Edunvalvontaan liittyvistä asioista, kuten seuran kannanotoista voidaan esimerkiksi tehdä kotisivuille oma palsta,

pyrkii saamaan artikkeleita paikallislehteen tai viestiä seuran omassa tiedotteessa tai lehdessä.

Perinteikkääseen yhteisökuvaan voidaan vaikuttaa esimerkiksi seudun historiaa tallettamalla ja tuomalla sitä esiin tapahtumissa, kotisivuilla tai lehdessä. Nykyaikaisuus puolestaan toteutuu esimerkiksi Internetiä monipuolisesti käyttämällä ja järjestämällä uusia, erilaisia tapahtumia ja harrastuksia perinteisen toiminnan ohella. Seuran nykyaikaistamiseksi yksi tulevaisuuden toimenpiteistä voisi olla myös seuran visuaalisen ilmeen uudistaminen, joka sisältäisi yhtenäisen ilmeen luomisen muun muassa seuran logolle, kotisivuille, ulkomainoksille ja painotuotteille.

Tunnettuuden lisääminen

Mikäli ihmiset tietävät yhdistyksen olemassaolosta, he osaavat usein mennä etsimään lisää tietoa Internetistä. Aluksi on kuitenkin tehtävä yhdistys tunnetuksi, mikä tapahtuu Kaukajärviseuran tapauksessa erityisesti painetun viestinnän avulla. Seuran nykyinen esite on tehty 2000-luvun alkupuolella, joten sen uudistaminen voisi olla ajankohtaista. Esitettä jaettaisiin jatkossakin tapahtumissa ja mahdollisesti muissa paikoissa, kuten Kaukajärven kirjastossa. Myös laajemmin jaettavan Kaukajärviseuran lehden tai tiedotteen avulla ihmiset saadaan tietoisiksi seuran olemassaolosta – koteihin jakelun lisäksi tiedotteita on hyvä olla esillä mahdollisimman monessa paikassa, kuten kauppojen, koulujen, kirjaston, Kaukajärvisuuskunnan ja vapaa-aikatalon ilmoitustauluilla ja tiskillä. Tutkimuksen mukaan jäsenet toivovat viestintää eniten Hervannan Sanomien kautta, joten seuran tulee jatkaa tiedottamista yhdistyksille tarkoitettulla palstalla ja ehdottamalla aktiivisesti jutunaiheita seurasta ja Kaukajärvestä lehden toimittajille. Painetun viestinnän kehitystoimenpiteistä on kerrottu tarkemmin luvussa 10.2.

Myös tapahtumat ovat erinomainen keino markkinoida Kaukajärviseuraa, sillä ne ovat näkyvä osa seuran toimintaa. Tapahtumien markkinointiin ja houkuttelevaan ohjelmatarjontaan tulee kuitenkin panostaa, jotta osallistujamäärät ja tietoisuus tapahtumista saadaan lisääntymään. Tieto tapahtumista on saatava hyvissä ajoin mahdollisimman moneen ja näkyvään paikkaan, ja innostettava ihmisiä osallistumaan nostamalla tapahtuman vetonauloja esille ja kertomalla tapahtumasta riittävän paljon, jotta tapahtuman tarkoitus tulee selville. Monet, varsinkin isommat tapahtumat Kaukajärviseurossa järjestää

useiden muiden yhdistysten kanssa, jolloin kyseiset tapahtumat eivät välttämättä lisää juuri Kaukajärviseuran tunnettuutta. Seuraa voidaanakin tällöin tuoda esille esimerkiksi jakamalla esitteitä tai myymällä Kaukajärviseuura-tuotteita tapahtumissa.

Jäsenmäärän kasvattaminen

Kaukajärviseuura on kohtalaisen tuntematon erityisesti uudempien kaukajärveläisten keskuudessa, joten heille olisi tärkeää tehdä seura tutuksi esimerkiksi toimittamalla alueelle valmistuviin uusiin asuntoihin infopaketti seuran toiminnasta ja jäseneksi liittymisestä. Tervetuliaiskirjeen postittaminen seuraan liittyville uusille jäsenille yhdessä jäsenmaksulomakkeen kanssa olisi myös hyvä idea, sillä niinkin pieni ele saa uuden jäsenen tuntemaan olonsa tervetulleeksi ja perehdyttää hänet mukaan toimintaan. Myös hallitukseen tulevat uudet jäsenet on perehdytettävä kunnolla ja sitoutettava heidät antamalla mahdollisuus osallistua ja tuoda omia mielipiteitään ja erityisosaamistaan esille. Jäseneksi liittyminen on myös tehtävä mahdollisimman helpoksi. Kotisivuille voi tehdä yksinkertaisen liittymiskaavakkeen ja ohjeet muun muassa jäsenmaksun hoitamisesta. Liittymiskaavakkeita on hyvä olla saatavilla muuallakin, kuten seuran tapahtumissa. Seura voi päättää esimerkiksi puolen vuoden ajan keskittyä jäsenhankintaan ja katsoa, millaisia tuloksia jäsenhankintakampanja tuottaa. Jäseneksi liittymistä mainostettaisiin kampanjan aikana kaikissa seuran julkaisuissa ja tiedotteissa, tapahtumissa sekä mahdollisesti Hervannan Sanomiin laitettavalla mainoksella. Kampanjaan voidaan myös liittää pieni palkkio uusille jäsenille tai vanhoille jäsenille, jotka saavat uusia ihmisiä liittymään seuraan.

Nuoremman sukupolven saaminen mukaan toimintaan on yksi tärkeimmistä, mutta hankalimmista tavoitteista. Alle 25-vuotiaita ei kannata lähteä tavoittelemaan ensimmäisenä, mutta esimerkiksi nuoria vanhempia voi pyrkiä innostamaan mukaan järjestämällä päiväsaikaan toimintaa pienille lapsille ja heidän vanhemmilleen. He ovat todennäköisesti tulevia pidempiaikaisia kaukajärveläisiä ja haluavat vaikuttaa lastensa tulevaisuuteen ja heidän viihtyvyyteen Kaukajärvellä. Jotkut päätyvät seuran jäseneksi myös tutun suosituksista tai pyynnöstä, joten puskaradiolla on jäsenhankinnassa merkityksensä. Rohkeasti tuttuja tai tutun tuttuja mukaan pyytämällä voi saada ainakin muutaman jäsenen lisää. Kaikkia voimavaroja ei kuitenkaan saa laittaa uusien jäsenten hankkimiseen.

seen, sillä nykyiset jäsenet ovat arvokkaita ja heidän tarpeensa ja toiveensa tulee huomioida yhtä lailla.

Kaukajärviseurassa jäseneksi liitytään usein talviuintiharrastuksen myötä, sillä se on jäsenille edullisempaa. Seurassa on hyvä ottaa käyttöön muitakin jäsenetuja, jotka houkuttelevat liittymään jäseneksi ja kokemaan, että jäsenyydestä on hyötyä. Yhteistyö paikallisten yritysten kanssa mahdollistaisi myös jäsenkortin käyttöönoton ja siten yritysten tarjoamat edut ja alennukset seuran jäsenille. Myös yritysten kannatusjäsenyyttä on hyvä harkita, sillä alueen yritykset saattaisivat olla halukkaita tukemaan paikallista kotiseutuyhdistystä maksamalla vuosittaisen yrityksille tarkoitetun, hieman korkeamman jäsenmaksun.

Vuorovaikutuksen lisääminen

Vuorovaikutuksen luomiseksi Kaukajärviseuran tulisi panostaa viestinnässään jäsentensä kuunteluun ja keskusteluun heidän kanssaan muun muassa kannustamalla heitä osallistumaan ja antamaan palautetta. Yhtenä vuorovaikutuksen foorumina seura voi hyödyntää erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia. Niissä seuralla voi esimerkiksi olla oma koju, jossa asukkaiden on mahdollista kohdata seuran edustajia. Esillä voi olla jokin ajankohmainen teema, josta ihmiset voivat kertoa omia mielipiteitään ja kommentteja. Seurassa on ollut puhetta myös asukastalosta tai kohtaamispaikasta, jona voisi toimia esimerkiksi Haiharan kartanon talli ja siellä järjestettävät säännölliset kerho- tai jäsenillat.

Hallituksen jäsenistä, rivijäsenistä ja muista sidosryhmistä voidaan muodostaa erilaisia toimikuntia tai työryhmiä. Niiden tehtävänä voi olla esimerkiksi tapahtumien järjestäminen, lehden toimittaminen tai ympäristö- ja kaavoitusasioiden käsittely. Toimikuntien perustaminen riippuu halukkaiden jäsenten määrästä; heitä tulee kutsua aktiivisesti mukaan toimintaan erilaisissa tiedotteissa, sähköpostitse ja kotisivuilla. Toimikuntien avulla saadaan hallituksen työtaakkaa vähennettyä ja yhteistyötä lisättyä eri sidosryhmien välillä.

Pelkkä tietokone ei nykypäivänäkään ole ratkaisu vuorovaikutteisuuteen, mutta sähköisen viestinnän kehittäminen ja toimivan palautejärjestelmän luominen on yksi keino lisätä sitä erityisesti tietokonetta käyttävien ihmisten keskuudessa. Facebookin ja ko-

tisivujen kautta seuran on helppo kertoa toiminnastaan ja tapahtumistaan sekä ”herätellä” ihmisiä ottamalla esiin ajankohtaisia kysymyksiä, joihin toivotaan palautetta. Nykyisillä kotisivuilla on olemassa hallituksen jäsenten sähköpostit yhteydenottoa varten, mutta anonyymia palautteenantoa varten kotisivuille tulisi tehdä erillinen palautelinkki, jonka kautta Kaukajärven asukkaiden olisi helppo antaa palautetta ja ideoita seuralle. Myös tapahtumista on hyvä kerätä ihmisiltä palautetta ja ideoita jatkoa varten esimerkiksi kotisivujen kautta tai jo tapahtumassa. Keskustelupalstan avulla olisi myös helppo luoda vuorovaikutusta, mutta sitä seura ei halua kotisivuilleen sen vuoksi, että keskustelu saattaa helposti mennä asiattomuuksiin eikä seuralla ole resursseja valvoa palstaa jatkuvasti.

Sähköisen viestinnän kehittäminen

Nykyisin sähköiset viestintäkanavat ovat vallanneet useiden yhteisöjen viestinnän, mutta niiden tehokkaampi käyttöönotto Kaukajärviseurassa on vielä liian aikaista nykyinen jäsenistö huomioon ottaen. Sähköinen viestintä tulisikin ottaa aktiivisempaan käyttöön pikkuhiljaa, jotta tulevaisuudessa olisi mahdollista siirtää seuran viestintää yhä enemmän verkossa tapahtuvaksi, mikä helpottaisi viestinnän hoitamista ja vähentäisi kustannuksia. Tärkeimpiä toimenpiteitä sähköisen viestinnän kehittämisessä ovat kotisivujen uudistaminen, sähköpostilistan kerääminen ja sosiaalisen median käyttöönotto osaksi seuran viestintää. Seuran nykyisiä kotisivuja Mansetori.fi -sivustolla tulisi joko uudistaa tai luoda uudet, Mansetorin ulkopuoliset kotisivut. Sivujen uudistamisessa tulee panostaa erityisesti edunvalvonta-asioista tiedottamiseen, ajantasaisuuteen, säännölliseen päivittämiseen sekä mahdollisuuteen antaa palautetta ja liittyä vaivattomasti jäseneksi. Ihmisiä kiinnostavat myös Kaukajärven historia ja jutut menneistä ja tulevista tapahtumista, joista voi koostaa sivuille esimerkiksi kuvagallerian. Myös hallituksen jäsenistä voisi lisätä sivuille kuvat ja lyhyet esittelytekstit, jotta hallitus tulisi ihmisille tutummaksi. Kotisivuja voidaan käyttää myös säännöllisessä toiminnan arvioinnissa tekemällä pikakyselyitä ja mielipidemittauksia. Kotisivuja tulee lisäksi tehdä asukkaille tutuksi muun muassa mainostamalla kotisivulinkkiä kaikessa seuran viestinnässä. Aivan uusien kotisivujen luominen mahdollistaisi sivuille nykyaikaisemman ja raikkaamman ilmeen sekä monipuolisemmat muokkausmahdollisuudet. Toisaalta kotisivujen pitäminen Mansetorilla on perusteltua, sillä Kaukajärviseuura on muutenkin vastuussa Kaukajärven kaupunginosasivujen ylläpidosta Mansetorilla.

Jotta Kaukajärvisseura voisi lähettää tiedotteita myös sähköisesti, on jäseniltä kerättävä jatkossa jäsenrekisteriin heidän sähköpostiosoitteensa sekä suostumus sähköisten tiedotteiden lähettämiseen. Sähköpostilistoja voidaan luoda useampiakin, esimerkiksi jäsenille ja yhteistyökumppaneille erilliset listat, jolloin tiedotteet saadaan räätälöityä eri kohderyhmille sopiviksi. Sähköpostitiedotteita voidaan lähettää joko tarvittaessa tai tietyn väliajoin, jolloin tiedotteisiin kootaan esimerkiksi tulevat tapahtumat, yhteenveto jostakin menneestä tapahtumasta, ajankohtaiset Kaukajärven alueen asiat, henkilömuutokset hallituksessa sekä muut jäseniä koskevat ja kiinnostavat asiat.

Sosiaalista mediaa seuran olisi tarkoituksenmukaista hyödyntää lähinnä Facebookin kautta, sillä nykyisin jo moni kaupunginosayhdistys viestii sen kautta Facebookia käyttäville jäsenilleen. Facebook-profiilissaan seura voi esimerkiksi tiedottaa tulevista tapahtumista, julkaista kuvia menneistä tapahtumista ja herätellä keskustelua ajankohtaisista asioista ottamalla esiin tiettyjä keskusteluteemoja. Oman Facebook-profiilin luominen on kannattavaa edullisuutensa ja nykyaikaisuutensa vuoksi sekä nuorempaa sukupolvea silmällä pitäen. Se myös helpottaa seuran toimintaan osallistumista niiden henkilöiden keskuudessa, joilla ei ole aikaa, halua tai uskallusta tulla kokouksiin ja tapahtumiin. Facebook ei saanut tutkimuksessa suurta kannatusta, mutta sen käyttöä olisi hyvä kokeilla ja katsoa, osoittautuuko se toimivaksi viestintäkanavaksi. Blogia tai wikiä seura voi hyödyntää tulevaisuudessa oman kiinnostuksensa mukaan. Kotisivuille voivat esimerkiksi hallituksen jäsenet kirjoittaa ajankohtaisia blogikirjoituksia tai luoda wikin eli Kaukajärvisseuraan ja Kaukajärven liittyvän ”tietopankin”, jota seuran jäsenet voivat päivittää.

10.2 Lyhyen aikavälin tavoitteet

Seuraavassa kuviossa on esitetty lyhyemmällä aikavälillä, eli 1–2 vuoden sisällä saavutettaviksi tarkoitetut tavoitteet sekä muutamia toimenpiteitä niiden saavuttamiseksi (kuvio 13).



Kuvio 13. Lyhyen aikavälin tavoitteet ja tärkeimmät toimenpiteet niiden saavuttamiseksi

Säännöllinen, avoin, ajankohtainen, ennakoiva ja selkeä viestintä

Säännöllisyys, avoimuus, ajankohtaisuus, ennakoivuus ja selkeys kuuluvat luvussa 4.7. esiteltyihin hyvän viestinnän periaatteisiin, jotka seura voi omaksua sellaisenaan oman viestintänsä periaatteiksi tai luoda omat periaatteensa. Erityisen tärkeää seuran on mielestäni keskittyä säännöllisyyteen ja avoimuuteen, jotta sidosryhmät saavat riittävän usein tietoa kaikista seuraa ja sen jäseniä koskettavista asioista. Vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvällä tiedotuslehdellä kerrotaan jäsenille, mitä seurassa tapahtuu nyt ja lähitulevaisuudessa. Seuran on hyvä olla itse aloitteellinen ja kertoa avoimesti toiminnastaan. Avoimuuden edistämiseksi seuran kotisivuille voi esimerkiksi lisätä lyhyet koosteet hallituksen kokouksista, jotta muut jäsenet näkevät, mitä asioita kulloinkin käsitellään, ja kokevat, ettei asioita salailla. Avoimuus on erityisen olennaista edunvalvontaan liittyvissä asioissa. Niin edunvalvonnassa kuin tapahtumaviestinnässäkin on otettava huomioon myös ennakoivuus, eli tiedotettava tarpeeksi ajoissa ja muistutettava tarpeen vaatiessa lähempänä varsinaista tapahtuman ajankohtaa.

Haastattelujen perusteella viestinnän työnjako ei ole hallituksessa kovin selvä. Viestinnän selkeyttämiseksi ja sen sujuvuuden varmistamiseksi seurassa tulisi siis sopia viestinnän työnjaosta, eli päättää yhdessä, ketkä ovat vastuussa viestinnän hoitamisesta. Seurassa voi esimerkiksi puheenjohtaja toimia ”viestintäpäällikkönä”, mutta kaiken viestinnän hoitaminen ei saa jäädä yhden ihmisen vastuulle. Kaksi hallituksen jäsentä voi esimerkiksi huolehtia kotisivujen päivittämisestä, kaksi tapahtumamainosten laatimisesta ja jakelusta, kaksi tiedotuslehden laatimisesta ja niin edelleen. Tärkeintä on, että jokainen on perillä omasta ja muiden roolista, huolehtii oman tehtävänsä hoitamisesta ja siitä, että tieto kulkee sujuvasti hallituksen sisällä esimerkiksi sähköpostitse.

Työnjaon lisäksi myös viestinnän vuosisuunnitelman laatiminen on yksi keino organisoida viestintää ja huolehtia viestinnän säännöllisyydestä, ennakoivuudesta ja reaaliaikaisuudesta. Suunnitelmaan listataan järjestyksessä kaikki vuoden aikana olevat tapahtumat ja tärkeät asiat sekä niistä viestimiseen tarkoitettut ajankohdat, viestintäkanavat, viestinnän kohderyhmät ja vastuuhenkilöt. Suunnitelman on oltava helposti kaikkien hallituksen jäsenten nähtävillä ja sitä voidaan täydentää tarpeen vaatiessa.

Painetun viestinnän kehittäminen

Kaukajärviseurassa on tutkimustulosten mukaan painettu viestintä tärkeässä asemassa, joten sitä tulee kehittää omaa lehteä tai tiedotetta julkaisemalla sekä lehtinäkyvyyttä lisäämällä. Seurassa on jo suunniteltu oma lehden julkaisemista, joka kuitenkin vaatii paljon aikaa ja resursseja. Sen vuoksi realistinen julkaisuaikataulu useampisivuiselle lehdelle olisi kerran 1–2 vuoden sisällä. Harvemmin julkaistavan lehden painosmäärä voisi olla suurempi, jotta lehteä olisi mahdollista jakaa myöhemmin liittyville jäsenille ja sitä voisi olla jaossa esimerkiksi kirjastolla ja terveysasemalla. Tällöin myös lehden juttujen tulisi olla melko ajattomia, esimerkiksi liittyen seuran perinteisiin tapahtumiin ja muihin palveluihin, Kaukajärven historiaan ja tulevaisuuteen, Kaukajärvellä asuviin asukkaisiin ja heidän tarinoihinsa ja niin edelleen. Kuten sähköisessäkin viestinnässä, kuvia on hyvä olla painetussa viestinnässä paljon juttuja täydentämässä ja elävöittämässä. Lehteä toimittamaan voitaisiin perustaa oma toimikunta, johon muutamien alueen asukkaiden olisi mahdollista tulla mukaan. Potentiaalisia lehtitoimittajia voisi löytyä esimerkiksi kaukajärveläisistä journalismin opiskelijoista, jotka saisivat kokemusta lehden teosta ja

toisivat työryhmään myös tuoreita ideoita ja osaamista. Lehti voisi olla luettavissa myös seuran kotisivuilla verkkoversiona.

Lehden ohella seura voisi julkaista tiheämmällä aikataululla pienempää tiedotetta, joka toimisi ajantasaisemman informaation välittäjänä. Tiedotteen julkaisuväli olisi esimerkiksi 2–4 kertaa vuodessa ja se sisältäisi ajankohtaista tietoa tulevista tapahtumista ja harrastuksista lyhyine esittelyteksteineen. Tiedotetta voisi pitää seuran markkinointikanavana myös siten, että se sisältäisi lyhyen esittelyn seurasta ja sen jäsenyydestä sisältäen liittymislomakkeen ja ohjeet sähköpostin tai kotisivujen kautta liittymiseen.

Lehtinäkyvyyden lisäämiseksi seuran tulee jatkaa tapahtumistaan ilmoittelua paikallislehtien palstoilla, minkä lisäksi on tärkeää pyrkiä saamaan myös artikkeleita erityisesti Hervannan Sanomiin tai toiseen paikallislehteen Tamperelaiseen. Yhteistyöstä Hervannan Sanomien kanssa onkin jo ollut puhetta, mutta seuran on hyvä olla itse aktiivinen ja ehdottaa jutunaiheita tutuille toimittajille. Seura voi esimerkiksi toimittaa heille lehdistötiedotteita, jotka sisältävät kaikki juttuun liittyvät olennaiset asiat. Valmis teksti ja kuvat myös helpottavat jutun läpimenoa.

Myös seuran jäsenille kerran vuodessa lähetettävää yhdistettyä vuosikokouskutsua ja vuosikertomusta voisi kehittää sitä elävöittämällä. Vuosikertomusta ja vuosikokouskutsua voitaisiin harkita liitettäväksi seuran omaan lehteen, joka julkaistaisiin joka kevät ja joka itsessään sisältäisi edellisen vuoden toimintakertomuksen ja suunnitelman tulevalle vuodelle sekä vuosikokouskutsun joko erillisenä tai lehteen liitettynä.

Toiminnan monipuolistaminen

Seuran nykyiset tapahtumat ovat keskittyneet kevätkaudelle, joten myös syksyille voisi suunnitella jonkin uuden tapahtuman, esimerkiksi pikkujoulut, kirpputorin tai askarteluillat. Tapahtumien ohjelmatarjontaan kannattaa kokeilla uusia, erilaisia ohjelmanumeroita, jotka innostavat ihmisiä. Heitä voi esimerkiksi kuvauttaa yhdessä kyltin kanssa, johon he ovat kirjoittaneet yhden asian, joka on parasta Kaukajärvessä, ja kuvista voidaan jälkeenpäin koota kuvakollaasi esimerkiksi seuran kotisivuille. Myös erilaiset kilpailut, kuten piirustus- ja tietokilpailut, urheilukilpailut tai kuva-arvuuttelukilpailut Kaukajärveen liittyvistä kuvista tai henkilöistä voivat olla osana tapahtumia. Mikäli tapah-

tumien järjestämisessä kaivataan lisää talkooväkeä, voidaan heidän värväämisessä hyödyntää esimerkiksi jäsenistä kerättävää sähköpostilistaa. Tapahtumista voi jälkikäteen tehdä jutun kuvien kera esimerkiksi nettisivuille tai seuran lehteen, jotta sivuilla vierailijat näkevät, kuinka mukavaa tapahtumassa on ollut ja kuinka ensi kerralla kannattaa myös itse osallistua tapahtumaan. Tapahtuman arviointi on myös hyvä tehdä jälkikäteen vähintään järjestäjien kesken ja pohtia, mikä oli onnistunutta ja mitä seuraavaa kertaa varten tulisi kehittää.

Seuran nykyinen jäsenistö koostuu suurelta osin vanhemmista ihmisistä, joille olisi taroituksenmukaisempaa tarjota säännöllistä kerho- ja harrastustoimintaa yksittäisten tapahtumien sijaan. Toimintaan voisi ottaa mukaan myös erilaisia retkiä, kuten teatterikäyntejä, ulkoiluretkiä tai päiväretkiä muihin kaupunkeihin. Ne lisäävät yhteisöllisyyttä seuran sisällä tutustuttaen jäseniä toisiinsa. Säännöllisen toiminnan luomisessa on myös se etu, että jonkin harrastusryhmän vakiintuessa sen on itse helppo pyörittää omaa toimintaansa, eikä seuran tarvitse jatkossa käyttää siihen yhtä paljon aikaa ja resursseja. Toiminnan monipuolistamisessa on pyrittävä ottamaan kaikenikäiset ihmiset huomioon, sillä vaikka nykyiset jäsenet ovat melko ikääntyneitä, on toimintaa tarjottava myös nuoremmalle sukupolvelle, jonka toivotaan osallistuvan enemmän seuran toimintaan.

Tällä hetkellä Kaukajärviseuran toiminta on keskittynyt lähinnä Kaukajärven ”ydinalueelle” eli Haiharaan. Kaukajärvi ulottuu kuitenkin paljon suuremmalle alueelle, joten toimintaa tulisi mahdollisuuksien mukaan laajentaa järjestämällä tapahtumia ja harrastuksia esimerkiksi Annalassa sekä näkyvästi ulkomainosten ja tiedotteiden kautta laajemmalla alueella. Nykyiset hallituksen jäsenet asuvat suurelta osin Haiharan alueella, joten myös muualla asuvien jäsenten saaminen mukaan hallitukseen helpottaisi toiminnan laajentamista.

11 Pohdinta

Kaukajärviseuran kohtaamat haasteet ovat tuttuja monelle yhdistykselle nykypäivänä: viestintä ei tunnu tavoittavan ihmisiä, jäseniä on vaikea saada mukaan toimintaan ja yhdistys jumiutuu helposti paikalleen turvautuen vanhoihin tuttuihin tapoihinsa. Vaikka jäseniä pyrittäisiin aktivoimaan kaikin mahdollisin keinoin, tosiasia nykypäivänä tuntuu olevan, että ihmisten ajasta kilpailevat monet muut harrastukset ja yhdistykset, työ, perhe ja nykyajan viihdelaitteet. Ihmiset ovat siis itse asiassa hyvinkin aktiivisia, mutta heidän aikansa ei riitä kaikkeen. Uskoisin myös, että entisaikojen yhteisöllisyys, talkoohenki ja auttamisen halu ovat monin paikoin väistyneet ihmisten itsekkyyden tieltä, minkä vuoksi kynnyks lähteä vapaaehtoisesti mukaan ja tarjota omaa panostaan paikalliseen yhdistystoimintaan on noussut korkeammaksi.

Jatkuva viestinnän ja toiminnan arviointi ja kehittäminen on olennaista edellä mainittujen ongelmien kitkemiseksi ja yhdistyksen elinvoimaisuuden takaamiseksi. Kehittäminen on itsessään melko suurpiirteinen käsite, joka koostuu yksittäisistä viestinnässä ja toiminnassa tehtävistä toimenpiteistä ja muutoksista. Toiminnan kehittämistyössä on lähdettävä nykyisten jäsenten tarpeista, mutta ajateltava myös kauemmas tulevaisuuteen. Vaikka perinteiset toimintatavat ja viestintäkeinot olisivatkin osittain toimivia, on hyvä välillä pysähtyä miettimään, mitä uutta ja erilaista voisi tuoda mukaan toimintaan. Yhdistyksen viestintää on jatkuvasti muokattava ajanmukaisten viestintämuotojen ja välineiden mukaan, sillä viestintä on digitalisoitunut nopeasti ja muuttunut yksisuuntaisesta viestinnästä vuorovaikutteisemmaksi. Kaukajärvisseura toimii kuitenkin vapaaehtoisin voimin ja rajallisin resurssein, eivätkä muutokset sen vuoksi tapahdu hetkessä – eikä kaikkea voikaan tehdä kerralla, vaan pikkuhiljaa yksi kehitysaskel kerrallaan.

Tutkimuksen mukaan Kaukajärvisseuran toiminnassa ja viestinnässä on paljon hyvää ja säilyttämisen arvoista, kuten perinteiset tapahtumat, aktiivinen edunvalvonta ja toimelias hallitus, mutta runsaasti kehitettävääkin on muun muassa jäsenhankinnassa, tunnettuuden lisäämisessä ja viestinnän tehostamisessa. Viestinnän kehittämisessä seuran tulisi keskittyä erityisesti oman lehden tai tiedotteen säännölliseen julkaisemiseen, paikallislehdessä näkymiseen ja sähköpostitiedotteiden käyttöönottamiseen. Seuran haasteena on tarjota toimintaa kaikenikäisille ihmisille ja mukauttaa viestintäänsä eri kohderyhmi-

en tarpeiden mukaan. Tutkimus osoitti myös, että painettu viestintä ei ole vielä menettänyt merkitystään, vaikka sähköiset viestimet valtaavat alaa jatkuvasti. Nykyiset jäsenet ovat melko ikääntyneitä ja tietokoneisiin tottumattomia, joten heille viestintä menee parhaiten perinteisten, painetun viestinnän kanavien kautta, kun taas nuoremmat ihmiset suosivat sähköisen viestinnän kanavia. Nykyisten jäsenten tarpeet tulisi huomioida paremmin esimerkiksi eläkeläisten kerhotoimintaa järjestämällä, mutta myös uusien, nuorten jäsenten mukaan saaminen on elintärkeää, jotta seuran toiminta jatkuisi ja he toisivat mukanaan tuoreita ideoita ja nykyviestintäteknologian osaamista. Seura haluaa toisaalta säilyttää perinteet ja toisaalta nykyaikaistua, mikä on myös haasteellista.

Kyselyn tuloksissa yllätti erityisesti olettamani suurempi painetun viestinnän tarve ja odotettua positiivisempi palaute jäseniltä. Alun perin olin ajatellut keskittyä lähinnä seuran sähköisen viestinnän kehittämiseen, mikä ei kuitenkaan osoittautunut tällä hetkellä tärkeimmäksi asiaksi. Ajatuksenani oli lisäksi liittää opinnäytetyöhön uusien kotisivujen luominen Kaukajärviseuralle, mutta rajasin varsinaisen verkkosivuprojektin opinnäytetyön ulkopuolelle, sillä viestinnän kehittämistyö oli tarkoituksenmukaista aloittaa perinpohjaisesta arvioinnista.

Opinnäytetyö oli hyvin suuritöinen, sillä käytin kahta eri tutkimusmenetelmää ja seuran toiminnan arviointi viestinnän arvioinnin lisäksi laajensi tutkimusta. Haastattelu oli aika vievä prosessi suunnittelu- ja toteutusvaiheiden ja jälkikäsitteilyn eli litteroinnin ja analysoinnin vuoksi, mutta hyvin tarpeellinen tutkimuksen lopputuloksen kannalta. Myös kyselyn toteuttaminen vei paljon aikaa, sillä kyselylomake oli suunniteltava huolellisesti, lähetettävä se postitse 265 talouteen ja lopuksi käytävä läpi lähes sata vastausta lisäten ne yksitellen tietokoneelle. Olen kuitenkin tyytyväinen lopputulokseen, sillä tavoitteeni toteutui ja sain aikaiseksi seuran hallituksen ja jäsenten avulla kohtalaisen kattavan arvion seuran nykytilanteesta ja tulevaisuuden kehitystarpeista. Olin myös hyvin iloinen, että kyselyn vastausprosentti osoittautui paljon odotettua paremmaksi. Kuultuani jäsenten passiivisuudesta huolenani oli nimittäin se, että vain harva ihminen vastaa kyselyyn. Tutkimukseni kyselylomakkeessa onnistuin mielestäni erityisesti kyselyn rakenteen selkeydessä. Paperilomakkeesta oli kuitenkin vaikea saada tarpeeksi lyhyt ilman, että luettavuus ja selkeys olisivat kärsineet. Kaikki kysymyksetkin koettiin tarpeellisiksi, joten niitä en lähtenyt liikaa karsimaan.

Henkilökohtaista kehitystä tapahtui opinnäytetyöprosessin aikana hyvin paljon, sillä opin uutta niin yhteisöviestinnästä, sen kehittamisestä ja arvioinnista kuin myös kaupunginosayhdistystoiminnasta. Arvokasta oppia antoivat myös haastattelujen ja kyselytutkimuksen tekeminen. Uskon, että tulevaisuudessa tutkimusten teko onnistuu helpommin, kun on jo käsitys laajamittaisen tutkimustyön rakenteesta ja tutkimusmenetelmistä. Haasteellista tässä työssä on ollut pohtia viestinnän kehittämistä yhdistyksessä, jonka jäsenistöstä suurin osa on ikääntynyttä ja tottunut perinteisiin, vanhoihin viestintäkanaviin. Opin kuitenkin tutkimuksen myötä arvostamaan enemmän Kaukajärvisuuraa ja ymmärtämään sen merkityksen Kaukajärven ja sen asukkaiden viihtyvyyden lisääjänä. Kaukajärvi on vetovoimainen alue sukupolvesta toiseen – vaikka monet asiat muuttuvatkin, monet asiat myös pysyvät ennallaan, kuten upea luonto ja aktiivinen Kaukajärviseuura. Kaukajärvi on ollut myös oma asuinpaikkani 20 vuoden ajan ja äitini toimii kuudetta vuotta seuran hallituksessa, joten tutkimuksen aihe oli läheinen ja halusin sen vuoksi paneutua työhön mahdollisimman perusteellisesti. Olenkin saanut hyvää palautetta jo tutkimuksen tekemisen aikana seuran hallitukselta, joka on kiitollinen saadessaan kauan kaipaamaansa rehellistä palautetta melko suurelta osalta jäsenistöä.

Uskon, että tutkimuksestani on Kaukajärviseuralle paljon hyötyä ja toivon, että erityisesti kyselyn tuottamista tuloksista otetaan kaikki hyöty irti ja pyritään entistä enemmän ottamaan huomioon jäsenten toiveet tulevassa toiminnassa. Tutkimuksen aikana Kaukajärviseuura on jo kehittänyt viestintäänsä. Kevään 2012 aikana järjestettiin viikoittaisia teematapahtumia iltapäivisin, joista tiedotettiin Kaukajärven asukkaille ilmaisjakelun kautta. Yhteistyötä Hervannan Sanomien kanssa on lisätty ja seuran vuosikokouksessa päätettiin lisätä seuran tärkeimmät aikaansaannokset kotisivuille kaikkien nähtäville. Jatkan mielelläni yhteistyötä seuran kanssa myös jatkossa, esimerkiksi sähköisen viestinnän kehittämisen saralla. Tämä tutkimus keskittyi lähinnä seuran nykyisen tilanteen arviointiin, mutta jatkotutkimusta voisi tehdä esimerkiksi joko pelkkään painettuun tai pelkkään sähköiseen viestintään liittyen. Tulevaisuudessa viestinnän arviointia voisi tehdä esimerkiksi kotisivujen käyttäjäkyselyn tai seurassa mahdollisesti julkaistavan lehden lukijakyselyn avulla.

Lähteet

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2010. Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön sisältö ja menetelmät. Extranet. Opiskelu. Opinnäytetyö, AMK. Raportointiohjeet. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi>. Luettu: 13.3.2012.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Jaatinen, M. 1999. Lobbying Political Issues. A Contingency Model of Effective Lobbying Strategies. Inforviestintä. Helsinki.

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

Juholin, E. 2006. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 4. uudistettu painos. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous – Löydä uusi työyhteisöviestintä. WSOY-pro. Helsinki.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Infor Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Infor Oy. Helsinki.

Kangas, P. 30.9.2011. Hallituksen jäsen. Kaukajärvisseura. Keskustelu. Tampere.

Kaukajärvisseura 2011. Kaukajärvisseuran toimintakertomus vuodelta 2010.

Korhonen, H. 2003. Verkkoviestintää käytännössä – Organisaation www-sivuston rakentaminen. Yhteisöviestinnän perusteet -verkko-oppimateriaali. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkkoviestintaa_kaytannossa.html. Luettu: 20.2.2012.

Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla. Infor Oy. Helsinki.

Kortesuo, K. 2010. Sano se someksi. Infor Oy. Helsinki.

Kostiainen, L. 2011. Kaukajärviseuran 40-vuotisjuhlapuhe Haiharassa 27.8.2011. Luettavissa: <http://www.leenakostiainen.net/puheita-ja-kirjoituksia>. Luettu: 28.9.2011.

KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Kyselylomakkeen laatiminen. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto. Luettavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>. Luettu: 9.1.2012.

Mansetori 2011a. Kaukajärviseuura. Luettavissa: <http://www.mansetori.fi/kaupunginosat/kaukajarvi/kaukajarviseuura>. Luettu: 28.9.2011.

Mansetori 2011b. Mansetori-info. Luettavissa: <http://www.mansetori.fi/mansetori-info>. Luettu: 29.1.2012.

Riihonen, E. 1995. Kaukajärven tarinoita. Tampereen kaupunginosat -julkaisusarja VI. Kaukajärviseuura ja Tampereen kaupunki. Tampere.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. Teemahaastattelu. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html. Luettu: 26.10.2011.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. Teemoittelu. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovaranto. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html. Luettu: 15.3.2012.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006c. Triangulaatio. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_4.html. Luettu: 8.3.2012.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Tampereen kaupunki 2010. Tampereen kaupungin tilastollinen vuosikirja 2008–2009. Luettavissa: http://www.tampere.fi/material/attachments/t/5vr19WFa9/Vuosikirja_0809_verkko.pdf. Luettu: 1.10.2011.

Tampereen kaupunki 2011. Haiharan taidekeskus. Luettavissa: <http://www.tampere.fi/kulttuurijamuseot/kulttuuripalvelut/haihara.html>. Luettu: 16.10.2011.

Tukiainen, T. 2000. Viestinnän auditointitutkimuksen taustatekijät. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylä.

Tukiainen, T. 5.11.2009. Yhteisöviestinnän luonne. Viestinnän lehtori. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Luentomateriaali. Helsinki.

Valli, R. 2010. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.). Ikku-noita tutkimusmetodeihin I, s. 103–127. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Vastamäki, P. 2.10.2011. Puheenjohtaja. Kaukajärvisseura. Keskustelu. Tampere.

Vuorinen, L. 24.4.2012. Rahastonhoitaja. Kaukajärvisseura. Keskustelu. Tampere.

Åman, I. 2003. Asiakaslehti – sidosryhmälehti. Yhteisöviestinnän perusteet -verkkooppimateriaali. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/asiakaslehti_sidosryhmal.html. Luettu: 24.2.2012.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelun runko

Seuran nykytilanne

- Oletteko tyytyväinen seuran tämänhetkiseen tilanteeseen ja sen viestintään?
- Mihin olette erityisen tyytyväisiä Kaukajärvisseuran toiminnassa ja viestinnässä?
- Mitkä ovat mielestänne suurimmat ongelmakohdat ja mitä osa-alueita tulisi kehittää?
- Tiedotetaanko seuran toiminnasta ja tapahtumista mielestänne riittävästi?
- Toimiiko hallituksen sisäinen viestintä hyvin? Entä hallituksen viestintä seuran muille jäsenille?
- Oletteko tyytyväinen seuran nykyisiin viestintäkanaviin (ulkomainokset, lehti-ilmoitukset, muut ilmoitukset, Mansetori)?
- Kuinka aktiivisiksi koette seuran muut jäsenet (hallituksen ulkopuoliset)?
- Kuinka avoimeksi koette koko seuran ilmapiirin? Onko kaikkien helppo kertoa mielipiteensä ja ideansa sekä osallistua seuran toimintaan?
- Saatteko palautetta muilta seuran jäseniltä ja kaukajärveläisiltä, ja onko se negatiivista vai positiivista?
- Kuinka Kaukajärvi ja Kaukajärvisseura ovat mielestänne muuttuneet vuosien saatossa?

Painettu viestintä

- Tulisiko seuran panostaa enemmän lehdissä viestimiseen ja ilmoitteluun?
- Onko ulko-mainoksia ja muita ilmoituksia mielestänne riittävästi?
- Mitä mieltä olette siitä, että seuralle laadittaisiin oma tiedotuslehtinen? Kuinka usein sen tulisi ilmestyä, mitä se sisältäisi, kuka laatisi ja kuinka se jaettaisiin?
- Mitä mieltä olisitte Kaukajärven yhteisestä lehdestä, olisiko sellainen hyvä olla ja löytyisikö sen julkaisemiseen resursseja esim. Kaukajärvisseuralta?

Sähköinen viestintä

- Ovatko Kaukajärviseuran nykyiset sivut Mansetori.fi -osoitteessa tutut ja mitä mieltä olette niistä?
- Tulisiko seuralle laatia omat erilliset kotisivut vai riittävätkö Mansetorin sivut?
- Mitä toivoisitte kotisivuille?
- Entä Facebook-sivusto?

Seuran viestinnän kehittäminen

- Kuinka tehostaisitte seuran viestintää?
- Mitkä viestintäkanavat kokisitte seuralle tärkeimmiksi (myös nykyisten lisäksi) ja parhaiten ihmiset tavoittaviksi?
- Pidättekö tärkeämpänä painettua viestintää vai sähköistä viestintää?
- Kuinka viestintävastuu tulisi jakaa hallituksessa?
- Tulisiko seuran jäsenten välistä vuorovaikutusta parantaa ja kuinka?
- Onko teillä muita kehitysehdotuksia seuran ja sen viestinnän parantamiseksi?

Seuran toiminnan kehittäminen

- Millaisena koette tällä hetkellä seuran maineen ja millaisena haluaisitte ihmisten sen näkevän?
- Onko seura mielestänne tunnettu? Tulisiko seuran markkinoida itseään enemmän uusille kaukajärveläisille ja kuinka?
- Toimiiko edunvalvonta mielestänne hyvin, ottaako Kaukajärvisseura mielestänne riittävästi kantaa Kaukajärvellä tapahtuviin asioihin?
- Onko teillä ideoita seuran tapahtumatarjonnan lisäämiseen?
- Tulisiko kaukajärveläisillä olla yhteinen asukastalo tms. kokoontumispaikka?
- Mitä haluaisitte kysyä Kaukajärvisseuran jäseniltä?

Loppuyhteenveto: Mitkä ovat mielestänne kolme tärkeintä kehityskohdetta Kaukajärvisseurassa ja sen viestinnässä?



TUTKIMUS KAUKAJÄRVISEURAN TOIMINNASTA JA VIESTINNÄSTÄ

Hyvä Kaukajärviseuran jäsen

Opiskelen HAAGA-HELIA:n ammattikorkeakoulussa Helsingissä johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa. Teen opinnäytetyötä Kaukajärviseuralle ja tarkoitukseni on kehittää seuran viestintää ja toimintaa niin että se palvelisi jäseniään entistä paremmin.

Olisin iloinen, jos teillä olisi n. 10 minuuttia aikaa vastata kysymyksiin. Vastauksenne on ensiarvoisen tärkeä, jotta tutkimuksesta olisi hyötyä seuran jäsenille ja lopputuloksesta saataisiin mahdollisimman kattava. Antamianne tietoja käsitellään luottamuksellisesti ja vain tätä tutkimusta varten.

Pyydän teitä ystävällisesti lähettämään vastauksenne oheisessa palautuskuoressa mahdollisimman pian, viimeistään 23.3.2012. Halutessanne voitte vastata tutkimukseen vaihtoehtoisesti Internetissä osoitteessa www.mansetori.fi, josta kyselylomake löytyy seuraavan polun kautta: Kaupunginosat → Kaukajärvi → Kaukajärviseuura → Tutkimus.

Halutessanne voitte osallistua 100 euron hierontalahjakortin (tmi Naiskädenjälki) ja kahden Kaukajärviseuran T-paidan arvontaan jättämällä yhteystietonne tämän saatekirjeen kääntöpuolelle ja lähettämällä lipukkeen palautuskuoressa. Samalla voitte jättää myös sähköpostiosoitteenne ja saada jatkossa tiedotteita Kaukajärviseuralta sähköpostitse. Arvonta suoritetaan 28.3.2012 Kaukajärviseuran vuosikokouksessa, jonne kaikki jäsenet ovat tervetulleita!

Kiitoksia osallistumisestanne!

Yhteistyöterveisin,

Heli Kangas
Opiskelija
HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

Pia Vastamäki
Puheenjohtaja
Kaukajärviseuura ry

Arvontalomake
kääntöpuolella



ARVONTALOMAKE

Mikäli haluatte osallistua arvontaan tai saada jatkossa Kaukajärviseuran tiedotteita sähköpostitse, jättäkää yhteystietonne ja laittakaa lipuke yhdessä kyselylomakkeen kanssa palautuskuoreen:

(vapaaehtoinen)

Voitte leikata alla olevan lipukkeen katkoviivaa pitkin, jolloin yhteystietonne käsitellään erillään kyselylomakkeesta

Nimi: _____

Postiosoite: _____

Puhelinnumero: _____

Sähköpostiosoite: _____

Kyllä kiitos, haluan osallistua arvontaan.

Kyllä kiitos, haluan saada jatkossa tiedotteita Kaukajärviseuralta sähköpostitse.

Kaukajärviseuran toiminta

1. Mistä seuran tarjoamista palveluista, tapahtumista tai toiminnasta olette kuulleet?

(Voitte valita useita vaihtoehtoja)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Talviturkinkastajaiset | <input type="checkbox"/> Liikuntavuorot (esim. lento- ja jalkapallo) |
| <input type="checkbox"/> Haiharan talvipäivät | <input type="checkbox"/> Välinevuokraus (esim. soutuveneet ja grillit) |
| <input type="checkbox"/> Muut tapahtumat (esim. nappulahiihdot) | <input type="checkbox"/> Edunvalvonta (esim. tehdyt aloitteet ja kannanotot) |
| <input type="checkbox"/> Talviuinti | <input type="checkbox"/> Hallitus |
| <input type="checkbox"/> Lukupiiri | <input type="checkbox"/> Vuosikokoukset |
| <input type="checkbox"/> Kotiseutukävelyt | <input type="checkbox"/> Muu, mikä? _____ |
| <input type="checkbox"/> Aitolahden kesäsauna | |

2. Mihin seuran toimintaan tai tapahtumiin olette osallistuneet tai mitä palveluja olette käyttäneet VIIMEISEN 2–3 VUODEN AIKANA? (Voitte valita useita vaihtoehtoja)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Talviturkinkastajaiset | <input type="checkbox"/> Liikuntavuorot (esim. lento- ja jalkapallo) |
| <input type="checkbox"/> Haiharan talvipäivät | <input type="checkbox"/> Välinevuokraus (esim. soutuveneet ja grillit) |
| <input type="checkbox"/> Muut tapahtumat (esim. nappulahiihdot) | <input type="checkbox"/> Edunvalvonta (esim. tehdyt aloitteet ja kannanotot) |
| <input type="checkbox"/> Talviuinti | <input type="checkbox"/> Hallitus |
| <input type="checkbox"/> Lukupiiri | <input type="checkbox"/> Vuosikokoukset |
| <input type="checkbox"/> Kotiseutukävelyt | <input type="checkbox"/> Muu, mikä? _____ |
| <input type="checkbox"/> Aitolahden kesäsauna | |

3. Kuinka hyvin seurassa mielestänne toimii: (Valitkaa kultakin riviltä yksi vaihtoehto)

	Erittäin hyvin	Melko hyvin	Melko huonosti	Hyvin huonosti	En osaa sanoa
Edunvalvonta (esim. tehdyt aloitteet ja kannanotot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tapahtumatarjonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Harrastusmahdollisuudet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Millaista toimintaa tai tapahtumia toivoisitte seuran järjestävän?

5. Mihin olette olleet erityisen TYYTYVÄISIÄ seuran toiminnassa?

6. Mihin olette olleet erityisen TYYTYMÄTTÖMIÄ seuran toiminnassa?

7. Kuvailkaa seuraa ja sen herättämiä mielikuvia muutamalla sanalla:

Jatkuu kääntöpuolella



Kaukajärviseuran viestintä

8. **Kuinka paljon koette saavanne tietoa Kaukajärviseurasta ja sen toiminnasta?**
(Valitkaa yksi vaihtoehto)

- Riittävästi
- Jonkin verran
- Vähän
- Ei lainkaan
- En osaa sanoa

9. **Kuinka usein saatte tietoa seuran toiminnasta ja tapahtumista?** (Valitkaa yksi vaihtoehto)

- Kuukausittain
- Puolivuositain
- Vuosittain
- Harvemmin
- En osaa sanoa

10. **Kuinka tyytyväinen olette Kaukajärviseuran viestintään?** (Valitkaa yksi vaihtoehto)

- Hyvin tyytyväinen
- Melko tyytyväinen
- En kovin tyytyväinen
- En lainkaan tyytyväinen
- En osaa sanoa

11. **Kuinka paljon saatte/ollette saaneet tietoa seuran toiminnasta ja tapahtumista seuraavien kanavien kautta?** (Valitkaa kultakin riviltä yksi vaihtoehto)

	Paljon	Jonkin verran	Vähän	Ei lainkaan	En osaa sanoa
Ilmaisjakelulehdet (esim. Hervannan Sanomat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aamulehti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mansetori-verkkosivusto (jossa Kaukajärviseuran sivut)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomainostelineet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kauppojen ilmoitustaulut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut tiedotteet/esitteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaukajärven tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puskaradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Kuinka paljon TOIVOISITTE JATKOSSA saavanne tietoa seuran toiminnasta ja tapahtumista seuraavien kanavien kautta? (Valitkaa kultakin riviltä yksi vaihtoehto)

	Paljon	Jonkin verran	Vähän	Ei lainkaan	En osaa sanoa
Ilmaisjakelulehdet (esim. Hervannan Sanomat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aamulehti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mansetori-verkkosivusto (jossa Kaukajärvisseuran sivut)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ulkomainostelineet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kauppojen ilmoitustaulut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut tiedotteet/esitteet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaukajärven tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puskaradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Jos Kaukajärvisseura käyttäisi myös seuraavia viestintäkanavia, mitkä niistä kokisitte itsellenne hyödyllisimmiksi? (Valitkaa 0–3 vaihtoehtoa)

- Seuran oma lehti/tiedote
- Seuran omat kotisivut (muu kuin Mansetori.fi)
- Facebook
- Sähköposti
- Muu, mikä? _____

14. Kuinka paljon saatte tietoa seuraavista asioista: (Valitkaa kultakin riviltä yksi vaihtoehto)

	Riittävästi	Jonkin verran	Vähän	Ei lainkaan	En osaa sanoa
Seuran tekemä edunvalvonta (esim. tehdyt aloitteet ja kannanotot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seuran järjestämät tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seuran järjestämät harrastusmahdollisuudet (esim. talviuinti)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seuran vuosikokous	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Onko teillä ideoita seuran viestinnän kehittämiseksi?

Jatkuu kääntöpuolella



Taustatiedot

16. Vastaajan sukupuoli:

nainen

mies

17. Vastaajan ikä: _____

18. Kuinka monta henkilöä talouteenne kuuluu? _____

19. Asuinpaikka (jos muu kuin Kaukajärvi): _____

20. Kuinka monta vuotta olette olleet seuran jäsenenä? (Valitkaa yksi vaihtoehto)

alle 5 vuotta

5–10 vuotta

11–20 vuotta

21–30 vuotta

yli 30 vuotta

21. Voitte halutessanne tarkentaa tähän vastauksianne tai antaa vapaasti palautetta Kaukajärviseuralle:

Kiitos vastauksestanne!