



Digitaalisen järjestöviestinnän tavoitteet ja kehittäminen

Markus, Kaisa

2013 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Digitaalisen järjestöviestinnän tavoitteet ja kehittäminen

Kaisa Markus
Tietojenkäsittely
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2013

Kaisa Markus

Digitaalisen järjestöviestinnän tavoitteet ja kehittäminen

Vuosi	2013	Sivumäärä	20
-------	------	-----------	----

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan poliittisen nuorisjärjestön sisäistä ja ulkoista digitaalista viestintää. Järjestöllä on käytössään digitaalisen viestinnän menetelmistä sosiaalinen media, jäsenrekisteri ja kotisivut. Tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoituksena on löytää ratkaisuja sisäisen viestinnän ongelmakohtiin ja kartoittaa tämän hetkinen tila. Koska kyseessä on poliittinen järjestö, toimintaan vaikuttaa myös lait ja säädökset.

Työ perustuu kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Kartoittaakseni nykyistä tilannetta, tein kyselytutkimuksen Laurean e-lomakkeella nuorisjärjestön aktiivijäsenille sekä haastattelin järjestön puheenjohtajaa. Työssäni analysoin kyselyn tuloksia sekä tuon esiin järjestön jäsenien omia mielipiteitä ja kehitysehdotuksia.

Lopuksi nostan esiin havaitsemani ongelmapisteet ja annan ehdotuksia viestinnän kehittämiseen. Suurimmaksi ongelmaksi nousi viestinnän johtajuuden puute. Järjestö voi käyttää opinnäytetyössä esiin nousseita ratkaisuehdotuksia viestinnän kehittämiseen.

Kaisa Markus

The aims and development of organization's digital communication

Year	2013	Pages	20
------	------	-------	----

This thesis examines political youth organizations inner and outer digital communication. The organization uses social media, member registry and homepage as ways of digital communication. The goal of this investigational thesis is to find solutions to the problems of inner communication and to clarify the state of the communication as it is now. In the matter of political organization one must also consider the effect to the organization from laws and regulations.

The thesis uses qualitative research methods. To clarify the state of the communication I made a study to the active members of the youth organization with Laurea e-form. In the thesis I analyze the results of the study and bring in to the light the opinions and development suggestions of the organization's members.

Finally, I introduce the problem points I have found and give suggestions for the development of the communication. The main issue was the lack of communication leadership. The organization may use the conclusions found in the thesis to improve communication.

Key words: digital communication, inner communication, outer communication, study

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Järjestö	7
3	Digitaalinen viestintä	8
4	Tutkimusmenetelmät	9
5	Kyselyn tulokset	10
5.1	Sosiaalinen media, kotisivut ja jäsenrekisteri	11
5.2	Taustatutkimus ja tiedonkulku	12
5.3	Viestinnän vuorovaikutteisuus	13
5.4	Tiedon sisältö ja aikataulu, jäsenten kommentointi	13
6	Kehitysehdotukset ja loppupäätelmät	13
	Lähteet	16
	Kuvat	17
	Liitteet	18

1 Johdanto

Viestintä on yksi järjestötoiminnan tärkein työkalu. "Viestintä on mitä arkisin asia ja koskettaa jokaista. Mehän kommunikoimme kaikki päivät kotona, työpaikalla, verkostoissa, harrastuksissa ja vapaa-ajalla. Opimme sen aivan pienenä ja jatkamme sitä läpi elämän. Jokainen meistä on tässä asiantuntija" (Juholin, 2009, 35).

Tutkimuksellisessa opinnäytetyössä tarkastellaan erään poliittisen järjestön sisäisen ja ulkoisen digitaalisen viestinnän toimivuutta sekä sen kehittämistä. "Kun viestintää tarkastellaan prosessina, se voidaan jakaa osiin eli tarkastella, mistä viestinnän tapahtuma koostuu. Osia ovat lähettäjä, vastaanottaja, sanoma, informaatio, kanava, häiriöt, palaute, vuorovaikutus ja kontekstit" (Åberg, 2002, 27).

Sisäisellä viestinnällä pyritään nopeaan tiedonkulkuun järjestön sisällä. Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan järjestöviestinnässä tapahtumista, tapaamisista ja muista tärkeistä asioista tiedottamista ja vuorovaikuttamista. Vuorovaikutteinen viestintä auttaa viestin lähettäjä ja vastaanottajaa tiedon jakamisessa.

Järjestössä on tärkeä tavoittaa tarvittaessa tehokkaasti sekä jäsenet että yhteistyökumppanit. "Ulkoinen viestintä tiedottaa yhteisön asioista ulospäin ja pitää yhteyttä erilaisiin ryhmiin yhteisön ympärillä. Ulkoinen viestintä rakentaa yhteisökuva yhteisölle tärkeiden ulkoisten yhteistyö- ja kohderyhmien keskuuteen" (Siukosaari, 2002, 131).

Nykyään viestinnän välineenä käytetään yhä enemmän digitaalista ympäristöä, jossa ihmiset muutenkin hoitavat päivittäisiä asioitaan. Haasteena on löytää tehokkain lähestymiskeino, jolla varmistetaan viestin perille meno ja siihen reagointi. Työssä tutkittiin jo käytössä olevia järjestelmiä testaamalla niitä käytännössä, jotta löydettäisiin niistä toimivin ja kehittämällä se huippuunsa.

Tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoitus on saada poliittiselle nuorisojärjestölle ratkaisuehdotus viestinnän kehittämiseen. Kehittämisaikana erityisesti digitaalinen viestintä. Järjestön sisäinen viestintä osoittautui aktiivijäsenten ja järjestön puheenjohtajan mukaan päällimmäiseksi ongelmaksi. Työssä tarkastellaan sisäisen viestinnän kehittämistä ja tutkittiin käytössä olevien kanavien tämän hetkistä tilaa ja päädyttiin ratkaisemaan ongelmakohdat kysymällä suoraan järjestön aktiivijäseniltä heidän mielipiteitä ja kehitysehdotuksia.

Tutkimusmenetelmänä on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka sisältää haastattelun ja kyselyn. Niiden perusteella analysoidaan ja kartoitetaan tilanne. Tilanteen kartoitus auttaa kehittämään ja luomaan viestintään uusia näkökulmia. Kehitysehdotusten perusteella järjestö voi kehittää viestinnän ongelmakohtia, jotka tutkimuksessa nousevat esille. Tutkimuksessa selviää myös jo toimivat viestinnälliset menetelmät. Järjestöllä on käytössään hyvät menetelmät, mutta niiden käyttöä pitää kehittää.

Järjestöllä huomattiin myös olevan ongelma yhteisön sisäisessä tiedotuksessa. "Yhteisön sisäinen tiedotus pitää henkilöstön hyvin tietoisena yhteisön uutisista, ajankohtaisista asioista; kehityksestä, toiminnasta, tuotteista ja tavoitteista, keinoista joilla noihin tavoitteisiin pyritään, sekä tuloksista. Myös muutoksista ja ongelmista, sekä tulevaisuuden suunnitelmista on tiedotettava" (Siukosaari 2002,79).

2 Järjestö

Kyseessä on poliittinen alueellinen nuorisojärjestö. Jäseniä järjestössä on noin 400, ja heistä noin 10% on niin sanottuja aktiivijäseniä. Järjestön ylä-ikäraja on 29-vuotta. Tämä ikäraja määritetään nuorisolaissa (1. luku, 2. pykälä). Kun kyseessä on näin suuri jäsenmäärä, kaikkien kanssa henkilökohtainen asioiminen ei ole mahdollista. Silloin kun on kyseessä poliittinen järjestö, on lainsäädännössä tiukat tietosuojavaatimukset jäsenien kohdalla. "Viestintää suunniteltaessa ja viestintästrategiaa mietittäessä on muistettava myös ne vaatimukset, jotka lainsäädäntö ja viranomaissäännökset viestinnälle asettavat. Vaatimuksia viestinnälle voi tulla sekä varsinaisesta viestinnän lainsäädännöstä että yhteisön toimintaan liittyvästä muusta lainsäädännöstä" (Siukosaari, 2002, 221).

Kyseessä olevalla poliittisella nuorisojärjestöllä on monitasoisia jäseniä: osa aktiivisempia ja osa esimerkiksi kannatusjäseniä. Järjestön puheenjohtaja nosti haastattelussani esiin jäsenien tavoitettavuusongelman. Puheenjohtajan mukaan ongelmana tällä hetkellä on, että viesti ei välity jäsenistölle. Tällöin tarvitaan viestintämenetelmä, joka tavoittaa tilanteesta riippumatta kaikki jäsenet tai vain osan heistä. Viestin välittäminen tietylle ryhmälle jäseniä pitäisi olla yksinkertaista, jotta järjestön informaation käsittely ei kuormittaisi liikaa tehokkuutta.

Järjestöllä on käytössään tällä hetkellä kolme digitaalisen viestinnän kanavaa, mutta ne eivät edes yhdessä tunnu tavoittavan kaikkia tarvittavia jäseniä. Opinnäytetyössä testattiin järjestön käytössä olevia verkkoviestinnän menetelmiä: sosiaalisessa mediassa toimiva Facebook-sivusto, jäsenrekisteri ja järjestön kotisivut. Jäsenille toimitettiin sähköinen kysely kaikkia näitä käytössä olevia kanavia hyödyntäen järjestön puheenjohtajan ja järjestösihteerin avulla. Tulosten ja haastatteluiden pohjalta tehtiin päätelmiä viestintäkanavien tehokkuudesta.

Yhteistyö järjestösihteerin ja puheenjohtajan kanssa mahdollisti myös suoran yhteyden jäseniin ja tutkimusmateriaalin saantiin.

Kysely toteutettiin aktiivijäsenille Laurean e-lomake pohjan avulla käyttäen eliittiotantaa. Tällaisen niin sanotun eliittiotannan perusteella haastateltavaksi valitaan henkilöt, joilta uskotaan saavan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Valinnan perusteena voi olla esimerkiksi itsensä ilmaisemisen taito tai kirjoitustaito (Tuomi, Sarajärvi 2002,88).

Opinnäytetyössä perehdytään aktiivijäsenten näkemyksiin digitaalisen viestinnän kehittämisessä. Digitaalisen viestinnän kehittäminen on hyödyllistä, koska kyseinen järjestö koostuu nuorista jäsenistä. Kun on kyseessä poliittisesti aktiiviset nuoret, he haluavat oman poliittisen sanomansa välittyvän muille ja tästä syystä on myös hyvin todennäköistä, että he ovat aktiivisia ja kiinnostuneita myös järjestön viestinnän toimivuudesta.

3 Digitaalinen viestintä

Kun tarkasteltiin järjestön verkkoviestintää, huomattiin sosiaalisessa mediassa toimivan Facebookin olevan keskeinen verkkoviestinnän väline. "Sosiaalinen media viittaa tietoverkossa toimivaan, yhteisöllisesti tuotettuun ja /tai jaettuun mediasisältöön. Näissä käyttäjät jakavat keskenään näkökulmia, mielipiteitä ja kokemuksia." (Koskela, Koskinen, Lankinen, 2007,28). Koko järjestö hyödyntää käytössä olevaa tykkää-pohjaista sivustoa sekä salattua ryhmää, jonka jäsenet ovat aktiivijäseniä. Julkinen tykkää-pohjainen ryhmä, jossa jokainen Facebookin jäsen voi osoittaa hyväksyntänsä julkaisulle tykkäämällä siitä, näkyy kaikille käyttäjille. Tätä voidaan käyttää muun muassa yksinkertaisiin mielipidemittauksiin ja tapahtumien suosion mittauksiin. Salattu ryhmä näkyy vain sen jäsenille ja ryhmään liittyminen vaatii kutsun ryhmän ylläpitäjältä.

Tieto esimerkiksi kokouksista oli järjestön puheenjohtajan mukaan suorastaan mahdotonta saada kaikille järjestön jäsenille, ja tästä syystä esimerkiksi kokousten osallistujamäärä jäi usein alle tavoitteen. Sain puheenjohtajalta kutsun osallistua järjestön aktiivijäsenten salatuille Facebook-sivuille. Aluksi tutkittiin päivitysten perusteella, millaista tietoa sosiaalisen median kautta jaetaan. Lisäksi sain kattavasti tietoa jäsenmääristä ja sivuston kannattavuudesta. Kuitenkin on ilmiselvää, että kaikki eivät käytä sosiaalista mediaa päivittäin, saati sitten ollenkaan. Tästä syystä aloitettiin myös pitämään kirjaa siitä, kuinka aktiivisesti jäsenet osallistuivat Facebook-sivustolla käytäviin keskusteluihin. Kyselyyn vastanneista suurin osa oli saanut tiedon kyselystä Facebookin kautta.

Järjestösihteeri ylläpitää jäsenrekisteriä, jonka kautta lähetetään tietoa jäsenistölle. Jäsenrekisteri sisältää tiedon välittämiseen tarvittavat elementit: jäsenten henkilötiedot, sähköpostiosoitteet, kotiosoitteet ja puhelinnumerot. Jäsenrekisterin kautta pystytään lähettämään maksuttomia sähköposteja sekä maksullisia tekstiviestejä rajatulle kohderyhmälle. Järjestö hyödyntää viestinnässä sähköposti ominaisuutta, mutta ei tekstiviesti mahdollisuutta.

Järjestön kotisivut on uusittu vuosi sitten. Kotisivuilla kerrotaan yleistä tietoa järjestöstä ja sen toiminnasta ja tapahtumista. Tieto on suunnattu jäsenille ja yhteistyökumppaneille, ja sivujen tarkoituksena on markkinoida järjestöä sekä saada poliittinen sanoma eteenpäin.

4 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö tehtiin kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän mukaan. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä koostuu kolmesta pääosatekijästä: tiedon kerääminen haastatteluiden avulla, tiedon analysointi ja tutkimuksellinen raportointi. Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään kun tarvitaan tietoa kohderyhmästä ja eri prosesseista. "Kvalitatiivisessa tutkimuksessa analyysin pääpaino on numeeristen arvioiden sijaan mielipiteiden sekä niiden syiden ja seurausten syväluotauksessa: jakaumien ja keskiarvojen sijaan keskitytään johtopäätösten tekemiseen moniulotteisemmasta, usein haastatteluihin ja ryhmäkeskusteluihin pohjautuvasta aineistosta."

(http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/, 31.5.2013)

Tiedon keräämiseen käytettiin järjestön puheenjohtajan haastattelua ja kyselytutkimusta. Haastattelun perusteella saatiin tietoa järjestöstä ja sen viestinnästä. Puhelimitse tapahtuneessa haastattelussa keskusteltiin viestinnällisistä ongelmista ja järjestöstä yleensä.

Kysely toteutettiin Laurean e-lomakkeella. "E-lomake-järjestelmässä voi tehdä lomakkeita, jotka julkaistaan Internetissä. E-lomake sopii kyselyjen ja kartoitusten tekemiseen, ilmoittautumisten hoitamiseen ja palautteen keräämiseen. Sovellus tallentaa vastaukset tietokantaan jatkokäsittelyä varten. Vastauksia voi käsitellä Excel- ja SPSS-ohjelmilla. Samalle lomakkeelle voidaan asettaa useampia käsittelijöitä, ja vastauksien käsittely voidaan jakaa myös vaiheisiin" (https://live.laurea.fi/fi/laurea_info/tyoskentely_verkossa/tiedonkeruu/e-Lomake/Sivut/default.aspx, 21.5.2013).

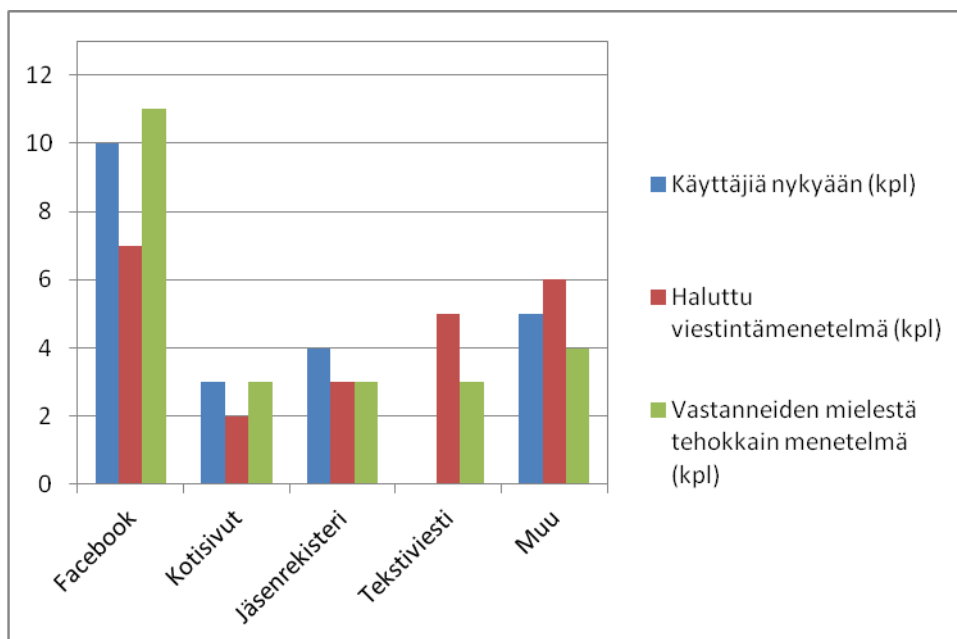
Kyselyyn vastaamiseen aikaa oli kaksi viikkoa. Ensimmäisen viikon aikana tuli 12 vastausta, joten päätettiin laittaa muistutus järjestön aktiivijäsenille. Muistutuksen ansiosta saatiin vain yksi vastaus lisää. Kyselyyn vastanneiden määrä jäi melko alhaiseksi, mutta mielestäni tutkimusta voidaan silti pitää validina. Kyselyn monipuolisuuden kannalta jouduttiin tekemään harmillinen kompromissi: kysymysmäärä ei saanut kasvaa liian suureksi, muuten vastaamiskynnys olisi voinut nousta liian korkeaksi.

Kyselyn sisältö oli monipuolinen. Kyselyssä tiedusteltiin sisäisen- ja ulkoisen viestinnän nykytilannetta ja sen kehittämistä. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä ja vastaajien oli myös mahdollista antaa vapaata palautetta. "Jokaisella kysymyksellä on oltava tavoite, ja tulosten avulla taas on saatava analysoitavaa tietoa, josta voi tehdä päätelmiä" (Kylänpää, 2003,188).

E-lomake välitettiin kaikille järjestön aktiivijäsenille. Kyselylomakkeen sisältö on liitteenä 1. Haastattelin järjestön puheenjohtajaa lomaketta ja sen suorittamistapaa varten. Näin myös järjestön puheenjohtajalla oli mahdollisuus vaikuttaa sisältöön. Vaikka kyselyyn vastanneiden määrä jäi melko alhaiseksi, oli vastausten sisältö hyvää ja monipuolista. Vastaajat kirjoittivat omia mielipiteitään ja kehitysehdotuksiaan.

5 Kyselyn tulokset

Tehdyllä kyselyllä kartoitettiin järjestön tämän hetkistä viestinnän tilaa. Vastanneet saivat arvioida asteikolla yhdestä viiteen sisäisen ja ulkoisen viestinnän toimivuutta. Keskiarvoksi sisäisen viestinnän toimivuudelle arvioitiin 3,38, ulkoinen viestintä jäi arvioinnissa keskiarvolle 2,69. Kyselyn perusteella ulkoisessa viestinnässä oli enemmän ongelmia kuin sisäisessä viestinnässä. Kuitenkin järjestön edustajat pitivät sisäisen viestinnän kehittämistä tärkeämpänä kuin ulkoisen viestinnän.



Kuva 1: Kyselyyn vastanneiden jäsenien käyttämät sisäisen viestinnän menetelmät

Koska pidin erittäin tärkeänä jäsenten omia kokemuksia, kyselyyn lisättiin kohtia, joihin pystyi laittamaan omia kommentteja. Alunperin järjestön puheenjohtaja halusi minun pureutuvan sisäisen viestinnän ongelmiin, kuitenkin tutkimuksen mukaan myös ulkoisessa viestinnässä on suuria ongelmia. Viestinnällisten taustaolettamuksien perusteella voidaan kuitenkin ajatella, että sisäistä viestintää kehittämällä voidaan myös ulkoista viestintää parantaa.

5.1 Sosiaalinen media, kotisivut ja jäsenrekisteri

Facebook osoittautui nykyisten käyttäjien suosituimmaksi viestintäkanavaksi. Sitä pidettiin myös halutuimpana viestinnän menetelmänä. Kyselyn perusteella Facebook on myös tehokkain menetelmä. Tuloksista on havaittavissa vastaajien nuori ikä: sosiaalinen media on heille luonnollisin ympäristö.

Järjestön kotisivuilla ilmoitettiin kaikista tapahtumista, mutta tämä ei osoittautunut tehokkaaksi viestinnän keinoksi, koska kyselyyn vastanneista vain 23% sai tiedon kotisivujen kautta. Tulokset tältä osin olivat hämmentävät, koska järjestö oli vain vuosi sitten keskittynyt kotisivujen päivittämiseen.

Jäsenrekisterin kautta voidaan lähettää sähköpostia ja tekstiviestejä, mutta kyselyyn vastanneet eivät olleet ymmärtäneet, että jäsenrekisterillä tarkoitettiin nimenomaan sähköpostia, joten kohdat "jäsenrekisteri" ja "muu" tarkoittavat sähköpostia. Kyselyn perusteella sähköpostia voidaan siis pitää halutuimpana viestinnällisenä keinona. Viestinnässä on huomioitava, että jäsenrekisterissä olevat sähköpostiosoitteet ovat ajantasaisia. Myös kyselyn kommentti osuudessa vastaajat toivoivat sähköpostin käyttöä viestinnässä.

Kyselyn perusteella tekstiviesti ominaisuutta pidettiin myös haluttuna viestintämenetelmänä, mutta se ei ole tällä hetkellä järjestön käytössä. Jäsenrekisterin kautta voidaan lähettää jäsenille tekstiviestejä, vaikka sitä ei tällä hetkellä hyödynnetä.

Toisaalta kyselyssä ilmeni myös ongelmia tekstiviestiominaisuuden käytössä. Eräs vastanneista piti tekstiviestiä liian henkilökohtaisena menetelmänä ja häiritseväenä yksityisyyttä ajatellen. Ongelmaksi muodostui tekstiviestien lähettämisessä se, että tekstiviestiominaisuus on järjestölle maksullinen.

5.2 Taustatutkimus ja tiedonkulku

Taustatutkimuksessa selvitettiin henkilöiden ikä ja sukupuoli. Aktiivisuudella ei ollut merkitystä sukupuolen kanssa, koska vastanneista naisia oli lähes yhtä paljon kuin miehiä (naisia 6, miehiä 7). Iältään vastaajat olivat järjestön kaikista ikäluokista (alle 20-29 vuotta, mutta 20-24 -vuotiaat vastasivat muita varmemmin). Vastaukset jakautuivat tasaisesti ikään ja sukupuoleen katsomatta.

Virallisesti ensimmäinen kysymys, joka käsitteli viestintää, oli kysymys siitä, mitä kautta vastaajat saivat tiedon kyselystä. Aktiivijäsenille lähetettiin kysely jäsenrekisterin, sosiaalisen median ja järjestön kotisivujen kautta. Sosiaalisella medialla tässä tapauksessa tarkoitetaan Facebook-sivustoa, joka nousikin kyselyyn vastanneiden kesken toimivimmaksi menetelmäksi. Järjestön kotisivuilta tiedon oli saanut vain kolme vastanneista. Jäsenrekisterin kautta lähetetyt sähköpostiviestit olivat toiseksi tehokkain viestintäkanava, sitä kautta tiedon oli saanut kuusi vastaajaa.

Lisäksi tiedusteltiin oman aktiivisuuden vaikutusta tiedon kulkuun. Melkein jokainen vastanneista piti omaa aktiivisuuttaan tärkeimpänä tekijänä viestin saamisen kannalta. Tämä tarkoittaa siis sitä, että tieto on saatavilla, mutta sen välittämisessä on ongelmia.

5.3 Viestinnän vuorovaikutteisuus

"Sosiaalipsykologiassa niin sanotut sosiaaliset verkostot liitetään usein ihmisten kesken muodostettuihin ryhmämuotoihin yhteisöjen ja erilaisten ryhmien oheen. Ryhmämuodoilla on yhteisiäkin piirteitä, eikä niitä ole aina helppo erottaa toisistaan. Keskeistä on, että ne kaikki perustuvat ihmisten väliseen vuorovaikutukseen" (Koskela, Koskinen, Lankinen, 2007, 91).

Järjestön puheenjohtaja piti tärkeänä asiana myös viestinnän vuorovaikutteisuutta. Otin asiakseni kysyä jäsenten mielipidettä vuorovaikutteisesta viestinnästä. 85% vastanneista piti viestinnän vuorovaikutteisuutta erittäin tärkeänä.

5.4 Tiedon sisältö ja aikataulu, jäsenten kommentointi

Kyselyssä tiedusteltiin aikaväliä kuinka paljon etukäteen toiminnasta pitäisi saada informaatiota. Jokainen vastaaja halusi saada tiedon vähintään viikkoa aikaisemmin. Kommentoinneista ilmeni, että oman henkilökohtaisen kalenterin päivittämistä varten oli erittäin tärkeää saada tieto hyvissä ajoin.

Esiin nousi muutama mielenkiintoinen aktiivijäsenen kommentti viestinnällisistä ongelmista, jotka toistuivat useassa vastauksessa:

"Tapahtumista on tiedotettava vähintään viikkoa aikaisemmin ja mahdollisimman montaa tiedotuskanavaa käyttäen!"

"Tarvitsen tiedon kokouksista mahdollisimman ajoissa, koska työvuorot pitää sovittaa niiden kanssa"

"On paljon menemisiä, joten tieto pitää saada mahdollisimman ajoissa."

"Ilmoittaminen on hyvä olla johtajamaista: kokous pidetään siellä ja siellä kello se ja se, eikä että 20 ihmistä juttelee sekaisin millon kullekin käy"

"Järjestö tarvitsee vahvaa johtajaa."

6 Kehitysehdotukset ja loppupäätelmät

Tutkimuksen mukaan aktiivijäsenet pitivät jäsenrekisterin kautta lähetettäviä sähköpostiviestejä ja Facebookia hyvinä viestinnällisinä menetelminä. Sosiaalisen median ulottuvuus tekee siitä nuorille luonnollisen viestinnällisen menetelmän. Moni on jo valmiiksi sosiaalisen median aktiivinen käyttäjä ja kommunikointi siellä on jo uudelle sukupolvelle arkipäivää. Kuinka siten sosiaalisen median viestintää voitaisiin tehostaa? Tärkeinä ominaisuuksina voidaan pitää ajantasaisuutta ja tavoitettavuutta. Sosiaalisen median ryhmät tarvitsevat selkeän ydinryhmän ylläpitoon, joka on yhteydessä toisiinsa julkaisuja koskien.

"Yhteisöviestinnän tuloksellisuuden ja tehokkuuden kannalta on suositeltavaa, että vastuu yhteisöviestinnän tehtävistä delegoidaan yhdelle henkilölle, viestintäfunktion johtajalle. Hän vastaa 'käytännön viestinnästä': hän suunnittelee, johtaa, toteuttaa ja seuraa sitä" (Åberg, 2003, 270). Jokainen ryhmän jäsen voi kommentoida julkaisuja, mutta avauksien tulee olla selkeästi koordinoituja. Ryhmäkoon kasvaessa myös johtajuuden tarve lisääntyy. Merkittävät viestit ja ilmoitukset hukkuvat viestitulvaan jos viestien tärkeyttä ei aseteta eri asteisiin.

Kyselyssä oli eri vaihtoehtoja viestin välittämisen aikataulusta. Tutkimuksessa selviää, että viesti pitäisi välittää vastaanottajalle noin viikkoa aikaisemmin. Kyselyssä vaihtoehtoina oli: samana päivänä, päivää aikaisemmin, viikkoa aikaisemmin ja kuukautta aikaisemmin.

Kehitysehdotuksena on, että tekstiviestijärjestelmä otettaisiin kokeilukäyttöön tukemaan Facebookia ja sähköpostia. Tekstiviestijärjestelmän käyttöönotto aloitettaisiin pelkästään aktiivijäsenten kokouksista ilmoittamista varten. Ideaalitalanne olisi se, että järjestelmästä saataisiin kokonaan maksuton. Tähän ei varmasti nykyisen taloustilanteen huomioon ottaen ole mahdollisuuksia. Kuitenkin tuen lisäämisellä hinta olisi mahdollista pudottaa yksittäiselle käyttäjälle tarpeeksi alas ja kynnys ottaa tekstiviesti-ilmoitus käyttöön alenisi. Vuorovaikutuksen tuonti tekstiviestijärjestelmään on tosin vaikeaa, ellei jopa mahdotonta, maksullisuuden vuoksi. Tapahtumien, joiden ajankohdista ei voida joustaa, tiedottamiseen tekstiviestijärjestelmä kuitenkin sopisi hyvin. Järjestelmän kustannukset tulisi selvittää sekä mahdollisuudet niiden alentamiseen, minkä jälkeen voitaisiin harkita tuen lisäämistä.

Koska järjestön kotisivut on uudistettu vuosi sitten, niissä ei mielestäni ollut mitään uutta kehitettävää. Kotisivut toimivat hyvin ja ovat viestinnällisesti erittäin kattavat. Viestintää voitaisiin kehittää lisäämällä kotisivujen markkinointia, jotta informaatio tavoittaisi kohde-ryhmän.

Kyselyn perusteella viestinnällisessä johtamisessa on ongelmia. Puheenjohtajan rooli on viestinnän näkökulmassa keskeinen, koska tulosten mukaan jäsenet kaipaavat johtajuutta. Puheenjohtajan on osattava päättää ajankohdista ja pystyttävä sitoutumaan niihin. Kun on sitoutunut johtaja myös viestintä on johdonmukaista. "Viestintä linkittyy kiinteästi johtamiseen, ja sillä on vaikutusta moniin asioihin, muun muassa ihmisten motivaatioon ja sitoutumiseen, luovuuteen ja mielikuviin omasta työyhteisöstä" (Juholin, 2009, 157).

Rajasin opinnäytetyöni oman kiinnostukseni pohjalta viestintään ja järjestön puheenjohtajan pyynnöstä viestinnän ongelmakohtiin. Valitettavasti tutkimuksen pohjana käytetyn kyselyn vastausprosentti jäi arvioitua alhaisemmaksi, ja tästä syystä materiaali hieman suppeaksi. Työtä aloittaessani oli tiedossa viestinnän ongelmakohtia, joista päällimmäisenä tavoitettavuusongelma. Kuitenkin kyselyyn vastanneet nuoret olivat aktiivisia ja toivat omat mielipiteensä hienosti esille. Juuri nämä vastanneet ovat luultavasti aktiivisimpia tuomaan mielipiteensä esille myös järjestön sisällä. Vastauksia voidaan tämän takia pitää varteenotettavimpina kuin rivijäsenten.

Nykyiset viestintämenetelmät todettiin pohjimmiltaan toimiviksi, joten viestinnälliset lähtökohdat ovat hyvät. Loppupäätelmänä on, että johtajuuden puute ja sen seurauksena tehotomuus kuormittavat viestintää. Viestintä kaipaa johtajuutta ja organisointia. Muutamien edellä mainittujen viestinnän kehittämisehdotuksien avulla voidaan viestintä saada toimimaan halutulla tavalla.

Lähteet

Painetut lähteet

Kaloinen, M., Suntinen, R., Vallisaari, M. 2003. Viesti ja vaikuta. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Juholin, E. 2009. Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Åberg, L. 2002. Viestinnän johtaminen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Koskela, L., Koskinen, J., Lankinen, P. 2007. Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa. Juva: WS Bookwell Oy.

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

Kylänpää, E., 2003. Viestintätilanteet. Jyväskylä: Gummerus Oy:n kirjapaino

Åberg, L., 2003. Viestintä - tuloksen tekijä. Helsinki: Tammer-Paino Oy

Verkkolähteet

https://live.laurea.fi/fi/laurea_info/tyoskentely_verkossa/tiedonkeruu/e-Lomake/Sivut/default.aspx (21.5.2013)

http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/koulutus/Ylempi_AMK_tutkinto/kudos/menetelmat/4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf (29.5.2013)

http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/ (31.5.2013)

Kuvat

Kuva 1: Kyselyyn vastanneiden jäsenien käyttämät sisäisen viestinnän menetelmät 11

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake	19
-----------------------------	----

Liite 1. Kyselylomake

Yleistietoja					
Sukupuoli	<div>Mies</div>				
Ikä	<div>Alle 20</div>				
Viestinnän toimivuus					
Valinnoissa 1=Erittäin huonosti, 5=Erittäin hyvin					
	1	2	3	4	5
Miten sisäinen viestintä toimii mielestäsi tällä hetkelle?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten ulkoinen viestintä toimii mielestäsi tällä hetkellä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pitäisikö viestinnän olla vuorovaikutteista?	<div>Kyllä</div>				
Viestinnän kehittäminen					
Millä tavalla saat yleensä tiedon esimerkiksi kokouksista?					
<div><input type="checkbox"/> Facebook</div> <div><input type="checkbox"/> Kotisivut</div> <div><input type="checkbox"/> Jäsenrekisteri</div> <div><input type="checkbox"/> Tekstiviesti</div> <div><input type="checkbox"/> Muu</div>					
Jos valitsit muu, mikä?	<div></div>				

Onko omalla aktiivisuudellasi ollut tekemistä sisäisen viestinnän toimivuuden kanssa?

Kyllä ▾

Haluaisitko toiminnasta tietoa tekstiviestillä?

Kyllä ▾

Millaista tietoa haluaisit järjestön toiminnasta (tapahtumat, kokoukset yms.)?

Haluatko tapahtumista tiedon

- ☐ Samana päivänä
- ☐ Päivää aikaisemmin
- ☐ Viikkoa aikaisemmin
- ☐ Kuukautta aikaisemmin

Lisätietoja

Yleisiä kommentteja viestinnästä tai parannusehdotuksia?

Tietojen lähetys

Tallenna