

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2021

Elina Laiho

VIESTINNÄN KYNNYSKYSYMYKSIÄ

– Kynnys ry:n viestinnän nykytilanne ja
kehittäminen

Elina Laiho

VIESTINNÄN KYNNYSKYSYMYKSIÄ

- Kynnys ry:n viestinnän nykytilanne ja kehittäminen

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää valtakunnallisen, vammaisten perus- ja ihmisoikeusjärjestö Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita. Opinnäytetyössä keskityttiin järjestön jäsen- ja sidosryhmäviestintään. Opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona Kynnys ry:n Helsingin toimipisteelle.

Opinnäytetyössä pyritään kartoittamaan erityisesti järjestön viestinnän tämänhetkistä tilannetta, viestinnän merkittävämpiä kehityskohteita ja viestinnän saavutettavuutta. Opinnäytetyön pääkysymykset olivat ”millainen on Kynnys ry:n viestinnän nykytilanne?”, ”mitkä ovat Kynnys ry:n viestinnän merkittävimmät kehityskohteet?” ja ”miten Kynnys ry:n viestintä voisi olla kaikille saavutettavampaa?”.

Opinnäytetyössä on käytetty tutkimusmenetelmänä ensisijaisesti määrällistä tutkimusta ja tarkemmin määriteltynä kyselytutkimusta. Opinnäytetyön tiedonhankinta toteutettiin Internet-pohjaisen kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake oli avoimena Webropol-kyselylomakepalvelussa 21.10.2019–06.01.2020. Kyselyyn vastasi yhteensä 106 henkilöä, mutta eri kysymyksiin vastasi eri määrä ihmisiä.

Opinnäytetyön kyselyn tuloksista kävi ilmi, että järjestön viestinnän nykytilanteen ja kehittämiskohteiden selvittäminen oli tarpeellista. Järjestön viestinnän merkittävimmiksi kehityskohteiksi mainittiin esimerkiksi viestinnän saavutettavuuden parantaminen, sujuvampi tiedottaminen ajankohtaisista asioista ja kokonaisvaltainen viestinnän monipuolistaminen. Opinnäytetyön kyselyn tuloksien perusteella voidaan todeta, että kyselyyn vastaajat seuraavat mieluiten viestintää, joka on lähellä heidän kiinnostuksen kohteitaan ja josta on hyötyä heidän omassa elämässään.

Opinnäytetyö on suunnattu erityisesti järjestön jäsenille ja jäsenyydestä kiinnostuneille henkilöille. Sen lisäksi opinnäytetyön toivotaan tavoittavan ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita esimerkiksi vammaisjärjestöjen toiminnasta tai yleisesti järjestöviestinnästä.

ASIASANAT:

Viestintä, järjestöviestintä, viestinnän kehittäminen, vammaisjärjestö, saavutettavuus, ihmisoikeudet, ihmisoikeusjärjestö

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

The Degree Programme of Media Arts

2021 | 50 pages, 8 pages in appendices

Elina Laiho

THRESHOLD QUESTIONS OF COMMUNICATION

- The current situation and development of The Threshold Association's communications

The purpose of this thesis is to find out the current situation and development targets of the communication of the national, basic and human rights organisation The Threshold Association. The thesis focused on the organisation's member and stakeholder communication. The thesis was carried out as an assignment for The Threshold Association's Helsinki office.

The aim of the thesis is to map the current situation of the organisation's communication, the most significant development targets of communication and the accessibility of communication. The main questions of the thesis were "what is the current state of The Threshold Association's communication?", "what are the most significant development targets of The Threshold Association's communication?" and "how could The Threshold Association's communication be more accessible to everyone?".

The research method used in the thesis is primarily quantitative research and more specifically questionnaire research. The data acquisition of the thesis was carried out with the help of an Internet-based questionnaire. The questionnaire was open in the Webropol questionnaire service from 21.10.2019 to 06.01.2020. A total of 106 people responded to the questionnaire, but a different number of people answered different questions.

The results of the thesis questionnaire showed that it was necessary to find out the current situation of the organization's communication and areas for development. Improving the accessibility of communications, streamlining information on current affairs and comprehensive diversification of communications were mentioned as the most significant development targets of the organisation's communications. Based on the results of the thesis questionnaire, it can be stated that the respondents prefer to follow communication that is close to their interests and that is useful in their own lives.

The thesis is aimed especially at the members of the organisation and people interested in membership. In addition, it is hoped that the thesis will reach people who are interested in, for example, the activities of disability organisations or organisational communication in general.

KEYWORDS:

Communication, organisational communication, communication development, disability association, accessibility, human rights, human rights organization

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 MITÄ ON JÄRJESTÖVIESTINTÄ?	9
2.1 Järjestöviestintä yleisellä tasolla	9
2.2 Vammaisjärjestöjen viestintä	10
3 MIKÄ ON KYNNYS RY?	12
3.1 Kynnys ry:n toiminta	12
3.1.1 Lakineuvonta, esteettömyys ja syrjinnän estäminen	12
3.1.2 Kulttuuritoiminta, koulutus- ja kurssitoiminta, projektit ja hankkeet	13
3.1.3 Kehitysyhteistyötoiminta	14
3.2 Kynnys ry:n viestintä	14
3.2.1 Kynnys-lehti	15
3.2.2 Sosiaalinen media	15
3.2.3 Internet-sivut ja blogi	16
3.2.4 Uutiskirjeet ja tiedotteet	16
3.2.5 Tapahtuma- ja kampanjatoiminta	17
3.2.6 Kehitysyhteistyöviestintä	17
3.2.7 Julkaisutoiminta	18
4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	19
4.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet	19
4.2 Opinnäytetyön tiedonhankinta- ja tutkimusmenetelmät	20
4.3 Opinnäytetyön kyselylomakkeen toteutus	21
4.4 Opinnäytetyön kohderyhmät	24
5 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET	25
5.1 Vastaajien perustiedot	26
5.2 Kynnys ry:n viestinnän seuraaminen	27
5.3 Kynnys ry:n viestinnän toivotut sisällöt	32
5.4 Kynnys ry:n viestinnän kehittäminen	36
5.5 Yhteenveto kyselyn tuloksista	42
6 LOPUKSI	45

LIITTEET

Liite 1. Opinnäytetyön kyselylomake.

KUVIOT

Kuvio 1. Kyselyyn vastaajien ikäjakauma, n = 106.	26
Kuvio 2. Kynnys ry:n viestintäkanavien seuraaminen, n = 102.	28
Kuvio 3. Kynnys ry:n viestintäkanavat, joissa toivotaan viestintäaktiivisuutta, n = 84.	29
Kuvio 4. Kynnys ry:n viestinnän saavutettavuus, n = 105.	30
Kuvio 5. Kynnys ry:n kansainvälisen viestinnän seuraaminen, n = 104.	33
Kuvio 6. Kynnys ry:n kotimaan viestinnän seuraaminen, n = 104.	34
Kuvio 7. Kynnys ry:n viestinnän seuratuimmat aihepiirit, n = 103.	35
Kuvio 8. Kynnys ry:n viestinnän kohdentaminen aihepiireihin, n = 53.	41

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella valtakunnallisella tasolla toimivan, vammaisten perus- ja ihmisoikeusjärjestö Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita. Tarkastelussa keskitytään erityisesti järjestön jäsen- ja sidosryhmäviestintään. Näkökulman kohdentaminen jäsen- ja sidosryhmäviestintään on järkevintä, koska jäsen- ja sidosryhmäviestintä on yksi näkyvimmistä osista Kynnys ry:n toimintaa.

Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Kynnys ry:n Helsingin toimipisteelle. Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä Kynnys ry:n tiedottajan Sanni Purhosen kanssa. Opinnäytetyössä hyödynnetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää, tarkemmin määriteltynä kyselytutkimusta. Tiedonhankinta on toteutettu kyselylomakkeella, Internetissä olevan Webropol-kyselylomakepalvelun avulla. Lisäksi aihetta on syvennetty viestinnän ja tutkimuksen teoriaa käsittelevällä lähdeaineistolla.

Opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmään perustuva kyselylomake oli auki Webropol-kyselylomakepalvelussa 21.10.2019–06.01.2020. Kyselyvastauksia saatiin yhteensä 106 kappaletta, mutta eri kysymyksiin vastasi eri määrä ihmisiä. Opinnäytetyön kyselylomaketta markkinoitiin esimerkiksi eri sosiaalisen median kanavissa opinnäytetyön toimeksiantajan sekä tekijän osalta.

Opinnäytetyössä pyrittiin vastaamaan kysymyksiin Kynnys ry:n viestinnän tämänhetkisestä tilanteesta, viestinnän tärkeimmistä kehityskohteista ja viestinnän saavutettavuudesta. Keskeisimmät kysymykset olivat ”millainen on Kynnys ry:n viestinnän nykytila?”, ”mitkä ovat Kynnys ry:n viestinnän merkittävimmät kehityskohteet?” ja ”miten Kynnys ry:n viestintä voisi olla kaikille saavutettavampaa?”. Opinnäytetyön pääkysymykset valikoituivat niin, että opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten järjestön viestintä tavoittaa kohderyhmäänsä tällä hetkellä ja millä tavoin viestintää voisi kehittää tulevaisuudessa. Lisäksi viestinnän saavutettavuus nousi yhdeksi tärkeäksi pääkysymykseksi, koska Kynnys ry:n tavoite vammaisjärjestönä on olla helposti lähestyttävä erilaisille vammaisryhmille esimerkiksi viestinnän tasolla.

Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui Kynnys ry:n viestinnän nykytilanne ja kehittäminen, koska järjestön viestinnän nykyistä tilannetta ja kehityskohteita ei ole opinnäytetyötasolla

kartoitettu aikaisemmin eli kyseessä on opinnäytetyön tekijän tietojen mukaan ensimmäinen aiheesta tehty opinnäytetyö. Toisin sanoen järjestön viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita kartoittavalle opinnäytetyölle on ollut selkeä tilaus.

Opinnäytetyö etenee sisällöllisesti niin, että aluksi määritellään järjestöviestinnän käsite yleisellä tasolla. Järjestöviestinnän käsitteen määrittelyä syvennetään viestinnän suunnittelun ja toteutuksen kautta vammaisjärjestöjen tuottaman viestinnän mahdollisiin erityispiirteisiin. Järjestöviestinnän käsitteen määrittely tässä yhteydessä on tärkeää, koska se toimii pohjana aiheen syventämiselle ja koko opinnäytetyölle.

Seuraavassa luvussa esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja Kynnys ry yleisen toiminnan ja viestinnän osalta. Kynnys ry:n monipuolisen toiminnan takia opinnäytetyön toimeksiantajan esittely oli järkevintä jakaa useampaan osioon. Tällä tarkoitetaan, että omiksi osioiksi erotetaan järjestön toiminnan ja viestinnän esittely, koska kumpikin osio on yhteydessä toisiinsa ja koetaan tärkeänä osana järjestön toimintaa.

Opinnäytetyön toteutukseen eli tutkimusmenetelmän määrittelyyn, kyselylomakkeen luomisprosessin taustoittamiseen ja kohderyhmän määrittelyyn keskitytään neljännessä luvussa. Opinnäytetyön toteutuksen tarkempi kuvaaminen on tärkeää, koska se luo prosessiin läpinäkyvyyttä ja taustoittaa opinnäytetyön moninaisia työvaiheita.

Opinnäytetyön tuloksia eli kyselylomakkeen kautta saatuja vastauksia ja vastausten kautta tehtyjä päätelmiä käydään läpi viidennessä luvussa. Opinnäytetyön tulosten läpikäynti suoritetaan samassa järjestyksessä kyselylomakkeen etenemisen kanssa. Lisäksi opinnäytetyön kyselylomakkeen kautta saatujen tulosten analysointi oli järkevintä jakaa useampaan osioon, koska kyselylomake oli mittava ja siinä tarkasteltiin Kynnys ry:n viestintää monelta kantilta.

Opinnäytetyöprosessista tehtyjä johtopäätöksiä käsitellään kuudennessa eli viimeisessä luvussa. Viimeisessä luvussa käydään lisäksi läpi opinnäytetyöprosessia kokonaisuutena ja erityisesti opinnäytetyön tekijän kannalta. Johtopäätöksissä arvioidaan esimerkiksi opinnäytetyön kyselyn onnistumista, kyselylomakkeen kautta saatujen vastausten hyödyllisyyttä Kynnys ry:n viestinnän kehittämiseksi ja mahdollisia kehitysehdotuksia järjestön viestintää silmällä pitäen. Tässä luvussa pohditaan myös opinnäytetyön onnistumista, prosessissa ilmenneitä haasteita ja sitä, mitä asioita opittiin opinnäytetyön teko-prosessin aikana.

Opinnäytetyö on toteutettu Kynnys ry:n edesmenneen toiminnanjohtajan, Kalle Könkkö-
län (1950–2018), muistoa kunnioittaen.

2 MITÄ ON JÄRJESTÖVIESTINTÄ?

Tämän luvun alkuosassa tarkastellaan järjestöviestintää yleisesti ja näkökulmaa kavennetaan siihen, miten järjestöviestintää suunnitellaan ja toteutetaan. Tarkoituksena on tarkastella järjestöviestintää erityisesti vammaisjärjestön näkökulmasta, koska vammaisjärjestöjen viestintä on tutkimuskohteena erityisen keskeistä opinnäytetyön kannalta.

2.1 Järjestöviestintä yleisellä tasolla

Järjestöviestintää tarkasteltaessa on hyvä aluksi määritellä, mitä järjestöllä tarkoitetaan ja mihin järjestö sijoittuu erilaisten organisaatioiden ja yhteisöjen joukossa. Martti Siisiäisen mukaan (Harju 2020) järjestöllä tarkoitetaan ihmisten yhteenliittymää, joka toteuttaa tiettyä yhteistä arvoa, tavoitetta tai intressiä.

Järjestöjen katsotaan kuuluvan niin sanottuun kolmanteen sektoriin. Kolmannesta sektorista puhuttaessa tarkoitetaan yleensä erilaisia järjestöjä ja liittoja, jotka ovat julkisia ja rekisteröityneitä organisaatioita ja toimivat oman missionsa pohjalta. Monet kolmanteen sektoriin kuuluvista järjestöistä ja liitoista tekevät yhteistyötä myös yritysten ja julkiseen sektoriin kuuluvien organisaatioiden kanssa, jolloin ne ovat tärkeä osa yhteiskunnan toimintaa. Kolmannen sektorin viestintä muistuttaa välillä yritysviestintää, koska viestinnän tavoitteina on tulla huomatuksi ja arvostetuksi kumppaniksi sekä saada kannattajia, jäseniä ja rahoitusta toiminnalleen. Kolmannen sektorin viestintä voi olla myös epäitsekkästä ja perustua yleispäteviin arvoihin ja päämääriin. (Juholin 2013, 26.)

Järjestön viestintä lähtee käyntiin järjestön mission määrittelystä eli ydinajatuksesta, miksi järjestö on olemassa ja mikä on erityisesti järjestön viestinnän tarkoitus. Järjestön toiminta-ajatuksen selkeä määrittely auttaa merkittävästi esimerkiksi järjestön viestinnän suunnittelussa ja myöhemmin viestinnän toteutuksessa. Järjestön toiminta-ajatuksen tehtävänä on auttaa esimerkiksi järjestön markkinointia, järjestön imagon muodostumista, kilpailijoista erottumista ja varainhankinnan toteutumista. Järjestön toiminta-ajatus on selkeä silloin, kun se avautuu hyvin esimerkiksi järjestön sidosryhmille ja muille ihmisille, jotka eivät tiedä järjestön toiminnasta lainkaan. (Kuvaja 2020.)

Järjestöviestinnän tarkoituksena on ensisijaisesti olla järjestön perustehtävän toteutumisen tukena, jolloin viestinnän suunnittelu ja johtaminen on hyvä toteuttaa huolellisesti.

Lisäksi viestinnän suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon, että järjestön viestintä tarvitsee pohjakseen vuosisuunnitelman. Vuosisuunnitelmalla tarkoitetaan, että järjestön viestintä liitetään osaksi muuta järjestötoimintaa ja sen avulla päätetään esimerkiksi tapahtumat, jotka tarvitsevat erityishuomiota viestinnässä. Järjestön viestinnän ydin on arkiviestintä, jolla tarkoitetaan säännöllistä ja rutiininomaisesti toistuvaa tiedonvälitystä. Arkiviestintä tarkoittaa esimerkiksi järjestön tuottamia jäsenkirjeitä ja jäsenille suunnattuja tiedotteita. Arkiviestinnän lisäksi järjestössä on tärkeä varautua yllättäviin tai poikkeuksellisiin tilanteisiin, joita nimitetään kriiseiksi. Järjestön on tärkeää suunnitella kriisien varalle kriisiviestinnän ohjeistus ja tarjota mahdollisuuksien mukaan kriisiviestinnän koulutusta. (Kuvaja 2020.)

2.2 Vammaisjärjestöjen viestintä

Opinnäytetyössä tarkastellaan viestintää erityisesti vammaisjärjestön näkökulmasta. Vammaisjärjestöllä tarkoitetaan erilaisia kansalaisjärjestöjä, jotka esimerkiksi tarjoavat vertaistukea vammaisille tai pitkäaikaissairaille henkilöille sekä heidän läheisilleen. Vammaisjärjestöt tekevät esimerkiksi edunvalvontaan liittyvää työtä tasa-arvon ja osallistumisen edistämiseksi yhteiskunnassa, kehittävät vammaisalaa ja tiedottavat jäsenilleen kuuluvista palveluista ja etuuksista. (THL 2020.)

Vammaisjärjestöjen toteuttamassa viestinnässä yksi tärkeimmistä periaatteista on viestinnän saavutettavuus kaikille. Invalidiliitto ry:n määritelmän mukaan saavutettavuudella tarkoitetaan yleensä niin sanottua ”aineetonta ympäristöä” eli esimerkiksi verkkosivuja, palveluja, tietoa ja asenteita. Saavutettavuus on käytännössä sitä, että erilaiset palvelut, viestintä ja Internet-sivut pyritään toteuttamaan siten, että ne ovat kaikille soveltuvia. Viestinnän saavutettavuuteen voidaan liittää myös käsite sosiaalinen saavutettavuus. Sosiaalisella saavutettavuudella tarkoitetaan, että ihmisten moninaisuus otetaan huomioon yleisessä ilmapiirissä ja asenteissa. Sosiaalinen saavutettavuus näkyy käytännössä niin, että ihmisten moninaisuus kohdataan myönteisesti ja arvostavasti erilaisissa ihmisten välisissä kohtaamisissa esimerkiksi asiakaspalvelutilanteissa. (Invalidiliitto 2021.)

Viestinnän saavutettavuudella tarkoitetaan käytännössä, että esimerkiksi digitaaliset palvelut pyritään toteuttamaan alusta lähtien ”suunnittele kaikille” -periaatetta hyödyntäen. Suunnittele kaikille -periaatteella tarkoitetaan toimintatapaa, jossa otetaan huomioon erilaiset käyttäjät heti verkkopalveluiden suunnittelun alusta asti ja kehitetään sellainen verkkopalvelu, mitä voivat hyödyntää kaikki erilaiset käyttäjät. (Aluehallintovirasto 2021.)

Verkkopalveluissa saavutettavuus on tärkeää huomioida suunnittelussa ja toteutuksessa kolmella tapaa eli teknisessä toteutuksessa, helppokäyttöisyydessä sekä sisältöjen selkeydessä ja ymmärrettävyydessä. Teknisellä toteutuksella tarkoitetaan, että verkkopalvelussa on loogisesti toteutettu ja virheetön lähdekoodi sekä verkkopalvelussa noudatetaan HTML-standardia ja WCAG-ohjeistusta. Verkkopalvelun sujuva toimivuus on huomioitu erilaisilla päätelaitteilla ja avustavilla teknologioilla, esimerkiksi ruudunlukuohjelmilla ja puheohjauksella. (Aluehallintovirasto 2021.)

Helppokäyttöisyydellä tarkoitetaan, että verkkopalvelu on yleisilmeeltään helposti hahmotettava, varustettu selkeällä navigaatiolla sekä etsitty sivu, toiminto tai sisältö on löydettävissä helposti. Verkkopalvelussa erilaisten sivujen nimet ovat selkeitä ja kuvaavia, navigaatio ei ole liian monitasoinen sekä palvelun pääsisältö erottuu selkeästi muista elementeistä. (Aluehallintovirasto 2021.)

Ymmärrettävyydellä tarkoitetaan selkeän ja ymmärrettävän kielen sekä selkokielen käyttöä. Verkkopalveluissa teksti on jäsennetty luetteloiksi tai lyhyiksi kappaleiksi ja on yleisilmeeltään helposti luettavaa. Tekstissä on käytetty sopivasti kuvaavia väliotsikoita sekä verkkopalvelun linkkien tekstit ovat kuvaavia ja ymmärrettäviä. Lisäksi ymmärrettävyydellä tarkoitetaan monikanavaisuuden ajatusta eli sisältöjä löytyy tekstin lisäksi toisenlaisissa muodoissa, esimerkiksi video-, kuva- ja äänimuodossa. (Aluehallintovirasto 2021.)

3 MIKÄ ON KYNNYS RY?

Kynnys ry on valtakunnallinen, eri tavoin vammaisten perus- ja ihmisoikeuksiin keskittynyt järjestö. Kynnys ry toimii valtakunnallisella sekä alueellisella tasolla. Järjestöllä on toimipisteitä Helsingissä, Kuopiossa, Oulussa, Tampereella ja Turussa. Lisäksi Kynnys ry:llä on toimintaryhmiä pääkaupunkiseudulla, Kymenlaaksossa, Etelä-Karjalassa, Mikkelissä, Porissa ja Rovaniemellä. (Kynnys ry 2019.)

Kynnys ry perustettiin vuonna 1973, jolloin sen perustivat vammaiset opiskelijat. Järjestön missiona on työskennellä vammaisten yhdenvertaisten oikeuksien toteuttamiseksi Suomessa ja kansainvälisesti. Samalla järjestön tavoitteena on tukea ja aktivoida vammaisia henkilöitä toimimaan omien oikeuksiensa puolestapuhujina. Järjestö pyrkii vaikuttamaan myös viranomaistahoihin ja muihin päättäjiin niin, että vammaisten ihmisten tarpeet otetaan huomioon päätöksenteossa. Kynnys ry:llä on rooli toimia asiantuntijana vammaisiin liittyvissä kysymyksissä. Järjestön toiminta perustuu siihen, että eri tavoin vammaiset henkilöt vastaavat sen toiminnasta niin päätöksestä kuin toimeenpanostakin. Toiminnan sujumisen edellytyksenä järjestö palkkaa erilaisiin tilaisuuksiin avustajia, tulkkeja ja oppaita. (Kynnys ry 2019.)

3.1 Kynnys ry:n toiminta

Kynnys ry ylläpitää monipuolista toimintaa, jonka keskeisessä osassa on vertaistuki. Vertaistuellla tarkoitetaan, että kaksi samanlaisessa elämäntilanteessa olevaa ihmistä neuvovat toisiaan ja vaihtavat kokemuksiaan. Kynnys ry:n perustoiminta sisältää esimerkiksi lakineuvontaa, erilaisia kursseja ja koulutusta, kulttuuritoimintaa ja kehitysyhteistyötoimintaa. (Kynnys ry 2019.)

3.1.1 Lakineuvonta, esteettömyys ja syrjinnän estäminen

Järjestössä lakineuvonnan osaamista tarjoaa Kynnys ry:n juridinen neuvonta. Juridinen neuvonta on Kynnys ry:n tarjoamaa maksutonta lainopillista neuvontapalvelua vammaisuuteen tai sairauteen liittyvissä asioissa. (Kynnys ry 2019.)

Järjestö huolehtii esteettömyyteen ja syrjintään liittyvistä asioista D4-Verkosto Oy:n, esteettömyyskartoitusten ja syrjinnästä ilmoittavan lomakkeen avulla. D4-Verkosto Oy:n erikoisalaa on tuottaa kaikille käyttäjille soveltuvia digitaalisia ja painettuja aineistoja, esimerkiksi www-suunnittelua, kuvitusta, sisällöntuotantoa, esteettömyyden arviointia sekä asiantuntijapalveluita. Yritys hallitsee erilaiset verkkoviestinnän esteettömyyden periaatteet, tekniikat ja suositukset. D4-Verkosto Oy:n toiminnassa ja palveluissa kantava voima on Design for All-periaate eli tavoitteena on kehittää kaikille soveltuvaa ja esteettöntä yhteiskuntaa. (Kynnys ry 2019.)

Esteettömyyskartoitusten tarkoituksena on tarjota kestäviä ratkaisuja fyysisen ympäristön ja palveluiden saavutettavuuden kehittämiseksi. Esteettömyyden ja saavutettavuuden huomioiminen vahvistaa yrityksen eettistä strategiaa ja yhdenvertainen kohtelu on reilu tapa toimia. Helppokäyttöisyys ja vaivattomuus ovat avainsanoja menestyviin tuotteisiin ja suosittuihin palveluihin, koska niiden avulla saadaan mahdollisesti uskollisia asiakkaita. (Kynnys ry 2019.)

Syrjinnästä ilmoittava lomake on tarkoitettu täytettäväksi silloin, kun tarvitaan raporttia todistusaineistona syrjintään liittyvien ongelmien poistamiseksi. Syrjinnästä ilmoittavaan lomakkeeseen kirjoitetaan lyhyesti oleelliset asiat tapahtumasta, jossa syrjintää on kohdattu. Tapahtumakuvauksessa tärkein asia on kertoa, kuka on tehnyt ja sanonut mitäkin tilanteessa, koska kaikkea huonoa kohtelua ei pidetä syrjintänä. (Kynnys ry 2019.)

3.1.2 Kulttuuritoiminta, koulutus- ja kurssitoiminta, projektit ja hankkeet

Järjestöllä on monipuolista kulttuuritoimintaa, jossa se on järjestävänä tahona tai yhteistyökumppanina. Kynnys ry:llä on jokaisella aluetoimipisteellään taidetoimintaa, esimerkiksi säännöllisiä taideryhmiä ja gallerioita. Lisäksi Kynnys ry järjestää joka toinen vuosi Kynnyskino -elokuva festivaalit sekä toimii yhteistyökumppanina muissa taidetapahtumissa, esimerkiksi Cross Over -taidefestivaaleilla ja Turussa järjestettävillä Integroidun Tanssin ja Teatterin Päivillä. (Kynnys ry 2019.)

Kynnys ry järjestää koulutus- ja kurssitoimintaa erilaisten hankkeiden ja projektien muodossa, joista esimerkkinä on Assistentti.info-verkosto. Assistentti.info-verkosto tarjoaa itsenäisenä toimijana neuvontaa, tiedottavaa koulutusta ja erilaista aineistoa. Se on erilaisista toimijoista koottu avoin, valtakunnallisesti toimiva henkilökohtaisen avun verkosto. (Kynnys ry 2019.)

Järjestö on mukana muissakin hankkeissa ja projekteissa, joiden tarkoituksena on esimerkiksi kerätä tietoa sekä tutkia vammaisuuteen liittyviä ilmiöitä. Tiedonkeräämistä ja tutkimustoimintaa toteutetaan esimerkiksi SAMAT-toiminnan avulla. Samanlainen, erilainen vanhemmuus eli SAMAT-toiminta on perhetoimintaan sekä seksuaali- ja lisääntymisterveyden edistämiseen keskittynyt hanke. Perhetoiminta tarjoaa tietoa, tukea ja toimintaa perheille, joissa yhdellä tai molemmilla vanhemmilla on vamma tai pitkäaikaissairaus. Seksuaali- ja lisääntymisterveyden edistämistoiminta on suunnattu pääasiallisesti eri tavoin vammaisille, vammautuneille ja pitkäaikaissairaille ihmisille Pohjois-Suomen alueella. (Kynnys ry 2019.)

3.1.3 Kehitysyhteistyötoiminta

Kynnys ry:n toiminta ei rajoitu ainoastaan kotimaahan, vaan järjestöllä on pitkään jatkunut kehitysyhteistyötoiminta. Kynnys ry on toteuttanut kehitysyhteistyöhön liittyviä hankkeita 1980-luvun lopusta lähtien ja järjestö saa hankkeisiinsa tukea ulkoasiainministeriöltä. Kynnys ry:llä on tänä päivänä kehitysyhteistyöhankkeita esimerkiksi Keski-Aasiassa, Balkanilla ja Etiopiassa. Järjestön hankeyhteistyö Keski-Aasiassa on keskittynyt vammaisten naisten järjestöjen tukemiseen viidessä maassa. Järjestöllä on kaksi kehitysyhteistyöhanketta Balkanin alueella. Balkanilla kehitysyhteistyöhankkeet keskittyvät tukemaan liikuntavammaisten järjestöä Kosovossa ja Bosnia-Hertsegovinassa keskittään tukemaan vammaisten ihmisoikeusjärjestöä sekä humanitääristä järjestöä. Järjestön kumppanuusohjelman avulla Etiopiassa annetaan tukea vammaisliikkeelle sekä kohdennetusti vammaisille opiskelijoille, naisille ja kuurosokeille. (Kynnys ry 2019.)

Järjestö toteuttaa kehitysyhteistyötoimintaansa esimerkiksi vertaiskummitoiminnan ja Kapua -hankkeen avulla. Lisäksi Kynnys ry:n kehitysyhteistyö on osana Vammaiskumppanuus -hanketta. (Kynnys ry 2019.)

3.2 Kynnys ry:n viestintä

Kynnys ry:llä on muun toiminnan lisäksi monipuolista viestintää. Järjestön viestinnästä vastaa pääosin Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen. (Kynnys ry 2019.)

3.2.1 Kynnys-lehti

Kynnys ry julkaisee järjestön lehteä, jonka nimenä on Kynnys-lehti. Kynnys-lehteä julkaistaan painettuna versiona viisi kertaa vuodessa Kynnys ry:n jäsenille. Lisäksi Kynnys-lehteä voi lukea Internetin kautta digitaalisena versiona ISSUU-julkaisupalvelun kautta. Kynnys-lehdestä on mahdollista tilata erillinen näkövammaisille tarkoitettu versio, joka on mahdollista saada CD-levymuodossa. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n tiedottajan Sanni Purhosen mukaan Kynnys-lehti julkaistaan kaksi kertaa isompilevikkisen Voima-lehden välissä, koska Kynnys ry tekee yhteistyötä Voima-lehden kanssa. Lisäksi Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen mainitsee, että Kynnys-lehdellä olisi valmius ilmestyä myös erillisenä verkkolehtimäisenä tai blogimaisena julkaisuna, mutta sen toteutus on vasta suunnitteluasteella. (Purhonen 2017.)

3.2.2 Sosiaalinen media

Kynnys ry on aktiivinen toimija sosiaalisen median puolella. Järjestö toimii aktiivisesti yhteisöpalvelu Facebookissa, jossa sille on perustettu Facebook-sivu. Facebook -sivun tarkoituksena on välittää tietoa esimerkiksi vammaisten asioita koskevista uutisista. Samalla järjestö ottaa Facebook-sivuillaan kantaa esimerkiksi vammaisuutta koskeviin ajankohtaisiin asioihin. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n toinen sosiaalisen median kanava on kuvapalvelu Instagramissa, jossa järjestölle luotu Instagram-sivu. Instagram-julkaisujen tarkoituksena on tuottaa materiaalia esimerkiksi järjestön kehitysyhteistyö- ja kulttuuritoiminnasta. Instagram-sivulle asetettu tavoite julkaisutahdista on kuva arkipäivässä. (Purhonen 2017.)

Järjestön kolmas sosiaalisen median kanava sijaitsee videopalvelu Youtubessa, jossa järjestöllä on Youtube-kanava. Youtube-videoiden tarkoituksena on välittää tietoa Kynnys ry:n toiminnasta, esimerkiksi järjestön lakineuvonnasta. Lisäksi Youtube-kanavalta löytyy erityismainintana Kynnys TV:n Kallen nojatuoli -videosarja, jossa haastateltavina ovat olleet Kynnys ry:ssä aiemmin vaikuttaneet tai nykyisin mukana olevat henkilöt. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen muistuttaa, että Kynnys ry ei tuota tai julkaise videoita pelkästään itseään varten, vaan videomateriaalia tuotetaan järjestön ulkopuolelle. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:lle on perustettu lokakuussa 2019 neljäs sosiaalisen median kanava yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterissä, jossa sille on luotu Twitter-tili. Twitter-tilin tarkoituksena on välittää tietoa esimerkiksi vammaisten asioita koskevista uutisista ja ottaa samalla kantaa esimerkiksi vammaisuutta koskeviin ajankohtaisiin asioihin. Järjestön viestintä Twitter-tilillä muistuttaa tyyliltään samaa kuin esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookissa, koska myös Twitter-tilillä pyritään ottamaan kantaa tärkeisiin vammaisuuteen liittyviin kysymyksiin. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että viestintä Twitter-tilillä sallii välillä kevyemmän otteen eli Twitter-viestintä ei ole ”ryppyotsaista”. (Purhonen 2019.)

3.2.3 Internet-sivut ja blogi

Kynnys ry pitää tärkeänä, että järjestöllä on toimivat Internet-sivut. Järjestön Internet-sivuilla on tietoa esimerkiksi Kynnys ry:n historiasta, järjestön erilaisista toimintamuodoista ja järjestön missiosta eli toiminnan tavoitteista. Kynnys ry:n Internet-sivuilla on myös lomake, jonka kautta voi liittyä järjestön jäseneksi. Kynnys ry:llä on erillinen blogi, joka sijaitsee Uusi Suomi-verkkójulkaisun Internet-sivuilla. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen painottaa, että järjestön Internet-sivuilla on näkyvillä toimipisteiden sekä työntekijöiden yhteystiedot, koska järjestön luonteen kannalta toimivat Internet-sivut ovat elintärkeä osa järjestön ja sen kanssa yhteistyössä olevien sidosryhmien toimintaa. (Purhonen 2017.)

3.2.4 Uutiskirjeet ja tiedotteet

Kynnys ry tuottaa jäsen- ja sidosryhmäviestintää varten erilaisia uutiskirjeitä ja tiedotteita. Järjestön uutiskirjeissä käsitellään esimerkiksi tapahtumia ja kampanjoita, joissa Kynnys ry on ollut järjestävänä tahona tai vaihtoehtoisesti edustamassa järjestöä. Lisäksi uutiskirjeissä voidaan käsitellä esimerkiksi Kynnys ry:n antamia lausuntoja erilaisiin yhteiskunnallisiin, vammaisia koskeviin asioihin. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että uutiskirje ilmestyy neljä kertaa vuodessa. (Purhonen 2017.)

Järjestön tiedotteissa käsitellään myös esimerkiksi erilaisia tapahtumia ja kampanjoita, joissa Kynnys ry on ollut mukana järjestävänä tahona tai vaihtoehtoisesti edustamassa

järjestöä. Purhonen kertoo, että tiedotteita julkaistaan aina tarpeen mukaan, mikäli joistain asioista tai tapahtumista on järkevää tiedottaa. Tiedotteiden julkaisu on järkevää silloin, kun ne tuovat tärkeää lisäarvoa järjestön viestintään. (Purhonen 2017.)

3.2.5 Tapahtuma- ja kampanjatoiminta

Kynnys ry on ollut olemassaolonsa aikana mukana erilaisissa tapahtumissa ja kampanjoissa. Järjestö on mukana erilaisissa tapahtumissa ja kampanjoissa järjestävänä tahona tai vaihtoehtoisesti edustamassa järjestöä. Kynnys ry on ollut järjestäjätahona esimerkiksi Kynnys Kino -elokuvafestivaaleilla ja Cross Over -taidefestivaaleilla. Kynnys ry on ollut edustamassa järjestöä esimerkiksi Maailma kylässä -festivaaleilla, Henkilökohtaisen avun päivillä ja Disability Day (DiDa) eli Kansainvälisessä vammaisten päivän juhlassa. Lisäksi Kynnys ry on ollut mukana erilaisissa kampanjoissa edustamassa järjestöä. Järjestö on ollut edustettuna muun muassa STOP – Päätepysäkki Syrjinnälle -kampanjassa, joka on toteutettu pääkaupunkiseudulla, Tampereella ja Turussa. Lisäksi maininnan arvoisia ovat erilaiset Kynnys ry:n jakamat palkinnot, esimerkiksi Vimma-kulttuuripalkinto ja Kynnys-palkinto. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että erilaiset tapahtumat ovat erityisesti näkyvä osa Kynnys ry:n toimintaa. Tapahtumien avulla on helpointa viedä eteenpäin esimerkiksi tiettyjä Kynnys ry:n ajamia asioita, joita ei pystytä tiedotteiden tai järjestön muiden viestinnällisten keinojen avulla tiedottamaan tarpeeksi hyvin. (Purhonen 2017.)

3.2.6 Kehitysyhteistyöviestintä

Kynnys ry:n toimintaan lukeutuva kehitysyhteistyö näkyy myös viestinnällisesti. Kehitysyhteistyöhön liittyvä viestintä tarkoittaa, että kaksi valtakunnallisesti ilmestyvää Kynnyslehteä on omistettu kokonaan kehitysyhteistyöaiheille ja lisäksi järjestöllä on olemassa erillinen KehyJuttu-lehti, joka on tarkoitettu pelkästään kehitysyhteistyötoimintaa käsitteleväksi julkaisuksi. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että Kynnys ry on saanut kehitysyhteistyötoimintaa varten erillisen rahoituksen ja järjestöllä on olemassa erikseen kehitysyhteistyötoimintaan erikoistuneet sihteerit, jotka päivittävät tarvittaessa erikseen kehitysyhteistyöhön liittyviä asioita. (Purhonen 2017.)

3.2.7 Julkaisutoiminta

Kynnys ry:llä on yhtenä osa-alueena erillinen julkaisutoiminta. Kynnys ry tekee yhteistyötä julkaisutoiminnan puolella eri kustannusosakeyhtiöiden, esimerkiksi INTO-kustannuksen kanssa. Järjestö on julkaissut erilaisia vammaisuutta käsitteleviä teoksia, esimerkiksi tietokirjoja, elämäkerrallisia kirjoja ja vammaisuuteen liittyviä oppaita. Lisäksi Kynnys ry on julkaissut esteettömyyttä käsittelevän DVD-levyn ja kehitysyhteistyötoimintaa edistäviä eettisiä lahjoja. (Purhonen 2017.)

Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että julkaisutoiminta on kattavasti esillä järjestön Internet -sivuilla erillisessä Kynnys Kauppa-verkkokaupassa. (Purhonen 2017.)

4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Opinnäytetyö on luonteeltaan toimeksianto, joka toteutettiin Kynnys ry:n Helsingin toimipisteelle. Opinnäytetyön keskeisin yhteistyökumppani on Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen. Yhteistyökumppanuus tarkoittaa, että Purhonen on toiminut opinnäytetyössä yhtenä merkittävimpänä tietolähteenä Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita silmällä pitäen.

4.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

Opinnäytetyön alustava idea syntyi mielenkiinnosta tarkastella valtakunnallisesti toimivan, eri tavoin vammaisten perus- ja ihmisoikeusjärjestön Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita. Lisäksi opinnäytetyön aiheen valintaan vaikutti opintojen aikana suoritettu harjoittelu Kynnys ry:n Turun toimipisteellä, jolloin syntyi lopullinen idea laajemmasta järjestön viestinnän kartoittamisesta. Opinnäytetyön lopulliseksi toimeksiantajaksi valikoitui Kynnys ry:n Helsingin toimipiste. Toimeksiantajaan valintaan vaikutti merkittävästi, että Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen työskentelee Helsingissä, jossa sijaitsee järjestön valtakunnallinen päätoimipiste.

Kynnys ry:n monipuolisen toiminnan vuoksi järjestön viestintä on mielenkiintoinen tarkastelukohde, koska laajan toiminnan omaavassa järjestössä viestinnän monipuolinen toteuttaminen voi osoittautua haastavaksi esimerkiksi resurssien takia. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen myöntää, että Kynnys ry:n viestinnän suurimmat haasteet liittyvät järjestön resursseihin, koska Purhonen vastaa pääosin itse järjestön tiedotuksesta. (Purhonen 2017.)

Opinnäytetyön keskeisiksi tavoitteiksi on asetettu järjestön auttaminen viestinnän nykytilanteen kartoittamisessa, merkittävimpien kehityskohteiden selvittämisessä ja viestinnän kehittämisessä, jotta järjestö pystyisi huomioimaan paremmin järjestön viestinnän monenkirjavan kohderyhmän ja heidän viestinnälliset tarpeensa. Tärkeänä tavoitteena on selvittää järjestön viestinnän saavutettavuutta yleisesti, koska järjestö kokee saavutettavuuden tärkeänä asiana jo järjestön luonteen takia. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen toteaa, että erityisesti kaikille vammaaryhmille saavutettavaa materiaalia olisi hyvä olla enemmän, koska Kynnys ry ei ole diagnoosi- tai medikaalipohjainen järjestö.

Purhonen toteaa, että erityisesti olisi tarpeellista saada enemmän tuotettua aineistoa viittomakielisille ihmisille, koska viittomakielistä aineistoa ei ole järjestöllä olemassa tällä hetkellä tarpeeksi. Lisäksi Purhonen toteaa, että viittomakielisen aineiston lisäksi järjestön pitäisi tuottaa enemmän selkokielistä aineistoa ja erilaisten aineistojen pitäisi olla myös kaikille sopivissa tiedostomuodoissa. (Purhonen 2017.)

4.2 Opinnäytetyön tiedonhankinta- ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö toteutettiin määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta, tarkemmin määriteltynä kyselytutkimusta apuna käyttäen. Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan tutkimusmenetelmiä, jolla pyritään selvittämään tutkimustietoa numeerisesti. Määrällinen tutkimus antaa yleisen kuvan mitattavien ominaisuuksien eli muuttujien välisistä suhteista ja niiden eroavaisuuksista. Muuttujalla tarkoitetaan tutkimukseen osallistuvaa henkilöä koskevaa asiaa, toimintaa tai ominaisuutta, esimerkiksi mielipidettä, postinumeroa, ammattiasemaa, käden liikettä, sukupuolta tai ikää. Määrällisillä tutkimusmenetelmillä vastataan useimmiten kysymyksiin ”kuinka moni, kuinka paljon tai miten usein”. (Vilka 2007, 13–14.)

Opinnäytetyön ensisijaiseksi tutkimusmenetelmäksi valikoitui juuri kyselytutkimus, koska opinnäytetyötä varten oli tarkoitus kerätä sellaista aineistoa, jota voidaan tarkastella kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla. Opinnäytetyötä varten kerätystä aineistosta on tarkoitus kartoittaa näkemyksiä esimerkiksi järjestön viestinnän seuraamisesta, viestinnän toivotuista sisällöistä ja viestinnän tarkemmasta kohdentamisesta tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin. Lisäksi opinnäytetyötä varten kerätystä aineistosta on tarkoitus kartoittaa näkemyksiä esimerkiksi järjestön viestinnän saavutettavuudesta, viestinnän kehittämiskohteista ja järjestön jäsenten halukkuudesta vaikuttaa jollain tavalla järjestön viestintäkanavien sisältöön.

Opinnäytetyön aineiston kerääminen toteutettiin Internet-pohjaisella kyselylomakkeella Webropol-kyselylomakepalvelun avulla. Internet-pohjainen kyselylomake valikoitui opinnäytetyön tiedonhankintamuodoksi, koska kyselylomakkeen avulla voitiin tavoitella tehokkaasti mahdollisimman laajaa ihmisjoukkoa, jotka saattaisivat olla potentiaalisia henkilöitä vastaamaan Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita koskevaan kyselyyn. Kyselylomakkeesta oli tarkoitus tehdä mahdollisimman monipuolinen ja kattava, koska tarkoituksena oli saada mahdollisimman laaja näkemys Kynnys ry:n viestinnän nykytilanteesta ja mahdollisista kehittämiskohteista. Lisäksi kyselylomakkeesta oli

tarkoitus tehdä mahdollisimman yksinkertainen ja selkeä, koska oli tärkeää huomioida vastaajien erilaiset lähtökohdat kyselyn vastaamiseen. Erilaisilla lähtökohdilla tarkoitetaan esimerkiksi sitä, kuinka moni kyselyn mahdollisista vastaajista kykenee vastaamaan Internet-pohjaiseen kyselylomakkeeseen.

Opinnäytetyön kyselylomakkeen suunnittelu- ja toteutusprosessissa oli tärkeää huomioida käytössä olevat resurssit. Opinnäytetyön aineiston keräämisessä vaihtoehtoiseksi tiedonhankintamenetelmäksi harkittiin kyselylomakkeen toteuttamista paperiversiona, koska riskinä on, ettei kaikilla kohderyhmän jäsenillä ole pääsyä Internetiin tai heillä ei ole mahdollisuutta muutoin vastata sähköiseen kyselylomakkeeseen. Kyselylomakkeen paperiversion toteuttamisesta päätettiin kuitenkin luopua, koska se olisi vaatinut ehdottomasti enemmän resursseja opinnäytetyön tiedonhankintavaiheessa.

4.3 Opinnäytetyön kyselylomakkeen toteutus

Opinnäytetyön kyselylomake on jaettu neljään osioon ja jokaisen osion kysymykset liittyvät tiettyyn aihepiiriin (ks. Liite 1).

Kyselylomakkeen ensimmäisessä osiossa kartoitetaan kyselyyn vastaajien taustatietoja eli vastaajan sukupuolta, ikää ja asuinpaikkaa. Tällaisia asioita voidaan kutsua taustamuuttujiksi. Taustatietokysymykset ovat tärkeitä siksi, että näiden kysymysten avulla voidaan tarkastella sitä, millaisia ihmisiä kyselylomake on mahdollisesti tavoittanut eli mikä on kyselyyn vastaajien sukupuolijakauma, minkäikäisiä ihmisiä kyselyyn vastaajat ovat ja mistä päin Suomea kyselyyn vastaajat ovat kotoisin. Ensimmäisen osion kysymykset on toteutettu valintakysymyksinä, joihin on annettu valmiit vastausvaihtoehdot ja kyselyyn vastaajat voivat valita yhden vastausvaihtoehdon.

Kyselylomakkeen toisessa osiossa kartoitetaan kyselyyn vastaajien suhtautumista Kynnys ry:n viestintään. Toisen osion kysymykset ovat tärkeitä siksi, koska näiden kysymysten avulla voidaan tarkastella sitä, ovatko kyselyyn vastaajat Kynnys ry:n jäseniä, seuraavatko he ylipäätään järjestön viestintää ja mitä järjestön viestintäkanavista kyselyyn vastaajat mahdollisesti seuraavat, missä viestintäkanavissa kyselyyn vastaajat toivovat järjestön viestivän nykyistä aktiivisemmin, onko Kynnys ry:n viestintä kyselyyn vastaajien mielestä hyvin ja helposti saavutettavaa ja miten järjestön viestintä voisi olla vielä saavutettavampaa. Kyselylomakkeen toisessa osiossa on yhdistelty erilaisia kysymys-

tyyppejä eli yhden vastausvaihtoehdon valintaan perustuvia valintakysymyksiä, monivalintakysymyksiä, joissa kyselyyn vastaaja voi valita useamman vaihtoehdon, sekä yksi avoin kysymys, johon kyselyyn vastaaja voi vastata omin sanoin. Kysymystyyppit on valikoitu niin, että näiden kysymysten avulla on tarkoitus kerätä tietynlaista aineistoa Kynnys ry:n viestinnän seuraamisesta. Järjestön viestinnän seuraamista kartoittavan aineiston on tarkoitus olla mahdollisimman monipuolista ja kattavaa, jotta siitä olisi mahdollisimman paljon hyötyä järjestölle viestinnän nykytilan tutkimista ja tulevaisuuden kehitystyötä varten.

Kyselylomakkeen kolmannessa osiossa kartoitetaan Kynnys ry:n viestinnän toivottuja sisältöjä. Kolmannen osion kysymykset ovat tärkeitä siksi, että näiden kysymysten avulla voidaan tarkastella sitä, haluavatko kyselyyn vastaajat seurata järjestön viestintää kotimaassa valtakunnallisella tasolla vai alueellisesti, haluavatko kyselyyn vastaajat seurata järjestön viestintää kansainvälisistä asioista vai kehitysyhteistyöstä ja millaisia aihepiirejä kyselyyn vastaajat seuraavat eniten järjestön viestinnässä. Kolmannessa osiossa kysymystyypeiksi on valittu pelkästään monivalintakysymyksiä, jossa kyselyyn vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Kysymystyyppien valintaan vaikutti eniten se, että kyselyyn vastaajat saattavat seurata järjestön viestintää monien viestintäkanavien kautta. Tässä tapauksessa kyselyyn vastaajille pitää antaa mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto, mikäli he seuraavat järjestön viestintää useammassa kanavassa.

Kyselylomakkeen neljännessä osiossa keskitytään järjestön viestinnän kehittämistä kartoittaviin kysymyksiin. Neljännen osion kysymykset ovat tärkeitä siksi, koska näiden kysymysten avulla voidaan tarkastella sitä, miten kyselyyn vastaajien mielestä Kynnys ry:n viestintää pitäisi kehittää tai parantaa, haluaisivatko kyselyyn vastaajat päästä vaikuttamaan jollain tavalla järjestön viestinnän sisältöihin, pitäisikö järjestön viestinnän olla vastaajien mielestä monipuolisempaa, ja pitäisikö järjestön kohdistaa viestintänsä enemmän johonkin tiettyyn osa-alueeseen. Neljännessä osiossa on yhdistelty erilaisia kysymystyyppejä eli valintakysymyksiä, monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä, joihin kyselyn vastaajat voivat vastata omin sanoin.

Opinnäytetyön kyselylomakkeeseen kuuluu tärkeänä osana kyselylomakkeen alussa oleva saatekirje. Saatekirjeellä tarkoitetaan kirjoitettua tekstiä, joka liitetään mukaan kyselylomakkeeseen tai kerrotaan vaihtoehtoisesti suullisesti esimerkiksi puhelimesta lomakehaastattelun yhteydessä. Saatekirje sisältää kyseessä olevasta tutkimuksesta sellaisia tietoja, joiden perusteella tutkimuksen kohde voi päättää, osallistuuko tutkimukseen vai kieltäytykö siitä. (Vilkkä 2007, 177.)

Saatekirjeen merkitys kyselylomakkeen yhteydessä on merkittävä, koska kyselylomakkeen saatekirjeessä kerrotaan selkeästi esimerkiksi se, mikä on opinnäytetyön tarkoitus eli miksi opinnäytetyö toteutetaan. Saatekirjeessä voidaan kertoa, kuka on opinnäytetyön tekijä, mitkä tahot tekevät opinnäytetyötä varten yhteistyötä ja mikä taho on opinnäytetyön mahdollinen toimeksiantaja. Saatekirjeessä kerrotaan myös kyselylomakkeesta eli millaisia aiheita kyselylomakkeessa käsitellään ja miten niitä mahdollisesti käsitellään kysymystasolla. Saatekirjeessä voidaan kertoa opinnäytetyöprosessin luottamuksellisuudesta eli miten kyselylomakkeen avulla saatuja tietoja käsitellään opinnäytetyöprosessin aikana ja onko kyselylomakkeeseen mahdollista vastata nimettömänä. Lopuksi saatekirjeeseen merkitään selkeästi opinnäytetyön tekijän yhteystiedot mahdollisia yhteydenottoja varten. Saatekirjeen on tarkoitus olla mahdollisimman informatiivinen ja selkeä kokonaisuus, jolloin se pohjustaa mahdollisimman hyvin kyselyyn vastaajaa vastaamaan kyselyyn.

Opinnäytetyön toteutuksessa eli opinnäytetyön kyselylomakkeen luomisessa ja julkaisussa piti ottaa huomioon asioita, jotka liittyvät opinnäytetyöprosessin laadukkuus ja mahdollisiin haasteisiin. Opinnäytetyöprosessin yksi tärkeimmistä asioista on prosessin laadukkuus ja läpinäkyvyys kaikille osapuolille. Laadukkuudella ja läpinäkyvyydellä tarkoitetaan, että opinnäytetyöprosessissa noudatetaan ennalta sovittuja asioita ja toimintatapoja. Sellaisia voivat olla esimerkiksi opinnäytetyön kyselylomakkeen luominen ja julkaisu niin, että se on tehty mahdollisimman huolellisesti ja ammattimaisesti. Huolellisella toteutuksella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että opinnäytetyön kyselylomakkeen kysymykset on mietitty mahdollisimman yksinkertaisiksi, mutta siitä huolimatta kattaviksi. Mahdollisimman ammattimaisella toteutuksella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että opinnäytetyön kyselylomake noudattaa mahdollisimman hyvin erilaisia tutkimuksen tekoon liittyviä eettisiä ohjeita ja periaatteita.

Eettisistä ohjeista ja periaatteista esimerkkinä voivat olla kyselylomakkeen avulla kerättyjen vastausten anonymisointi. Anonymisointi toteutui tässä opinnäytetyössä niin, että kyselyyn vastaajien henkilötietoja ei kysytty lainkaan eli kyselyyn vastattiin nimettömänä. Anonymisointi pitää sisällään, että opinnäytetyön kyselylomakkeessa ei esitetä sellaisia kysymyksiä tai tule ilmi sellaisia asioita, joista kyselyyn vastaajan voisi jotenkin tunnistaa. Opinnäytetyön kyselylomakkeen kautta saatujen vastausten anonymisointi on tärkeää, koska anonymisoinnin avulla kyselyyn vastaajia voidaan suojella mahdollisilta negatiivisilta vaikutuksilta, joita tunnistaminen voisi aiheuttaa. Lisäksi anonymisoinnin voidaan

katsoa lisäävän vastaajien halukkuutta osallistua kyselyyn vastaamiseen ja kertoa rehellisiä vastauksia kyselylomakkeessa esitettyihin kysymyksiin. (Kuula 2006, 201.)

4.4 Opinnäytetyön kohderyhmät

Opinnäytetyön lopulliseksi kohderyhmäksi on valikoitunut Kynnys ry:n jäsenet ja jäsenyydestä kiinnostuneet henkilöt, koska opinnäytetyön näkökulmaksi on valittu Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän kartoittaminen. Kohderyhmällä tarkoitetaan esimerkiksi tiettyjä käyttäjäryhmiä, joille aineiston sisältö on suunnattu tai joille sisällön on katsottu soveltuvan. Erilaisia kohderyhmiä voivat olla esimerkiksi eri ikäryhmät, opiskelutalot, esteellisyysryhmät tai muut näitä vastaavat ryhmittymät. (Finto-verkkopalvelu 2021.)

Opinnäytetyön kohderyhmän määrittäminen tapahtui niin, että opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa oli tärkeintä miettiä, kenelle opinnäytetyön kyselylomake on suunnattu ja tullaan osoittamaan. Opinnäytetyön tekijän oli tärkeää pohtia, millaiset ihmiset voisivat tietää kyselylomakkeessa käsiteltävistä aiheista ja osaisivat kertoa sellaista yksityiskohtaista tietoa, josta olisi hyötyä erityisesti järjestölle. Opinnäytetyön kohderyhmän määrittämisessä piti huomioida, että opinnäytetyön kyselylomake onärkevintä kohdentaa sellaisille ihmisille, jotka ovat kyselyn julkaisuhetkellä järjestön jäseniä tai kiinnostuneita Kynnys ry:n jäsenyydestä. Opinnäytetyön kohderyhmäksi suunniteltiin alun perin laajempaa joukkoa kuin Kynnys ry:n jäsenet ja järjestön jäsenyydestä kiinnostuneet henkilöt. Opinnäytetyön kohderyhmä päätettiin kaventaa koskemaan ainoastaan Kynnys ry:n jäseniä ja järjestön jäsenyydestä kiinnostuneita henkilöitä, koska heiltä saatu tieto hyödyttäisi eniten Kynnys ry:n viestinnän nykytilan kartoittamista ja viestinnän kehittämistä.

Kohderyhmän tarkka määrittäminen oli tärkeää, koska selkeä kohderyhmän määrittäminen selkeyttää opinnäytetyön aineiston keräämiseen käytetyn menetelmän toteutusta ja kerätyn aineiston lopullista analysointia. Opinnäytetyön kohderyhmän määrittämisen tärkeys korostui siinä, että opinnäytetyön kyselylomake voitiin muotoilla paremmin kohderyhmää ajatellen. Tällä tarkoitetaan, että opinnäytetyön kyselylomakkeessa esitettiin kysymyksiä niin, että kyselyn kohderyhmä ymmärtäisi kysymykset mahdollisimman hyvin ja osaisi kertoa näkemyksiään kysyttävistä aiheista. Opinnäytetyön kohderyhmän määrittämisen onnistuminen mitataan siinä, kuinka hyvin kyselyn kohderyhmään kuuluvat henkilöt tietävät kyselylomakkeessa käsiteltävästä aiheesta ja osaavat vastata kyselylomakkeessa käsiteltäviin kysymyksiin.

5 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET

Opinnäytetyön kyselylomake oli avoinna 21.10.2019–06.01.2020 välisen ajan Webropol-kyselylomakepalvelussa. Kyselylomakkeen avulla vastauksia saatiin yhteensä 106 kappaletta. Kysymyksiin vastasi eri määrä ihmisiä, koska kaikki kysymykset eivät olleet pakollisia vastaajille. Kyselyyn vastaajat saivat itse valita, mihin kysymyksiin he halusivat vastata ja kysymyksiä oli myös osoitettu tietyille vastaajille erikseen (ks. kyselylomake Liite 1).

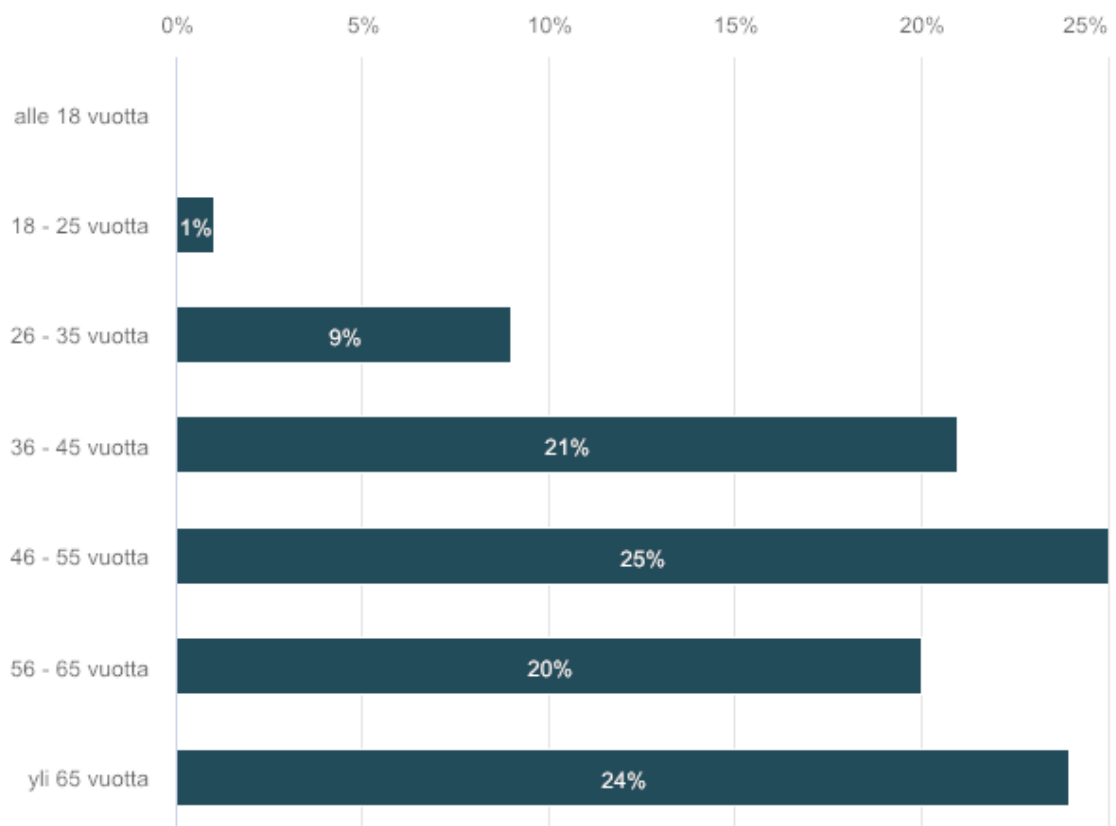
Kyselylomaketta oli tarkoitus pitää avoinna mahdollisimman kauan, jotta kyselyn vastaajamäärä olisi mahdollisimman suuri. Suuren vastaajamäärän ansiosta kysely tavoittaisi mahdollisimman paljon ennalta määriteltä kohderyhmäänsä. Internet-pohjaisissa kyselylomakkeissa suurin haaste on, että lopullista vastausmäärää on mahdotonta tietää tai ennustaa etukäteen. Vastaajamäärän suuruus riippuu siitä, kuinka onnistuneesti kyselylomaketta on markkinoitu ihmisille ja miten hyvin kyselylomakkeen markkinointi on onnistunut tavoittamaan ennalta määritellyn kohderyhmänsä edustajia. Lisäksi opinnäytetyön kyselylomakkeen onnistuneesta markkinoinnista huolimatta kyselyn vastaajamäärä saattaa jäädä pieneksi, koska kyselyn ennalta määritelly kohderyhmä voi kokea kyselyyn vastaamisen hankalaksi. Tällaisia syitä kyselyn hankalaksi kokemiseen voivat olla esimerkiksi Internet-pohjaisen kyselylomakkeen erilaiset saavutettavuuteen liittyvät ongelmat, joita tämällyyppisessä opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmässä voi ilmetä. Ennalta määritellyn kohderyhmän kannalta tällaisia saavutettavuuteen liittyviä ongelmia voivat olla esimerkiksi eri vammaryhmiin tai vaihtoehtoisesti eri kielivähemmistöihin liittyvät saavutettavuusongelmat.

Opinnäytetyön kyselylomaketta markkinoitiin mahdollisimman monipuolisesti erilaisissa sosiaalisen median kanavissa. Markkinointi suoritettiin opinnäytetyön tekijän ja opinnäytetyön toimeksiantajan sosiaalisen median kanavissa. Kyselylomakkeen julkaisun jälkeen lomakkeen linkkiä jaettiin opinnäytetyön tekijän ja toimeksiantajan Facebook-tileillä, Instagram-sivuilla ja Twitter-tileillä. Kyselylomakkeen linkki liitettiin myös sähköpostin kautta lähetettyyn uutiskirjeeseen, joka suunnattiin erityisesti Kynnys ry:n jäsenille ja eri sidosryhmille. Kynnys ry:n tiedottaja Sanni Purhonen kertoo, että kyselylomakkeen linkkiä jaettiin myös Kynnys ry:n työntekijöille, joiden toivottiin välittävän kyselylomaketta

eteenpäin aluetoimipisteille. Lisäksi Purhonen kertoo, että opinnäytetyön kyselylomaketta jaettiin esimerkiksi järjestön jäsenlistalle ja erilliselle järjestökontaktistalle näkyvyyden ja tavoitavuuden lisäämiseksi. (Purhonen 2019.)

5.1 Vastaajien perustiedot

Opinnäytetyön kyselylomakkeen vastaajista 73 % oli naisia, 26 % miehiä ja prosentti vastanneista oli valinnut vaihtoehdon ”muu”. Kysymykseen vastasi yhteensä 106 henkilöä.



Kuvio 1. Kyselyyn vastaajien ikäjakauma, n = 106.

Kyselyyn vastaajien iät jakoutuivat niin, että 25 % vastaajista oli iältään 46–55-vuotiaita, 24 % yli 65-vuotiaita, 21 % 36–45-vuotiaita, 20 % 56–65-vuotiaita, 9 % 26–35-vuotiaita ja 1 % kyselyyn vastaajista edusti 18–25-vuotiaiden ikäryhmää. Alle 18-vuotiaita kyselyyn vastaajia ei ollut lainkaan (Kuvio 1). Kysymykseen vastasi yhteensä 106 henkilöä.

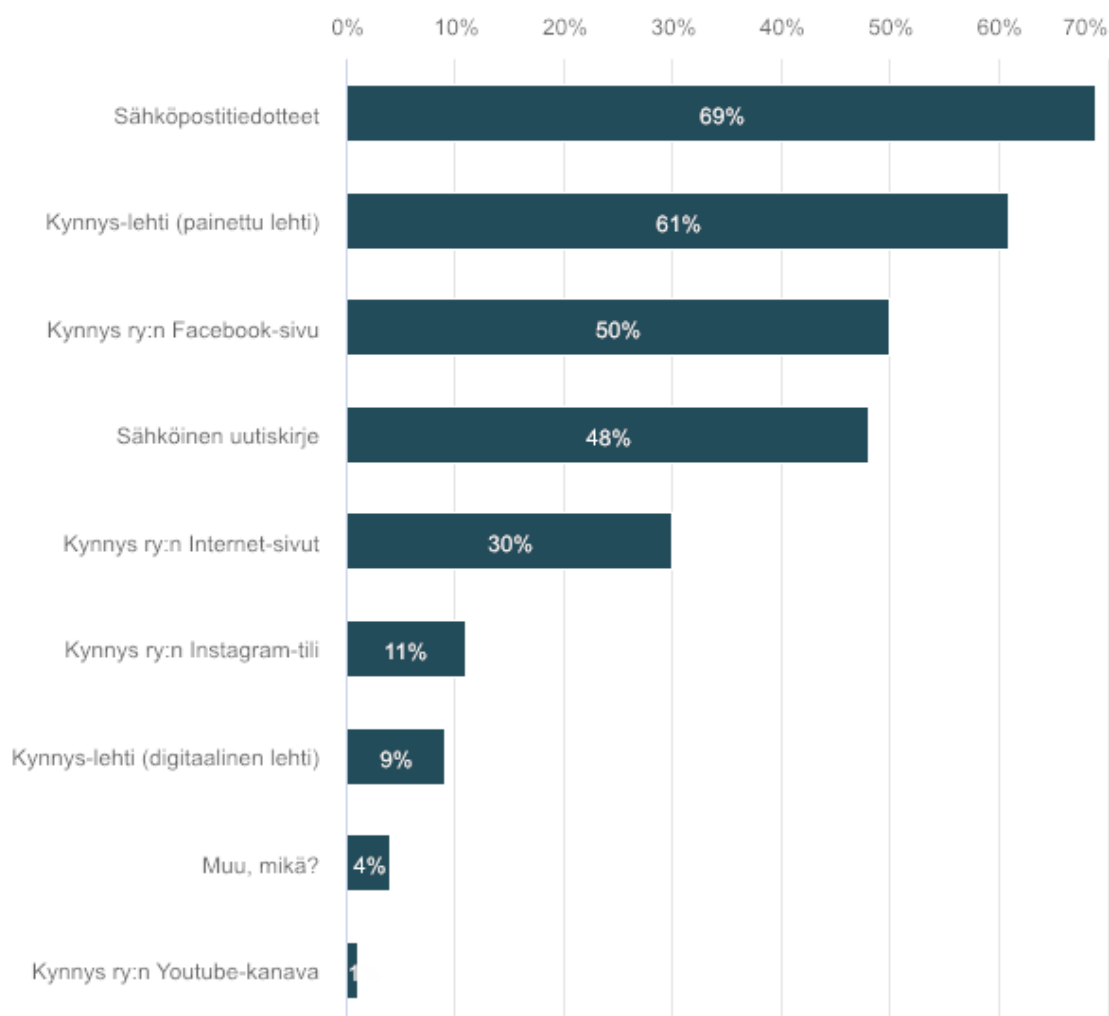
Kyselyyn vastaajat jakautuivat maantieteelliseltä sijainniltaan niin, että 35 % vastaajista kertoi asuinpaikakseen Uudenmaan, 23 % Pohjois-Pohjanmaan, 19 % Varsinais-Suomen ja seitsemän prosenttia Pirkanmaan. Kyselyyn vastaajista 3 % kertoi asuinpaikakseen Päijät-Hämeen, Pohjois-Savon tai Keski-Suomen, 2 % vastaajista kertoi asuinpaikakseen Pohjois-Karjalan ja 1 % vastaajista kertoi asuinpaikkansa olevan Satakunnassa, Hämeessä, Etelä-Savossa, Kainuussa tai Lapissa. Kymenlaaksoa, Etelä-Karjalaa, Etelä-Pohjanmaata, Pohjanmaata, Keski-Pohjanmaata tai Ahvenanmaata ei kyselyyn vastaajat kertoneet asuinpaikakseen lainkaan. Kysymykseen vastasi yhteensä 105 henkilöä.

5.2 Kynnys ry:n viestinnän seuraaminen

Opinnäytetyön kyselylomakkeen vastaajista enemmistö eli 66 % vastasi, että he ovat Kynnys ry:n jäseniä. Kyselyyn vastaajista toiseksi eniten eli 25 % vastasi, että he eivät ole Kynnys ry:n jäseniä. Kyselyyn vastanneista kolmanneksi eniten eli 7 % vastasi, että he ovat harkinneet Kynnys ry:n jäsenyyttä. Kyselyyn vastanneista vähemmistö eli 2 % vastasi, että he eivät osaa sanoa, ovatko he Kynnys ry:n jäseniä. Kysymykseen vastasi yhteensä 106 henkilöä.

Kyselyyn vastaajien tavat seurata Kynnys ry:n jäsenille ja sidosryhmille tarkoitettua viestintää jakautuivat niin, että lähes kaksi kolmannesta kyselyyn vastanneista eli 65 % kertoi seuraavansa Kynnys ry:n viestintää säännöllisesti. Lähes kolmannes kyselyyn vastanneista eli 30 % kertoi, että he seuraavat Kynnys ry:n viestintää satunnaisesti. Kyselyyn vastaajista 3 % kertoi, että he eivät seuraa lainkaan Kynnys ry:n viestintää ja 2 % kertoi, että he eivät osaa sanoa, seuraavatko he Kynnys ry:n viestintää. Kysymykseen vastasi yhteensä 105 henkilöä.

Kyselyyn vastaajat, jotka vastasivat seuraavansa säännöllisesti tai satunnaisesti Kynnys ry:n viestintää kertoivat, mitä Kynnys ry:n viestintäkanavia he seuraavat (Kuvio 2). Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon, jos he seurasivat järjestön viestintää useammassa kanavassa. Kysymykseen vastasi yhteensä 102 henkilöä.

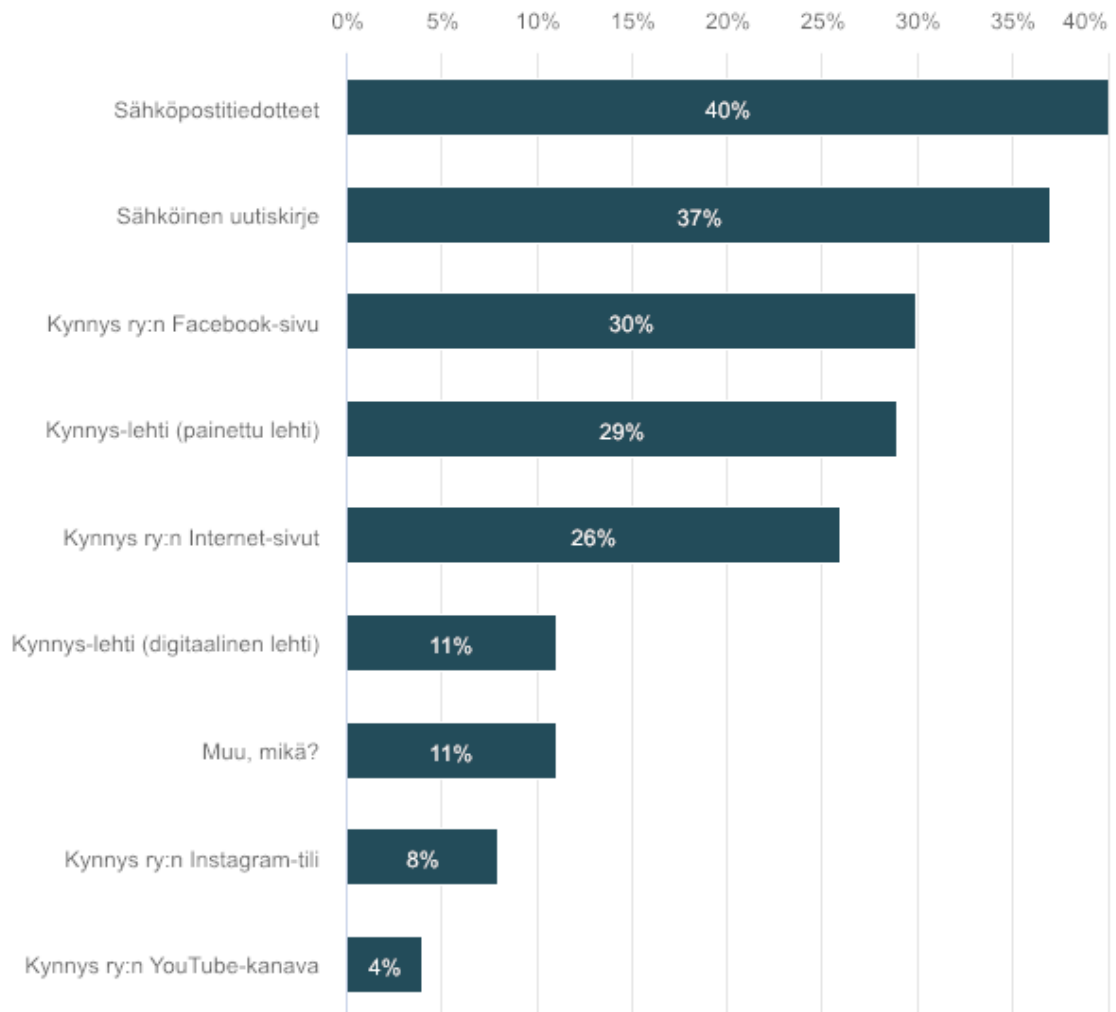


Kuvio 2. Kynnys ry:n viestintäkanavien seuraaminen, n = 102.

Vastaukset jakautuivat niin, että 69 % vastaajista seurasi sähköpostin kautta lähetettyjä tiedotteita, 61 % Kynnys-lehden painettua versiota, 50 % Kynnys ry:n Facebook-sivua ja 48 % sähköistä uutiskirjettä. Vastaajista 30 % seurasi Kynnys ry:n Internet-sivuja, 11 % Kynnys ry:n Instagram-tiliä, 9 % Kynnys-lehden digitaalista versiota ja 1 % vastaajista seurasi Kynnys ry:n YouTube -kanavaa. Lisäksi 4 % vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Muu, mikä?”, mihin sisältyi mahdollisuus kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään. Nämä vastaajat kertoivat seuraavansa järjestön viestintäkanavista ”sitä, mikä eteen tulee”. Lisäksi vastaajat kertoivat seuraavansa järjestön viestintäkanavista esimerkiksi ”alueellisen Kynnys ry:n Facebook-päivityksiä” sekä Kynnys ry:n Twitter-tiliä, joka

on tuorein järjestön viestintäkanava. Kynnys ry:n Twitter-tili perustettiin vasta sen jälkeen, kun opinnäytetyön kyselylomake oli julkaistu.

Kyselyyn vastaajat kertoivat näkemyksensä siitä, missä Kynnys ry:n viestintäkanavissa he toivoisivat järjestön viestivän nykyistä aktiivisemmin (Kuvio 3). Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon, jos he kokivat tarvetta aktiivisempaan viestintään useammassa viestintäkanavassa. Kysymykseen vastasi yhteensä 84 henkilöä.



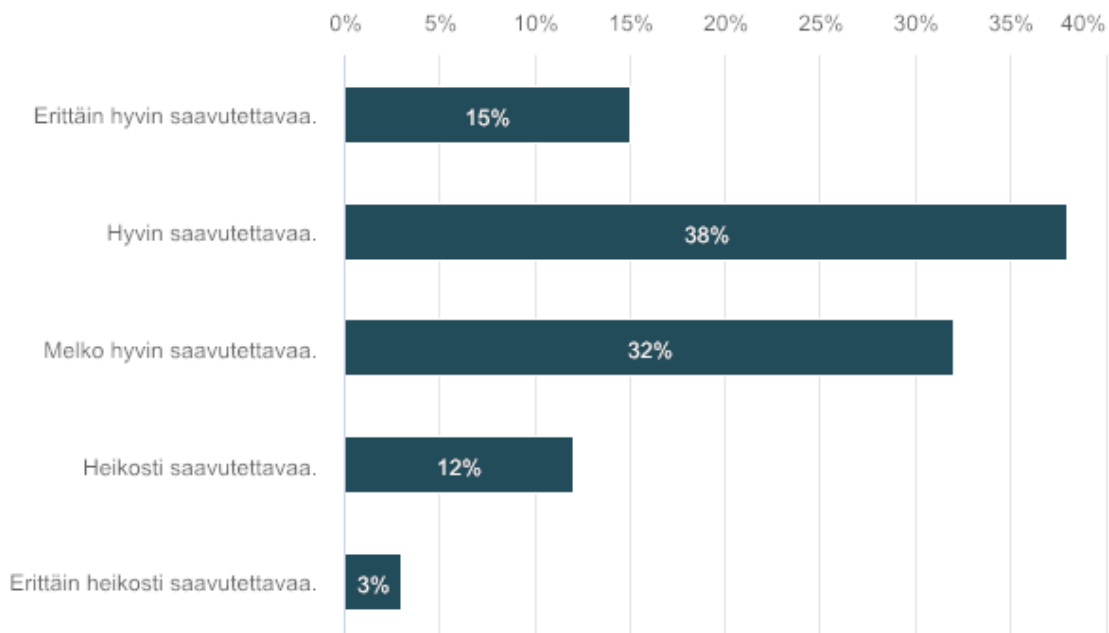
Kuvio 3. Kynnys ry:n viestintäkanavat, joissa toivotaan viestintäaktiivisuutta, n = 84.

Vastaukset jakautuivat niin, että 40 % vastaajista kertoi toivovansa enemmän sähköpostin kautta lähetettyjä tiedotteita ja 37 % sähköisiä uutiskirjeitä. Vastaajista 30 % kertoi toivovansa aktiivisempaa viestintää Kynnys ry:n Facebook-sivulla, 29 % Kynnys-lehden

painetussa versiossa ja 26 % Kynnys ry:n Internet-sivuilla. Vastaajista 11 % kertoi toivovansa nykyistä aktiivisempaa viestintää Kynnys-lehden digitaalisessa versiossa, 8 % Kynnys ry:n Instagram-tilillä ja 4 % Kynnys ry:n YouTube-kanavalla. Lisäksi 11 % vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Muu, mikä?”, mihin sisältyi mahdollisuus kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi esimerkiksi eräiden vastaajien näkemykset, joissa vastaajat kertoivat toivovansa nykyistä aktiivisempaa viestintää esimerkiksi ”kirjepostin eli paperisen uutiskirjeen” tai ”postitse lähetettävien tiedotteiden” muodossa. Lisäksi eräs vastaaja toivoi järjestön viestivän aktiivisemmin esimerkiksi ”televisiossa”. Järjestöltä toivottiin nykyistä aktiivisempaa viestintää Toimeksi.fi -sivustolla, joka on kansalaistoiminnan parissa toimivien järjestöjen, yhdistysten, yhteisöjen, seurakuntien, kuntien ja kaupunkien sekä ei-kaupallisten yritysten toiminnan, vapaaehtoistyön ja kehittämistoiminnan löytämistä ja viestintää helpottamaan perustettu verkkopalvelukokonaisuus. (Toimeksi.fi 2020). Nykyistä aktiivisempaa viestintää toivottiin Kynnys ry:n Twitter-tilillä, joka on tuorein järjestön viestintäkanava.

Kyselyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä siitä, miten hyvin ja helposti saavutettavana he pitävät Kynnys ry:n viestintää (Kuvio 4). Kysymykseen vastasi yhteensä 105 henkilöä.



Kuvio 4. Kynnys ry:n viestinnän saavutettavuus, n = 105.

Vastaukset jakautuivat niin, että 38 % vastaajista piti järjestön viestintää hyvin saavutettavana, 32 % vastaajista piti melko hyvin saavutettavana ja 15 % vastaajista piti erittäin hyvin saavutettavana. Vastaajista 12 % piti järjestön viestintää heikosti saavutettavana ja ainoastaan 3 % vastaajista piti Kynnys ry:n viestintää erittäin heikosti saavutettavana.

Kyselyyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä siitä, miten Kynnys ry:n viestintä olisi saavutettavampaa. Vastaajat saivat mahdollisuuden kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään. Kysymykseen vastasi yhteensä 35 henkilöä.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi esimerkiksi se, että kyselyyn vastaajat toivoivat järjestön viestintään enemmän selkeyttä sekä kielivähemmistöille tuotettua sisältöä eli esimerkiksi selkokielistä tai viittomakielistä viestintää. Lisäksi viestinnän saavutettavuutta voisi lisätä käyttämällä viestinnässä isoa tekstikokoa ja mahdollisuudella ”suurentaa tekstiä ja kuulla luettuna”. Järjestön viestinnän saavutettavuutta voidaan kyselyyn vastaajien mukaan tarkastella niin, että selvitetään järjestön viestinnän soveltuvuus esimerkiksi erilaisille ruudunlukuohjelmille käytännön toimivuutta ajatellen. Järjestön viestinnän saavutettavuus voisi parantua vastaajien mukaan muokkaamalla viestinnän visuaalista ilmettä kokonaisvaltaisesti tekemällä järjestön viestinnästä visuaalisesti raikkaampaa ja idearikkaampaa. Eräs vastaaja nosti esimerkiksi visuaalisesta ilmeestä järjestön jäsenlehden, mikä ei ole hänen mielestään kovin houkutteleva.

Lisäksi kyselyyn vastaajat toivoivat järjestön Internet-sivuille päivitystä nykyaikaisempaan ja toimivampaan suuntaan, koska vastaajien mielestä Internet-sivuilta löytyvä tieto on vanhentunutta ja se on vaikeasti löydettävissä. Eräs kyselyyn vastaaja nosti esille näkemyksen, että Internet-sivujen yleisilme on vanhanaikainen ja sitä on vaikea ymmärtää. Kyselyyn vastaajat toivovat saavutettavuuden parantamiseksi järjestön viestinnältä täsmällisyyttä ja kokonaisvaltaista aktiivisuutta. Eräs vastaaja kritisoi järjestön viestinnän ajoitusta, koska hänen mukaansa kaikki tieto on jo lähes jaettu muiden järjestöjen tiedotteissa, kun Kynnys ry tiedottaa asioista. Lisäksi vastaaja on kiinnostunut siitä, mitä järjestössä tehdään, ja mihin asioihin järjestössä milloinkin vaikutetaan. Vastaaja on tehnyt huomion, että järjestön lähettämät kutsut erilaisiin tapahtumiin tai tilaisuuksiin tulevat usein varsin lyhyellä varoitusajalla.

Kyselyyn vastaajat toivovat, että muita järjestön viestintäkanavia voisi mainostaa enemmän esimerkiksi Kynnys ry:n Facebook-sivuilla. Lisäksi vastaajat toivovat, että syventävää tietoa ja informaatiota nostetaan enemmän esille ja samalla voidaan mainostaa, mistä tietoa ja informaatiota saa tai mistä sitä löytyy. Eräs kyselyyn vastaaja nosti esille

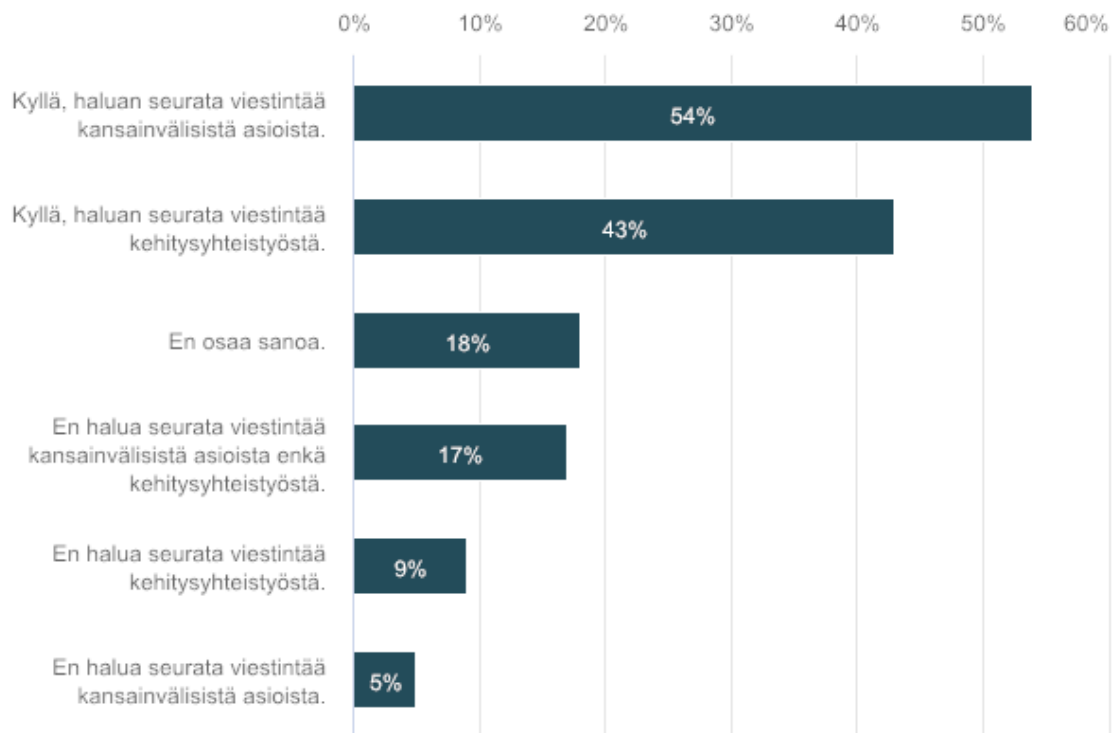
näkemyksen, että järjestön tulisi aina julkaista tiedotteet joka kanavassa. Vastaja on tehnyt huomion, että sähköpostin kautta luettua tiedotetta ei pysty jakamaan eteenpäin sosiaalisessa mediassa, koska tietoa ei löydy järjestön Internet-sivuilta.

Järjestön viestinnän saavutettavuutta voidaan parantaa kyselyyn vastaajien mukaan myös luomalla kokonaan uusia viestintämuotoja ja -kanavia. Vastajat toivoivat, että järjestön viestintää pitäisi enemmän niin sanotusti ”tunkea silmille” ilman, että erilaisten tietojen pariin tarvitsee itse hakeutua. Vastajat ehdottivat, että tähän tarkoitukseen sopiva media voisi olla esimerkiksi televisio-ohjelma tai erillinen ”kysymys-vastaus-palsta”. Eräs vastaja oli tehnyt huomion, että viestintää voisi vielä laajentaa Kynnys ry:n Twitter-tilin suuntaan, joka on tuorein järjestön viestintäkanava.

Järjestön viestinnän saavutettavuudessa tulee kyselyyn vastaajien mukaan ottaa huomioon se, että kaikki kyselyyn vastaajat eivät käytä sosiaalista mediaa. Kyselyyn vastaajat painottivat, että järjestön tulisi tiedottaa asioista etukäteen myös muualla kuin sosiaalisessa mediassa. Kyselyyn vastaajat toivoivat, että järjestö muistaisi myös perinteiset viestintäkanavat, jotta kukaan ei olisi huonommassa osassa tiedonsaantia ajatellen. Järjestön viestinnän saavutettavuudessa tulee huomioida vastaajien mukaan enemmän viestinnän alueellista näkökulmaa. Vastajat toivoivat, että järjestön paikallinen aktiivisuus ja näkyvyys olisi enemmän esillä järjestön viestinnässä.

5.3 Kynnys ry:n viestinnän toivotut sisällöt

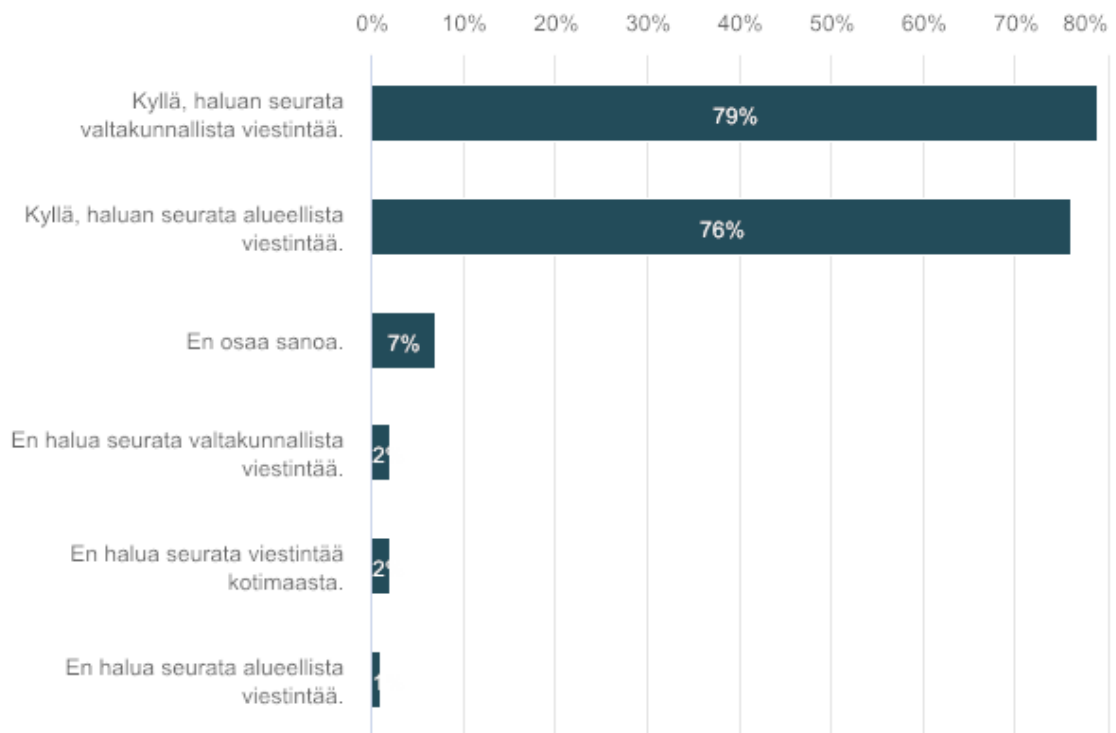
Opinnäytetyön kyselyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä, millaisia sisältöjä he toivovat Kynnys ry:n viestintään. Vastajat saivat kertoa näkemyksensä esimerkiksi siitä, seuraavatko he Kynnys ry:n viestintää mieluummin kansainvälisistä asioista vai järjestön tekemästä kehitysyhteistyöstä (Kuvio 5). Vastajat saivat valita useamman vaihtoehdon, jos he seurasivat järjestön viestintää useammasta aiheesta tai eivät seuranneet lainkaan jotain aihetta. Kysymykseen vastasi yhteensä 104 henkilöä.



Kuvio 5. Kynnys ry:n kansainvälisen viestinnän seuraaminen, n = 104.

Vastaukset jakautuivat niin, että vastaajista 54 % kertoi haluavansa seurata järjestön viestintää kansainvälisistä asioista ja vastaajista 43 % kertoi haluavansa seurata järjestön viestintää kehitysyhteistyöstä. Vastaajista 17 % kertoi, etteivät he halua seurata lainkaan Kynnys ry:n viestintää kansainvälisistä asioista eikä kehitysyhteistyöstä. Kyselyyn vastaajista 9 % kertoi, etteivät he halua seurata järjestön viestintää kehitysyhteistyöstä ja vastaajista 5 % kertoi, etteivät he halua seurata viestintää kansainvälisistä asioista. Lisäksi vastaajista 18 % kertoi, etteivät osaa sanoa, haluavatko he seurata järjestön toteuttamaa viestintää kansainvälisistä asioista tai kehitysyhteistyöstä.

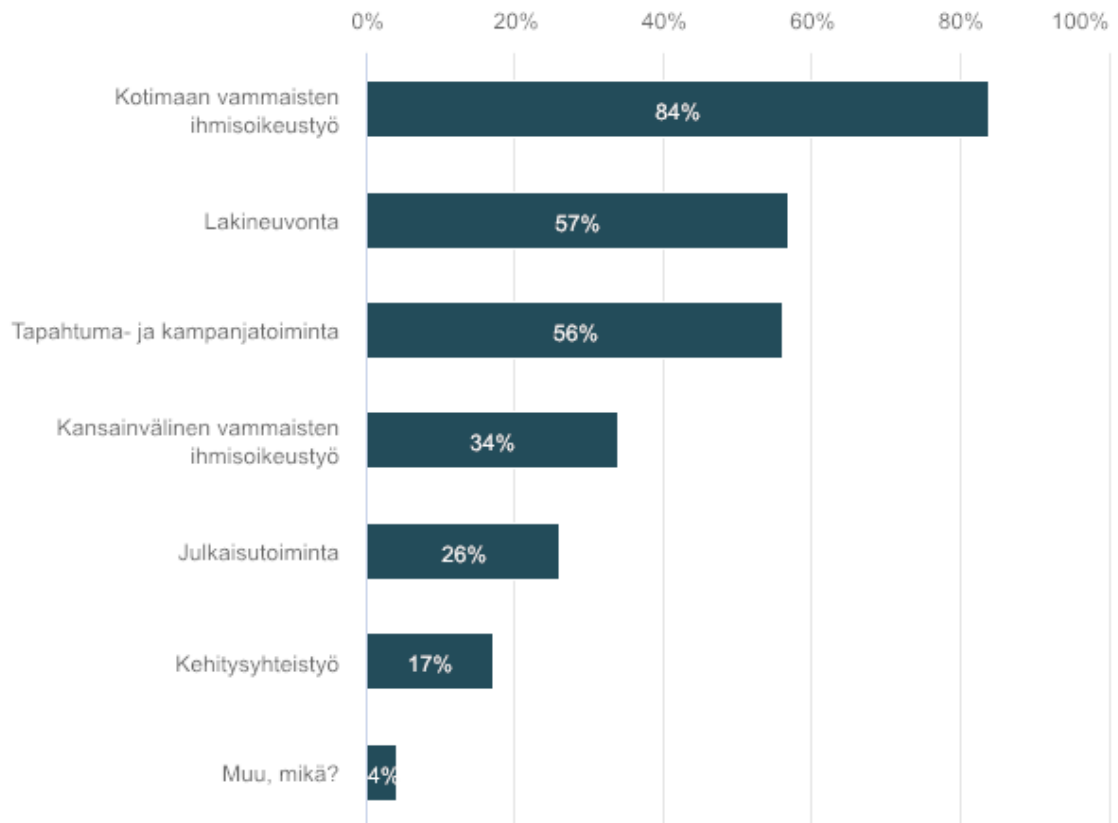
Kyselyyn vastaajat saivat kertoa näkemyksensä, seuraavatko he Kynnys ry:n viestintää kotimaan asioista mieluummin valtakunnallisella vai alueellisella tasolla (Kuvio 6). Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon, jos he seurasivat järjestön viestintää useammasta aiheesta tai eivät seuranneet lainkaan jotain aiheita. Kysymykseen vastasi yhteensä 104 henkilöä.



Kuvio 6. Kynnys ry:n kotimaan viestinnän seuraaminen, n = 104.

Vastaukset jakautuivat niin, että vastaajista enemmistö eli 79 % kertoi haluavansa seurata järjestön viestintää kotimaan asioista valtakunnallisella tasolla ja vastaajista toiseksi eniten eli 76 % kertoi haluavansa seurata järjestön viestintää kotimaan asioista alueellisella tasolla. Vastaajista 2 % prosenttia kertoi, etteivät he halua seurata järjestön viestintää kotimaan asioita valtakunnallisella tasolla ja 1 % vastaajista kertoi, etteivät he halua seurata järjestön viestintää kotimaan asioista alueellisella tasolla. Vastaajista 2 % prosenttia oli sitä mieltä, etteivät he halua seurata lainkaan järjestön viestintää kotimaan asioista valtakunnallisella tai alueellisella tasolla. Vastaajista 7 % prosenttia kertoi, etteivät he osaa sanoa, haluavatko he seurata Kynnys ry:n viestintää kotimaan asioista valtakunnallisella tai alueellisella tasolla.

Kyselyyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä, millaisia aihepiirejä he seuraavat eniten Kynnys ry:n viestinnässä (Kuvio 7). Vastaajat saivat valita kolme vaihtoehtoa, mitä aihepiiriä he seuraavat mieluiten järjestön viestinnässä. Kysymykseen vastasi yhteensä 103 henkilöä.



Kuvio 7. Kynnys ry:n viestinnän seuratuimmat aihepiirit, n = 103.

Vastaukset jakoutuivat niin, että vastaajista 84 % kertoi seuraavansa kotimaan vammaisten ihmisoikeustyötä, 57 % lakineuvontaa, 56 % tapahtuma- ja kampanjatoimintaa, 34 % kansainvälistä vammaisten ihmisoikeustyötä, 26 % julkaisutoimintaa ja 17 % kehitysyhteistyötä. Lisäksi 4 % vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Muu, mikä?”, mihin sisältyi mahdollisuus kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi esimerkiksi eräiden vastaajien näkemykset, joissa viestinnän lajityyppi tai julkaisukanava nähdään viestinnän aihepiiriä tärkeämpänä eli vastaajat seurasivat esimerkiksi ”lehden kolumneja” tai järjestön viestinnän aihepiirejä ”lähinnä lehdestä seurattuna”. Vastauksista kävi ilmi, että eräs vastaajista ei seuraa tietoisesti mitään tiettyä järjestön viestinnän aihepiiriä.

5.4 Kynnys ry:n viestinnän kehittäminen

Opinnäytetyön kyselyn vastaajat pääsivät kertomaan tarkemmin näkemyksensä, millaisia ovat Kynnys ry:n viestinnän kehityskohteet. Vastaajat pääsivät kertomaan avokysymyksissä näkemyksensä siitä, millaisia asioita Kynnys ry:n viestinnässä pitäisi kehittää tai parantaa. Vastaajat saivat mahdollisuuden kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään. Kysymykseen vastasi yhteensä 45 henkilöä.

Vastauksista kävi ilmi esimerkiksi se, että vastaajat toivoivat järjestön kehittävän tai parantavan järjestön Internet-sivuja esimerkiksi toteuttamalla niille uuden ulkoasun ja päivittämällä sivuja nykyistä ahkerammin. Lisäksi vastaajat toivoivat, että järjestö keskittyisi parantamaan kokonaisvaltaisesti viestinnän laatua eli esimerkiksi kehittämään viestinnän ulkoasua ja sisältöä. Eräs vastaaja teki huomion, että järjestön tuottama kuvamateriaali voisi olla mielenkiintoisempaa ja rohkeampaa. Vastaaja nosti esiin näkemyksen, että järjestön tuottama kuvamateriaali esimerkiksi Instagram-tilillä on hänen mukaansa ”aika mitäänsanomatonta”. Lisäksi vastaajat toivovat, että järjestön olisi hyvä tehdä enemmän esimerkiksi erilaisia artikkeleita, joissa kerrotaan erilaisista vammaisten palveluista ja niiden toiminnasta. Vastaajat toivoivat, että vammaisia ihmisiä kannustettaisiin ja kehoitettaisiin tiettyyn aktiivisuuteen omien oikeuksiensa ajamisessa. Vastaajat toivovat, että järjestö kehittäisi Kynnys-lehteä ulkoasultaan modernimpaan ja väljempään suuntaan.

Vastauksista kävi ilmi, että vastaajat toivoivat järjestön kehittävän tai parantavan viestintäänsä myös saavutettavuuden osalta eli järjestö käyttäisi viestinnässään enemmän viittomakielistä aineistoa. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että järjestön kannattaisi hyödyntää esimerkiksi Ursa Minor-osuuskuntaa, jonka tarkoituksena on tutkia ja etsiä uusia menetelmiä erityisesti saavutettavuuden ja inklusion toteuttamiseksi taiteen ja kulttuurin toiminta-alalla. (Ursa Minor 2020). Lisäksi vastaajat toivoivat, että järjestö muuttaisi Kynnys-lehden viikkolehtikokoiseksi, koska sitä olisi helpompi lukea.

Vastauksista kävi ilmi, että kyselyyn vastaajat toivoivat järjestön pohtivan tarkemmin esimerkiksi viestintänsä kohderyhmää. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että järjestö tarkentaisi tai miettisi kohderyhmän laajentamista siten, miten tavoittaa paremmin sellaisia ryhmiä, jotka eivät järjestön toimintaa vielä tunne, mutta haluaisivat tietää toiminnasta enemmän tai tieto olisi heille muuten hyödyllistä. Lisäksi vastaajat toivoivat, että järjestö kehittäisi tai parantaisi viestintäänsä laajentamalla sitä ”tavallisten ihmisten” suuntaan.

Vastaajat toivoivat, että järjestö painottaisi viestintäänsä myös sellaisille ihmisille, jotka luulevat vammaisten asioiden olevan Suomessa hyvin eli ihmisille, jotka eivät ole joutuneet tappelemaan oikeuksistaan vammaisena tai seuraamaan sellaista omakohtaisesti läheltä. Lisäksi vastaajat toivovat, että järjestö kertoisi enemmän käytännön järjestötoiminnasta, vaikuttamis- ja osallistumismahdollisuuksista, mitä Kynnys ry tekee vammaisjärjestö ja -poliittisella kentällä, millaisia yhteistyömuotoja on ollut ja millaisia tuloksia niistä on saatu. Vastaajat toivoivat, että järjestö toisi myös enemmän esille järjestössä työskenteleviä ihmisiä, heidän työnkuvaansa ja ammattitaitoaan. Lisäksi vastaajat toivoivat järjestön tuottavan monipuolista tiedotusmateriaalia esimerkiksi pieninä esitteinä, erilaisina luentoina sekä lyhyinä raporteina ja tiedonantoina vammaisille tärkeistä aiheista.

Vastaajat toivovat, että järjestö parantaisi sosiaalista mediaa esimerkiksi kehittämällä järjestön Internet-sivuille mahdollisuuden keskustella reaaliajassa muun muassa järjestössä työskentelevän lakimiehen tai sosiaalityöntekijän kanssa. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että järjestö kehittäisi sähköpostin kautta lähetettävää uutiskirjettä enemmän pohtivampaan ja kanta-aottavampaan suuntaan käsittelemällä ajankohtaisia poliittisia ja yhteiskunnallisia kysymyksiä. Vastaaja toivoo, että julkiseen keskusteluun tuotaisiin säännöllisesti yhdenvertaisuusnäkökulmia esimerkiksi puheenjohtajan tai toiminnanjohtajan kolumnien kautta. Lisäksi vastaaja toivoo, että näkökulmia tuotaisiin väitteiden ja vaatimusten lisäksi kolumninomaisina pohdintoina ja analyyseinä.

Vastauksista kävi ilmi, että vastaajat toivovat järjestön parantavan viestinnässään täsmällisyyttä erityisesti ajankohtaisten asioiden tiedottamisessa. Vastaajat toivoivat, että järjestö tiedottaisi ajankohtaisista päätöksistä nopeasti sekä jäsenistölle että alueille. Sen lisäksi vastaajat toivovat, että järjestö tiedottaisi ajankohtaisista asioista järjestön Internet-sivuilla mieluummin ennen tapahtumia kuin niiden jälkeen. Vastaajat toivovat, että järjestö tiedottaisi enemmän esimerkiksi ajankohtaisista lakiasioista ja niihin liittyvistä päätöksistä. Lisäksi vastaajat toivoivat, että järjestö kehittäisi tai parantaisi viestintäänsä niin valtakunnallisella, alueellisella kuin maailmanlaajuisella tasolla kertomalla yleisesti kiinnostavista vammaisten asioista niin Suomesta kuin maailmaltakin. Lisäksi vastaajat toivoivat, että järjestö kehittäisi tai parantaisi viestintäänsä keskittymällä tiedottamaan kotimaahan liittyvistä asioista valtakunnallisella ja alueellisella tasolla.

Kyselyyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä, haluaisivatko he päästä vaikuttamaan enemmän Kynnys ry:n viestintäkanavien sisältöön. Kysymykseen vastasi yhteensä 104 henkilöä. Vastaukset jakautuivat niin, että vastaajista 15 % kertoi haluavansa päästä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön ja 46 % vastaajista kertoi, että

he eivät haluaisi päästä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön. Sen lisäksi 39 % vastaajista kertoi, etteivät he osaa sanoa, haluaisivatko he päästä vaikuttamaan Kynnys ry:n viestintäkanavien sisältöön nykyistä enemmän.

Kyselyyn vastaajat, jotka kertoivat haluavansa päästä vaikuttamaan enemmän Kynnys ry:n viestintäkanavien sisältöön, saivat kertoa tarkemmin näkemyksensä, millä tavoin he haluaisivat päästä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön. Vastaajat saivat mahdollisuuden kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään. Kysymykseen vastasi yhteensä 13 henkilöä.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi muun muassa se, että kyselyyn vastaajat toivovat pääsevänsä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöihin esimerkiksi auttamalla suunnittelemaan järjestölle viittomakielisiä palveluita. Vastaajat toivoivat, että he pääsisivät vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöihin esimerkiksi tiedottamalla muuta jäsenistöä ajankohtaisista asioista. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että hän haluaisi päästä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön sosiaalisen median osalta. Vastaaja myös toivoi, että järjestön sosiaalisen median kanavissa voisi olla enemmän suoraan Kynnys ry:n toimintaa koskettavia asioita ja sellaisia mediapöimintoja, jotka eivät ole esillä jatkuvasti sosiaalisessa mediassa.

Vastauksista kävi ilmi, että kyselyyn vastaajat haluaisivat päästä vaikuttamaan viestintäkanavien sisältöihin esimerkiksi tuomalla esiin vammaisten itsenäistä elämää parantavia lakimuutoksia sekä vammaisten asioita koskettavia laki- ja oikeusasioita. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että hän haluaisi tuoda esiin järjestön viestintäkanavien sisällyksessä esimerkiksi lakimiehenä tunnetun Jukka Kumpuvuoren hoitamia tapauksia. Lisäksi vastaajat toivoivat, että he pääsisivät vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön esimerkiksi tuomalla esiin tietoa erilaisista vammaisille haettavista tukimuodoista ja rakenteellisesta esteettömyydestä.

Kyselyyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä siitä, pitäisikö Kynnys ry:n viestinnän olla nykyistä monipuolisempaa. Kysymykseen vastasi yhteensä 103 henkilöä. Vastaukset jakautuvat niin, että vastaajista 31 % kertoi haluavansa järjestön viestinnän olevan monipuolisempaa ja 17 % vastaajista kertoi, etteivät halua järjestön viestinnän olevan nykyistä monipuolisempaa. Lisäksi 52 % vastaajista kertoi, etteivät he osaa sanoa, pitäisikö järjestön viestinnän olla nykyistä monipuolisempaa.

Kyselyyn vastaajat, jotka kertoivat haluavansa järjestön viestinnän olevan nykyistä monipuolisempaa, pääsivät kertomaan tarkemmin näkemyksensä, millä tavoin Kynnys ry:n

viestintä voisi olla monipuolisempaa. Vastaajat saivat mahdollisuuden kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään. Kysymykseen vastasi yhteensä 20 henkilöä.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi, että kyselyyn vastaajat toivoivat monipuolisempaa viestintää esimerkiksi säilyttämällä paperisen viestinnän esimerkiksi senioreille, koska se on tarpeellinen henkilöille, jotka eivät pysty käyttämään Internetiä. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, jossa erilaisista asioista tiedottamista tulisi olla muuallakin kuin sosiaalisessa mediassa ja niin sanotussa ”viidakkorummussa” eli ihmisten välisissä keskusteluissa. Lisäksi kyselyyn vastaajat toivoivat, että järjestö toisi viestinnässään esiin laajasti ja valtakunnallisesti esteettömyyden tärkeyttä.

Vastauksista kävi ilmi, että kyselyyn vastaajat toivoivat järjestöltä monipuolisempaa viestintää sosiaalisessa mediassa. Vastaajat toivoivat, että järjestö näkyisi sosiaalisessa mediassa nykyistä aktiivisemmin. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, jossa vastaaja piti tärkeimpänä asiana järjestön Internet-sivujen uudistamista. Vastaajat toivovat myös järjestöltä monipuolisempaa viestintää esimerkiksi tiedottamalla enemmän erilaisista kulttuuritapahtumista ja näyttelyistä sekä keskittymällä viestinnässään enemmän järjestön alueellisiin asioihin esimerkiksi paikallisten tilaisuuksien ja kohtaamisien muodossa.

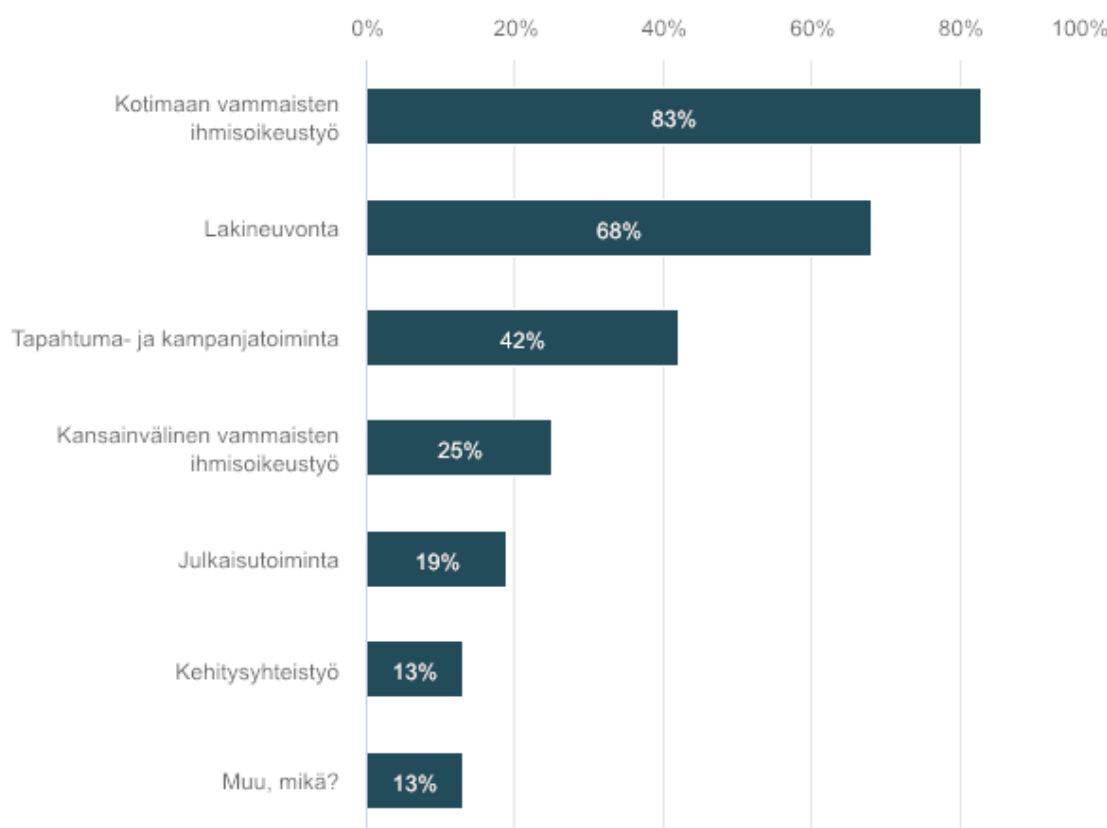
Vastaajat toivoivat järjestöltä monipuolisempaa viestintää esimerkiksi tehostamalla olemassa olevia viestintämuotoja sekä lanseeraamalla täysin uusia viestintämuotoja. Vastaajat toivoivat, että järjestö monipuolistaisi viestintäänsä esimerkiksi tuottamalla lyhyitä mediatiedotteita, raportteja, tietoja erilaisista päätöksistä ja tietoisuuksia järjestön palveluista. Lisäksi kyselyyn vastaajat toivoivat järjestön monipuolistavan viestintäänsä esimerkiksi lanseeraamalla vammaisten asioita käsittelevän televisio-ohjelman tai tietoisuuskampanian informaation televisioon, esimerkiksi ”arkkitehdin tai rakennusmestarin kulkemaan sähköpyörätuolilla suunnittelemassaan tai toteuttamassaan rakennuksessa”.

Lisäksi vastaajat toivoivat järjestön monipuolistavan viestintäänsä toteuttamalla viestintäänsä yleisellä tasolla rohkeammin ja mielenkiintoisemmin, pysäyttävämmin ja kantaaottavammin. Eräs vastaaja nosti esiin näkemyksen, että järjestön tuottama kuvamateriaali voisi olla muutakin kuin vain ”ihmisiä pönöttämässä” eli seisomassa paikallaan. Vastaaja kertoi, että niin sanotut ”pönötyskuvat” ovat liian tuttuja muiden järjestöjen sosiaalisen median kanavista, jolloin niitä ei helposti erota toisistaan.

”Toivoisin enemmän yhteiskunnallista analyysiä ja pohdintaa sekä havaintoja kehitystrendeistä ja ilmiöistä. Yhteiskunnallisessa keskustelussa ei tällä hetkellä ole vammaisnäkökulma kunnolla mukana - Kalle Könkkölälle tarvittaisiin älykäs ja savenaalmis manttelinperijä, jolle myös annettaisiin tilaa ja aikaa kehittyä. Se tapahtuisi esim. säännöllisen kolumnin kautta. Mutta sitten pitäisi myös uskaltaa puhua laajoista yhteiskunnallisista kehityskysymyksistä ja tehdä se tavalla, joka laittaisi myös eri tavoin ajattelevat oivaltamaan asioita. Eli ei pelkkiä väitteitä ja vaatimuksia vaan myös kuvailua, analyysiä, oivaltavaa ja laajaa pohdintaa.”
– (Kyselyyn vastaaja.)

Kyselyyn vastaajat pääsivät kertomaan näkemyksensä siitä, pitäisikö Kynnys ry:n kohdentaa viestintäänsä johonkin tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin. Kysymykseen vastasi yhteensä 101 henkilöä. Vastaukset jakautuivat niin, että 44 % vastaajista kertoi haluavansa järjestön kohdistavan viestintäänsä johonkin tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin ja 13 % vastaajista kertoi, etteivät he halua järjestön kohdistavan viestintäänsä johonkin tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin. Lisäksi 43 % vastaajista kertoi, etteivät he osaa sanoa, pitäisikö Kynnys ry:n kohdentaa viestintäänsä johonkin tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin.

Kyselyyn vastaajat, jotka vastasivat haluavansa Kynnys ry:n kohdentavan viestintäänsä johonkin tiettyyn osa-alueeseen tai aihepiiriin, pääsivät kertomaan tarkemmin näkemyksensä, mihin osa-alueeseen tai aihepiiriin järjestön pitäisi heidän mielestään kohdistaa viestintäänsä (Kuvio 8). Kysymykseen vastasi yhteensä 53 henkilöä.



Kuvio 8. Kynnys ry:n viestinnän kohdentaminen aihepiireihin, n = 53.

Vastaukset jakautuivat niin, että 83 % vastaajista kertoi haluavansa järjestön kohdentavan viestintäänsä kotimaan vammaisten ihmisoikeustyöhön, 68 % lakineuvontaan ja 42 % tapahtuma- ja kampanjatoimintaan. Kyselyyn vastaajista 25 % kertoi haluavansa järjestön kohdentavan viestintäänsä kansainväliseen vammaisten ihmisoikeustyöhön, 19 % julkaisutoimintaan ja 13 % kehitysyhteistyöhön. Lisäksi 13 % vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Muu, mikä?”, mihin sisältyi mahdollisuus kertoa vastauksensa omin sanoin avoimeen vastauskenttään.

Avoimeen vastauskenttään kirjoitetuista vastauksista kävi ilmi esimerkiksi eräiden kyselyyn vastaajien näkemykset, joissa järjestön toivotaan kohdentavan viestintäänsä esimerkiksi ”uuden vammaispalvelulain lobbaamiseen”, ”perhetoimintaan” ja antamaan lisää tietoa esimerkiksi ”etuuksista sekä vammaispalvelusta”. Lisäksi kyselyyn vastaajat toivovat järjestön kohdentavan viestintäänsä esimerkiksi antamaan lisätietoa ”rakenteellisesta esteettömyydestä ja kotihoidon asiakkaiden liikuntamahdollisuuksista”. Vaikka eräs vastaajista ei omien sanojensa mukaan tunne nykyisten aihepiirien sisältöjä riittä-

västi, niin ”aina tarvitaan tietoa esteettömyydestä, apuvälineistä, kuntoutuksesta, viranomaismenestyksistä ja niihin vaikuttamisesta, terveydenhuollon prosesseista ja niihin vaikuttamisesta, positiivisesta ajattelusta ja ilon tuomisesta toisinaan varsin vaativiin elämäntilanteisiin”.

5.5 Yhteenveto kyselyn tuloksista

Opinnäytetyön kyselylomakkeen vastaukset osoittavat, että kysely oli tavoittanut eniten henkilöitä, jotka ovat Kynnys ry:n jäseniä ja seuraavat joko säännöllisesti tai satunnaisesti Kynnys ry:n viestintää. Kyselyyn vastaajat seurasivat eniten sähköpostin kautta lähetettyjä uutiskirjeitä ja tiedotteita, Kynnys-lehden painettua versiota, Kynnys ry:n Internet-sivuja sekä sosiaalisen median kanavista Kynnys ry:n Facebook-sivua. Kyselyyn vastaajat seurasivat vähiten järjestön muita sosiaalisen median kanavia eli Instagram-tiliä ja YouTube-kanavaa sekä Kynnys-lehden digitaalista versiota. Kyselyn kautta saaduista vastauksista kävi ilmi, että järjestöltä toivotaan aktiivisempaa viestintää sähköpostin kautta lähetettyjen tiedotteiden ja sähköisten uutiskirjeiden osalta, järjestön Facebook-sivuilla, Kynnys-lehden painetussa versiossa ja järjestön Internet-sivuilla eli niissä viestintäkanavissa, joita kyselyyn vastaajat seuraavat eniten.

Enemmistö kyselyyn vastaajista piti Kynnys ry:n viestintää joko erittäin hyvin, hyvin tai melko hyvin saavutettavana. Kyselyyn vastaajat kertoivat, että järjestön viestintä voisi olla nykyistä saavutettavampaa esimerkiksi selkeämpää viestintää lisäämällä, tehostamalla ajankohtaisista asioista tiedottamista ja huomioimalla muut tiedotuskanavat sosiaalisen median lisäksi.

Kyselyyn vastaajista enemmistö seurasi Kynnys ry:n viestintää kansainvälisistä asioista tai kehitysyhteistyöstä. Kyselyyn vastaajat kertoivat myös seuraavansa Kynnys ry:n viestintää kotimaan asioista valtakunnallisella tai alueellisella tasolla. Kyselyyn vastaajien eniten seuraamat aihepiirit järjestön viestinnästä olivat kotimaan vammaisten ihmisoikeustyö, lakineuvonta sekä tapahtuma- ja kampanjatoiminta. Vähiten seuratut aihepiirit olivat kansainvälinen vammaisten ihmisoikeustyö, julkaisutoiminta ja kehitysyhteistyö. Vastauksista voidaan todeta, että kyselyyn vastaajat seuraavat mieluiten sellaista järjestön tuottamaa viestintää, joka on lähimpänä heidän omaa elämäänsä ja kiinnostuksen kohteitaan. Kyselyyn vastaajat seurasivat sellaista järjestön tuottamaa viestintää, joka on heille itselleen hyödyllistä.

Kyselyyn vastaajat kertoivat selkeitä näkemyksiä siitä, millä tavoin järjestö voisi viestintäänsä kehittää. Kyselyyn vastaajat kertoivat, että järjestö voisi panostaa viestinnässään erityisesti viestintänsä saavutettavuuteen esimerkiksi selkosuomeksi tuotetun tai viittomakielisen viestinnän osalta. Lisäksi järjestö voisi panostaa viestinnässään ajankohtaisuuteen ja täsmällisyyteen esimerkiksi tapahtumatiedotuksen ja viestinnän visuaalisuuden osalta. Tämä tuli esiin vastaajien toiveissa, että järjestön Internet-sivuja voisi päivittää nykyaikaisemmaksi ja tapahtumista olisi hyvä tiedottaa hyvissä ajoin. Kyselyyn vastaajat kertoivat, että järjestö voisi panostaa viestinnässään erityisesti kotimaan asioista tiedottamiseen valtakunnallisella ja alueellisella tasolla. Erityistä huomiota järjestön viestinnässä kaipaisivat esimerkiksi Pohjois-Suomen ja yksittäisistä alueista Tampereen kaupungin asiat, jotka nousivat esiin kyselyvastauksissa useampaan kertaan.

Kyselyn kautta saaduista vastauksista voidaan päätellä, että järjestö voisi laajentaa viestintäänsä harkitusti uusiin viestintäkanaviin. Kyselyyn vastaajat kertoivat, että järjestö voisi tehdä monipuolisempaa mediayhteistyötä esimerkiksi televisio-ohjelman muodossa. Järjestön mediayhteistyöt herättivät kyselyyn vastaajissa ristiriitaisia tunteita, esimerkiksi yhteistyö Voima-lehden kanssa herätti kyselyyn vastaajissa kritiikkiä ja kiitosta.

Uusien viestintäkanavaideoiden lisäksi kyselyyn vastaajat toivoivat järjestön panostavan ensisijaisesti jo olemassa oleviin viestintäkanaviin. Vastaajat kertoivat, että järjestölle voisi tehdä hyvää pohtia viestintänsä kohderyhmää tarkemmin. Vastaajat kertoivat, että mikäli järjestö tahtois laajentaa kohderyhmäänsä, niin olisi erittäin tärkeää miettiä keinoja tavoittaa sellaisia kohderyhmiä, jotka eivät vielä järjestön toimintaa tunne, mutta voisivat tutustua toimintaan ja hyötyä siitä. Kohderyhmän tarkempi pohtiminen voisi hyödyttää järjestöä, koska sen avulla järjestö voisi miettiä konkreettisemmin viestintänsä suuntaamista tietyille kohderyhmälle ja samalla viestintänsä kehittämistä vastaamaan paremmin kohderyhmänsä tarpeita. Kohderyhmän laajentamisessa voi olla riskinä, että järjestö saattaa unohtaa helposti alkuperäisen kohderyhmänsä ja viestintänsä perustetävän eli esimerkiksi järjestön toiminnasta tiedottamisen ja vammaisten oikeuksien ajamisen valtakunnallisella ja alueellisella tasolla.

Kyselyyn vastaajista selkeä enemmistö ei haluaisi päästä vaikuttamaan järjestön viestintäkanavien sisältöön. Vastaajat olivat myös epävarmoja siitä, pitäisikö järjestön viestinnän olla nykyistä monipuolisempaa. Kyselyyn vastaajista enemmistö haluaisi järjestön kohdentavan viestintäänsä enemmän johonkin osa-alueeseen tai aihepiiriin. Eniten huomiota toivottiin kohdentavan kotimaan vammaisten ihmisoikeustyöhön, lakineuvontaan

sekä tapahtuma- ja kampanjatoimintaan. Kyselyyn vastaajat halusivat järjestön kohdistavan viestintäänsä vähemmän kansainväliseen vammaisten ihmisoikeustyöhön, julkaisutoimintaan sekä kehitysyhteistyöhön.

6 LOPUKSI

Opinnäytetyön tekeminen oli pitkä ja monivaiheinen prosessi. Opinnäytetyöprosessin keston ja monivaiheisuuteen liittyi olennaisesti, että opinnäytetyö oli aiheeltaan laaja ja monipuolinen. Opinnäytetyön näkökulmaa yritettiin tarkoituksella kaventaa järjestön koko viestinnän tutkimisesta koskemaan juuri järjestön jäsen- ja sidosryhmäviestintää, mutta rajauksesta huolimatta opinnäytetyön näkökulmaa ei saatu kavennettua tarpeeksi pieneksi. Opinnäytetyöprosessin aikana tuli ilmi se asia, että järjestön viestintä on ulotunut moniin osa-alueisiin esimerkiksi sidosryhmätasolla. Järjestö ei tee viestintää pelkästään itseään varten, vaan se käsittää myös yhteistyötahojen eli tässä tapauksessa sidosryhmille tarkoitetun viestinnän.

Opinnäytetyön toteutustavasta eli aineiston keräämisestä Internet-pohjaisen kyselylomakkeen avulla voidaan todeta, että kysely tavoitti jopa odotettua enemmän vastaajia. Tästä voidaan päätellä, että opinnäytetyö oli aiheeltaan tärkeä kyselyn kohderyhmälle. Kyselyyn vastaajilla oli monipuolisia näkemyksiä järjestön viestintään liittyvistä aiheista. Opinnäytetyön toteutustapaan eli Internet-pohjaiseen kyselylomakkeeseen liittyi haasteita, jotka piti ottaa huomioon opinnäytetyöprosessin aikana. Yksi isoimmista haasteista oli opinnäytetyöprosessiin liittyvät saavutettavuusnäkökulmat. Internet-pohjainen kyselylomake voi sulkea pois kohderyhmään kuuluvia henkilöitä, jotka eivät esimerkiksi kykene täyttämään Internetissä olevaa kyselylomaketta. Lisäksi saavutettavuusnäkökulmaan liittyy erilaisten kielivähemmistöjen huomioiminen. Kielivähemmistöjen laajempi huomioiminen opinnäytetyöprosessissa osoittautui kuitenkin haastavaksi, koska kyselylomake on toteutettu pelkästään suomen kielellä. Kielivähemmistöjen laajempi huomioiminen tarkoittaisi sitä, että kyselylomake olisi pitänyt toteuttaa muilla tavoin eli esimerkiksi selkosuomella tai viittomakielellä. Kielivähemmistöjen laajempi huomioiminen olisi vaatinut opinnäytetyön tekijältä enemmän resursseja sekä tietämystä erilaisista kielivähemmistöistä opinnäytetyöprosessin aikana.

Opinnäytetyöprosessin aikana oli tärkeää pohtia, miten opinnäytetyön kyselylomakkeesta saataisiin mahdollisimman selkeä ja informatiivinen kyselyn kohderyhmälle. Lisäksi oli tärkeää pohtia, miten opinnäytetyön tekijä saisi kerättyä kohderyhmältä tarvittavaa tietoa, joka hyödyttäisi opinnäytetyön toimeksiantajaa eli Kynnys ry:tä viestintänsä kehittämisessä. Kyselylomakkeen toteuttaminen luonnosvaiheesta lopulliseen julkaistavaan muotoon osoittautui haastavaksi, koska laajan ja monipuolisen aiheen tiivistäminen

mahdollisimman selkeään ja informatiiviseen kyselymuotoon vei runsaasti aikaa. Lisäksi oli tärkeää pohtia, millaisten kysymysten avulla voidaan kerätä tarvittavaa tietoa kyselyn kohderyhmältä niin, että kohderyhmä ymmärtäisi myös kysymykset mahdollisimman hyvin. Kyselylomakkeen kysymystyyppejä piti miettiä niin, että kyselyn kohderyhmältä saadaan mahdollisimman kattavasti omin sanoin kerrottuja näkemyksiä järjestön viestinnästä esimerkiksi saavutettavuuden, viestinnän seuraamistapojen ja kehittämisen kannalta. Kyselyn kautta saaduista vastauksista kävikin ilmi, että kyselyyn vastaajilla oli selkeitä näkemyksiä siitä, että järjestön viestintää pitäisi kehittää esimerkiksi uusilla viestintäkanavaideoilla ja tehostamalla viestintää myös nykyisissä viestintäkanavissa. Kyselyyn vastaajilla oli myös selkeitä näkemyksiä siitä, että viestinnän saavutettavuutta voisi parantaa esimerkiksi selkokielistä ja viittomakielellä tuotettua viestintää lisäämällä sekä huomioimalla viestinnän suunnittelussa ja kehittämisessä esimerkiksi kyselyvastauksissa mainittujen ruudunlukuohjelmien käytön. Sen lisäksi kyselyyn vastaajien tavoissa seurata järjestön viestintää korostuivat erityisesti viestinnän hyödyllisyys heidän omassa elämässään, vastaajien kiinnostuksen kohteet sekä vastaajien mahdollisuus vaikuttaa heille tärkeisiin asioihin. Voidaan siis todeta, että opinnäytetyön kyselylle asetetut tavoitteet onnistuivat melko hyvin, koska kyselyyn vastaajilta saatiin monipuolisia näkemyksiä viestinnän saavutettavuudesta, seuraamistavoista ja kehittämiskohteista.

Kyselylomakkeen toteutukseen ja siinä esitettyihin kysymyksiin liittyi haasteita, jotka piti ottaa huomioon kyselylomakkeen suunnittelu- ja toteutusvaiheessa. Opinnäytetyön aihe eli järjestön viestinnän laajuus ja monipuolisuus saattoi aiheuttaa sen, että kyselylomakkeessa esitetyt kysymykset voitiin tulkita monella tavalla tai käsittää väärin. Lisäksi jotkut kyselylomakkeen avulla saadut vastaukset olivat niin monitulkintaisia tai menivät kysytyn aiheen ohi, että niitä oli haastavaa analysoida. Kyselyyn vastaajat saattoivat pitää kyselylomaketta palautteenantovälineenä eli ”palautelomakkeena”, jolloin osa kyselyvastauksista olivat lähinnä palautetta järjestön toiminnasta. Järjestön viestintään liittyvä kehitysehdotus olisi, että järjestö voisi hyötyä esimerkiksi jäsenistölle tarkoitettua palautteenantomahdollisuudesta, mikäli sellaista ei ole aiemmin toteutettu. Palautelomake esimerkiksi järjestön Internet-sivuilla voisi kannustaa jäseniä antamaan palautetta tai kehitysehdotuksia suoraan järjestölle, jonka avulla järjestö voisi tulevaisuudessa kehittää toimintaansa. Palautelomakkeen avulla jäsenistöltä tuleva, erityisesti järjestön toimintaan liittyvä palaute voitaisiin keskittää yhteen paikkaan ja sitä olisi näin helpompi käsitellä ja analysoida.

Opinnäytetyöprosessin aikana oli tärkeä pohtia, olisiko opinnäytetyön kyselylomaketta pitänyt markkinoida toisella tavalla. Sosiaalisen median kanavien lisäksi kyselylomaketta olisi voinut markkinoida enemmän järjestön perinteisten viestintäkanavien kautta, esimerkiksi uutiskirjeen ja tiedotteiden yhteydessä sekä Kynnys-lehdessä. Lisäksi kyselyn markkinointiaika olisi voinut olla nykyistä pidempi ja tehokkaampi. Kyselylomaketta olisi siis voitu markkinoida pidempään eri kanavissa ja muistuttaa kohderyhmää useammin kyselyyn vastaamismahdollisuudesta. Siitä huolimatta ei voida tietää, olisiko kohderyhmältä saatu enemmän vastauksia tai kyselylomake saavuttanut laajemmin kohderyhmänsä, mikäli markkinointia olisi laajennettu, pidennetty ja tehostettu.

Järjestön viestinnän kehitysehdotus olisi, että järjestön olisi hyvä tarkastella viestintäänsä jatkossa eri näkökulmista, jotta järjestö voisi kehittää viestintäänsä laajemmin. Järjestön viestinnän tilanteen ja kehityskohteiden laajempi kartoittaminen tulevaisuudessa tulisi todennäköisesti vaatimaan resursseja järjestöltä, esimerkiksi erilaisia viestinnän asiantuntijoita taustatyöhön, monipuolisia toimintatapoja viestinnän tilan kartoittamiseen ja runsaasti aikaa kartoitustyöhön. Järjestö voisi hyötyä viestintäsuunnitelman päivittämisestä, koska järjestön viestintäsuunnitelman päivittäminen helpottaisi viestinnän suunnittelua, toteutusta ja kehittämistä. Viestintäsuunnitelman päivittämisen avulla voisi kartoittaa esimerkiksi viestinnän tilannetta, järjestön viestintäkanavia ja -muotoja sekä sidosryhmiin liittyvää viestintäyhteistyötä. Viestintäsuunnitelman päivittämisen avulla järjestö voisi paremmin kartoittaa, mitä kehityskohteita viestinnässä nähdään ja millaisia mahdollisuuksia kehityskohteet tuovat järjestön viestinnälle. Viestintäsuunnitelman päivityksessä voisi huomioida järjestön eri viestintäkanavat ja -muodot niin, että järjestö pohtisi jokaisen viestintäkanavan ja -muodon kohdalla potentiaalisia kohderyhmiä ja miten kohderyhmiä tavoitetaan parhaiten. Viestintäsuunnitelman päivitykseen voisi myös listata, mitä aihepiirejä järjestön viestinnässä tulisi tulevaisuudessa käsitellä sekä mitä tapahtumia ja kampanjoita pitäisi markkinoida. Sen lisäksi viestintäsuunnitelman päivitykseen voisi sisällyttää järjestön sidosryhmien kanssa tehtävät viestintäyhteistyöt, koska järjestön viestintä pitää sisällään myös yhteistyön sidosryhmien kanssa. Järjestö tekee kuitenkin itse lopullisen päätöksen viestintäsuunnitelman päivittämisestä sekä viestintäsuunnitelmaan päivitykseen liittyvistä yksityiskohdista.

Opinnäytetyöprosessin päättymisen myötä suurin oivallus opinnäytetyön tekijälle oli, että opinnäytetyön avulla voisi tulevaisuudessa herättää suurempaa keskustelua Kynnys ry:n viestinnän tilanteesta ja mahdollisista kehityskohteista. Lisäksi keskustelua voisi herät-

tää yleisesti vammaisjärjestöjen toteuttamasta viestinnästä, esimerkiksi viestinnän saavutettavuudesta erilaisten kohderyhmien tarpeet huomioiden. Opinnäytetyöprosessin myötä näkemys viestinnän roolista järjestön maineen ja näkyvyyden kannalta on vahvistunut. Viestintä ei ole järjestölle niin sanotusti ”pakollinen velvollisuus”, mikä pitää vain hoitaa. Viestintä on järjestölle se osa, joka järjestöstä näkyy ulospäin eli viestintä on järjestölle tietynlainen ”näyteikkuna”. Opinnäytetyöprosessin myötä opinnäytetyön tekijälle on vahvistunut motivaatio toimia esimerkiksi järjestöviestinnän parissa jatkossa.

Kynnys ry:n viestinnän nykytilanteen kartoittaminen tässä mittakaavassa koetaan opinnäytetyön toimeksiantajan taholta hyödylliseksi erityisesti järjestölle itselleen. Tällä tavoin saadaan selville, mikä viestinnän tämänhetkisessä tilanteessa on toimivaa ja mitkä asiat vaatisivat perusteellisempaa tarkastelua. Viestinnän nykytilanteen kartoittaminen luo pohjaa viestinnän myöhemmälle kehittämiselle.

LÄHTEET

Henkilölähteet

Purhonen, S. Kynnys ry:n tiedottaja. Henkilökohtainen tiedonanto. Kasvokkain toteutettu haastattelu 08.12.2017.

Purhonen, S. Kynnys ry:n tiedottaja. Henkilökohtainen tiedonanto. Sosiaalisessa mediassa käyty viestikeskustelu 25.10.2019.

Kirjallisuus

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: Management Institute of Finland.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa – Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka – Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.

Verkkolähteet

Harju, A. 2020. Suomalainen kansalaisyhteiskunta. Kansalaisyhteiskunta-verkoston Internet-sivut: <https://kansalaisyhteiskunta.fi/tietopankki/suomalainen-kansalaisyhteiskunta/>. Viitattu 11.05.2021.

Kuvaja, S. 2020. Järjestön viestinnän perusteita. Kansalaisyhteiskunta-verkoston Internet-sivut: <https://kansalaisyhteiskunta.fi/tietopankki/jarjeston-viestinnan-perusteita/>. Viitattu 12.05.2021.

THL. 2020. Vammaisalan järjestöt. Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen Internet-sivut – Vammaispalvelujen käsikirja: <https://thl.fi/fi/web/vammaispalvelujen-kasikirja/vammaisuus-yhteiskunnassa/vammaisalan-toimijoita-ja-jarjestoja/vammaisalan-jarjestot/>. Viitattu 23.04.2021.

Invalidiliitto ry. 2021. Saavutettavuus. Invalidiliitto ry:n Internet-sivut: <http://www.invalidiliitto.fi/es-teettomyys/saavutettavuus/>. Viitattu 29.04.2021.

Aluehallintovirasto. 2021. Yleistä saavutettavuudesta. Etelä-Suomen Aluehallintoviraston Internet-sivut: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/yleista-saavutettavuudesta/>. Viitattu 15.05.2021.

Kynnys ry. 2019a. Järjestön etusivu. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://kynnys.fi/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019b. Järjestön toiminnan etusivu. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019c. Juridinen neuvonta. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/juridinen-neuvonta/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019d. D4-verkosto Oy. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/d4-verkosto-oy/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019e. Esteettömyys. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/esteettomyys/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019f. Syrjinnän estäminen. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/syrjinnan-estaminen/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019g. Kulttuuritoiminta. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/kulttuuri/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019h. Assistentti.info. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/assistentti-info/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019i. Samanlainen, erilainen vanhemmuus (SAMAT)-toiminta. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/toiminta/samat/>. Viitattu 15.03.2019.

Kynnys ry. 2019j. Kehitysyhteistyötoiminnan etusivu. Kynnys ry:n Internet-sivut: <https://www.kynnys.fi/kehitysyhteistyo/>. Viitattu 15.03.2019.

Finto – suomalainen asiasanasto- ja ontologiapalvelu. 2021. Metatietosanasto: Kohderyhmä. Finto-verkkopalvelun Internet-sivut: <https://finto.fi/mts/fi/page/m176/>. Viitattu 05.03.2021.

Toimeksi.fi. 2021. Tietoa palvelusta. Toimeksi.fi -verkkopalvelun Internet-sivut: <https://www.toimeksi.fi/tietoa-palvelusta/>. Viitattu 21.07.2020.

Ursa Minor. 2020. Esittävän taiteen osuuskunnan etusivu. Ursa Minor -osuuskunnan Internet-sivut: <https://www.ursaminor.fi/>. Viitattu 13.10.2020.

Opinnäytetyön kyselylomake

Liitesivuilla ovat Webropol -kyselylomakepalvelusta otetut kuvat opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmänä käytetystä kyselylomakkeesta.

Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän nykytila ja kehittäminen

Arvoisa vastaanottaja!

Tämän kyselyn tavoitteena on kartoittaa valtakunnallisen, vammaisten perus- ja ihmisoikeusjärjestö Kynnys ry:n viestinnän nykytilannetta ja kehittämiskohteita.

Kyselytutkimuksen kohderyhmänä ovat henkilöt, jotka kuuluvat Kynnys ry:n jäsenistöön ja seuraavat järjestön viestintää. Sen lisäksi tarkoituksena on tavoittaa sellaisia henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita sekä Kynnys ry:n toiminnasta että järjestön viestinnästä.

Kysely on osa Turun ammattikorkeakoulussa toteutettavaa media-alan koulutuksen opinnäytetyötä. Se toteutetaan tiiviissä yhteistyössä Kynnys ry:n kanssa. Kyselyvastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä aineistoa luovuteta muuhun käyttöön. Kyselytutkimukseen osallistutaan nimettömänä.

Kiitos ajastasi, jokainen kyselyyn vastannut on apuna opinnäytetyön toteutuksessa ja Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän kehittämisessä!

Ystävällisin terveisin,

Elina Laiho
Turun ammattikorkeakoulu / media-alan koulutus

elina.laiho@edu.turkuamk.fi
+35844099964

Kuva 1. Saatekirje.

OSA 1: VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

- Mies
- Nainen
- Muu

2. Ikä

- alle 18 vuotta
- 18 - 25 vuotta
- 26 - 35 vuotta
- 36 - 45 vuotta
- 46 - 55 vuotta
- 56 - 65 vuotta
- yli 65 vuotta

Kuva 2. Perustiedot, kysymykset 1–2.

3. Asuinpaikka

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Satakunta
- Häme
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

Kuva 3. Perustiedot, kysymys 3.

Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän nykytila ja kehittäminen

OSA 2: KYNNYS RY:N JÄSEN- JA SIDOSRYHMÄVIESTINNÄN SEURAAMINEN

4. Oletko Kynnys ry:n jäsen?

- Kyllä olen.
- En ole.
- Olen harkinnut Kynnys ry:n jäsenyyttä.
- En osaa sanoa.

5. Seuraatko Kynnys ry:n jäsenille ja sidosryhmille tarkoitettua viestintää?

- Kyllä, säännöllisesti.
- Kyllä, satunnaisesti.
- En lainkaan.
- En osaa sanoa.

Kuva 4. Viestinnän seuraaminen, kysymykset 4-5.

6. Jos vastasit edelliseen kysymykseen KYLLÄ, mitä seuraavista Kynnys ry:n viestintäkanavista seuraat? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kynnys-lehti (painettu lehti)
- Kynnys-lehti (digitaalinen lehti)
- Sähköinen uutiskirje
- Sähköpostitiedotteet
- Kynnys ry:n Internet-sivut
- Kynnys ry:n Facebook-sivu
- Kynnys ry:n Instagram-tili
- Kynnys ry:n Youtube-kanava
- Muu, mikä?

Kuva 5. Viestinnän seuraaminen, kysymys 6.

7. Missä viestintäkanavissa toivoisit Kynnys ry:n viestivän nykyistä aktiivisemmin?
Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kynnys-lehti (painettu lehti)
- Kynnys-lehti (digitaalinen lehti)
- Sähköinen uutiskirje
- Sähköpostitiedotteet
- Kynnys ry:n Internet-sivut
- Kynnys ry:n Facebook-sivu
- Kynnys ry:n Instagram-tili
- Kynnys ry:n YouTube-kanava
- Muu, mikä?

8. Miten hyvin ja helposti saavutettavana pidät Kynnys ry:n viestintää?

- Erittäin hyvin saavutettavaa.
- Hyvin saavutettavaa.
- Melko hyvin saavutettavaa.
- Heikosti saavutettavaa.
- Erittäin heikosti saavutettavaa.

Kuva 6. Viestinnän seuraaminen, kysymykset 7–8.

9. Millä tavoin Kynnys ry:n viestintä voisi mielestäsi olla vielä saavutettavampaa?
Voit vastata tähän kysymykseen omin sanoin.

Kuva 7. Viestinnän seuraaminen, kysymys 9.

Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän nykytila ja kehittäminen

OSA 3: KYNNYS RY:N JÄSEN- JA SIDOSRYHMÄVIESTINNÄN TOIVOTTUJA SISÄLTÖJÄ

10. Haluaisitko seurata Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestintää kansainvälisistä asioista tai kehitysyhteistyöstä? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kyllä, haluan seurata viestintää kansainvälisistä asioista.
- Kyllä, haluan seurata viestintää kehitysyhteistyöstä.
- En halua seurata viestintää kansainvälisistä asioista.
- En halua seurata viestintää kehitysyhteistyöstä.
- En halua seurata viestintää kansainvälisistä asioista eikä kehitysyhteistyöstä.
- En osaa sanoa.

Kuva 8. Viestinnän toivotut sisällöt, kysymys 10.

11. Haluaisitko seurata Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestintää kotimaasta valtakunnallisesti vai alueellisesti? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kyllä, haluan seurata valtakunnallista viestintää.
- Kyllä, haluan seurata alueellista viestintää.
- En halua seurata valtakunnallista viestintää.
- En halua seurata alueellista viestintää.
- En halua seurata viestintää kotimaasta.
- En osaa sanoa.

Kuva 9. Viestinnän toivotut sisällöt, kysymys 11.

12. Millaisia aihepiirejä seuraat eniten Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnässä? Voit valita kolme (3) vaihtoehtoa.

- Kotimaan vammaisten ihmisoikeustyö
- Kansainvälinen vammaisten ihmisoikeustyö
- Kehitysyhteistyö
- Lakineuvonta
- Julkaisutoiminta
- Tapahtuma- ja kampanjatoiminta
- Muu, mikä?

Kuva 10. Viestinnän toivotut sisällöt, kysymys 12.

Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän nykytila ja kehittäminen

OSA 4: KYNNYS RY:N JÄSEN- JA SIDOSRYHMÄVIESTINNÄN KEHITYSKOHEET

13. Millaisia asioita mielestäsi Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnässä pitäisi kehittää tai parantaa? Voit vastata tähän kysymykseen omin sanoin.

14. Haluaisitko päästä vaikuttamaan enemmän Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän viestintäkanavien sisältöön?

- Kyllä haluaisin vaikuttaa.
- En haluaisi vaikuttaa.
- En osaa sanoa.

Kuva 11. Viestinnän kehityskohteet, kysymykset 13–14.

15. Jos vastasit edelliseen kysymykseen KYLLÄ, millaisiin asioihin haluaisit päästä vaikuttamaan Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän sisällöissä? Voit vastata tähän kysymykseen omin sanoin.

16. Pitäisikö mielestäsi Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän olla monipuolisempaa?

- Kyllä pitäisi.
- Ei pitäisi.
- En osaa sanoa.

Kuva 12. Viestinnän kehityskohteet, kysymykset 15–16.

17. Jos vastasit edelliseen kysymykseen KYLLÄ, millä tavoin Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestinnän pitäisi olla monipuolisempaa? Voit vastata tähän kysymykseen omin sanoin.

18. Pitäisikö mielestäsi Kynnys ry:n jäsen- ja sidosryhmäviestintää kohdentaa johonkin osa-alueeseen tai aihepiiriin?

- Kyllä pitäisi.
- Ei pitäisi.
- En osaa sanoa.

Kuva 13. Viestinnän kehityskohteet, kysymykset 17–18.

19. Jos vastasit edelliseen kysymykseen KYLLÄ, mihin osa-alueisiin tai aihepiireihin toivoisit Kynnys ry:n kohdentavan jäsen- ja sidosryhmäviestintäänsä? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Kotimaan vammaisten ihmisoikeustyö
- Kansainvälinen vammaisten ihmisoikeustyö
- Kehitysyhteistyö
- Lakineuvonta
- Julkaisutoiminta
- Tapahtuma- ja kampanjatoiminta
- Muu, mikä?

Kuva 14. Viestinnän kehityskohteet, kysymys 19.