



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkosivujen uudistus

Lappalainen, Samuli

2015 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Kerava Laurea

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkosivujen uudistus

Samuli Lappalainen
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2015

Samuli Lappalainen

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkosivujen uudistus

Vuosi 2015 Sivumäärä 28

Opinnäytetyön tarkoituksena oli uudistaa toimeksiantajana olleen Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkosivut. Tavoitteena oli luoda ulkoasultaan nykyaikaiset verkkosivut, joiden sisältöä yhdistyksen toimihenkilöt voivat itse päivittää. Oman oppimisen tavoitteena oli tutustua maksuttomiin julkaisujärjestelmiin sekä saada kokemusta verkkosivuston tekemisestä internet-palveluntarjoajan palveluiden avulla. Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Työn kirjallisessa osuudessa kuvattiin verkkoviestinnän eri osa-alueita, tehtäviä, tuloksia ja tavoitteita sekä verkkoviestintää yhdistysten näkökulmasta.

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen vanhat verkkosivut olivat staattiset ja niiden päivittämiseen tarvittiin asiantuntijan apua. Uudet verkkosivut toteutettiin julkaisujärjestelmän avulla, joka mahdollistaa verkkosivujen päivittämisen ilman järjestelmän teknistä tuntemusta. Uudistuksessa vaihdettiin myös verkkosivuston verkkotunnus sekä muutettiin yhdistyksen sähköpostikäytäntöjä. Verkkosivuston rakenteellinen ja ulkoasullinen suunnittelu tehtiin yhteistyössä yhdistyksen hallituksen kanssa. Verkkosivuston toteutus sisältöineen valmistui Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen 35-vuotisjuhlaseminaariin, jolloin sivut, yhdistyksen uusi nimi sekä uudistettu ulkoasu julkistettiin yhdistyksen jäsenille.

Toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena syntyi verkkosivusto, jota Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen toimihenkilöt voivat itsenäisesti ylläpitää ja päivittää. Jatkokehityksenä verkkosivustoa voidaan kehittää yhdistyksen haluamaan suuntaan helposti.

Samuli Lappalainen

Website Renewal for the Association of Child Neurology Therapy

Year	2015	Pages	28
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to renew the website for the Association of child neurology therapy. The association was also the commissioner of this thesis. The association wanted the website to look modern and possible to be updated by the associations administrators of the website afterwards. The author's personal objectives were to become familiar with the free content management systems and to gain experience of making websites cooperating with the internet service providers. This thesis was a functional thesis. The theoretical part of the thesis described different topics, functions, results and objectives of the network communications. It also contained theory of network communications about the association's point-of-view.

The old website of the Association of child neurology therapy was static and an IT professional was needed to update the website. The renewed website was implemented with the help of a content management system. It made updating possible without the IT expertise. Also the association's domain and email practices were changed during the renewal. The structure and layout designing were made in collaboration with the association's administration. The implementation and content were finished on schedule and the renewed website was published for the members at the association's 35th anniversary seminar.

The result of this thesis was a website, which can be independently updated by administrators of the Association of child neurology therapy. In the future, the website is easy to develop by the association according to their requirements.

Keywords: Content management system, CMS, Network communication, Website

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Lähtökohdat.....	7
	2.1 Toimeksiantaja	7
	2.2 Kehittämiskohde.....	7
	2.3 Työn rajaus ja tavoitteet	8
3	Käsiteluettelo.....	8
4	Verkkoviestintä	9
	4.1 Verkkoviestintä käsitteenä	9
	4.2 Organisaation viestintä.....	10
	4.3 Viestinnän tehtävät	11
	4.4 Viestinnän tulokset ja tavoitteet.....	13
	4.5 Verkkoviestintä yhdistyksessä.....	15
5	Tutkimusmenetelmät.....	16
	5.1 Määrällinen menetelmä	16
	5.2 Laadullinen menetelmä	17
	5.3 Verkkosivut toiminnallisena opinnäytetyönä	18
	5.4 Validiteetti ja reliabiliteetti	19
6	Verkkosivuston uudistus.....	19
	6.1 Palveluntarjoaja.....	20
	6.2 Verkkotunnukset	20
	6.3 Sähköpostit	21
	6.4 Verkkosivuston suunnittelu	21
	6.5 Verkkosivuston ulkoasu.....	22
7	Verkkosivuston toteutus	22
	7.1 Julkaisujärjestelmän valinta	22
	7.2 Toteutus Joomla-sisällönhallintajärjestelmällä	23
	7.3 Ylläpito ja päivittäminen	24
8	Yhteenveto	24
	8.1 Johtopäätökset	25
	8.2 Jatkokehitys.....	26
	Lähteet	27
	Taulukot	28

1 Johdanto

Suomessa on noin 133 500 yhdistystä, joista monet viestivät jäsenilleen ja muille kiinnostuneille (Yhdistystieto 2015). Verkkosivut ovat kuitenkin pääasiallinen ilmoittamisen väline useisiin tilanteisiin: yhdistykset ja järjestöt ilmoittavat muun muassa uutisistaan, koulutuksistaan ja maksuistaan verkossa, kuten monet muutkin tahot. Rahoitus ei kuitenkaan välttämättä riitä huolehtimaan jatkuvasta verkkosivujen ylläpidosta ja päivityksestä, mikäli yhdistyksellä ylläpäättään on verkkosivut. Lisäksi yhdistysten osaaminen ei välttämättä riitä verkkosivujen perustamiseen tai niiden ylläpitämiseen. Yleisesti järjestöjen varat tulevat omasta varainhankinnasta, kattojärjestöiltä ja julkisilta tai yksityisiltä rahoittajilta. Verkkosivujen tulee olla ajanmukaiset ja sisällön ajantasaista. Erityisesti nykyisessä, haastavassa taloustilanteessa yhdistysten tulisi keskittyä sähköiseen viestintään.

Verkkosivujen toteuttaminen julkaisujärjestelmän avulla auttaa järjestöjä ylläpitämään ja päivittämään verkkosivujaan itse. Yksinkertainen ja helposti hallittava julkaisujärjestelmä mahdollistaa siis sen, että yhdistyksen, useasti vapaaehtoisesti toimiva, hallitus pystyy ylläpitämään yhdistyksen aktiivista julkikuvaa jatkuvasti päivittyvillä verkkosivuilla helposti ja nopeasti. Tällöin verkkosivuston sisällön päivittäjän ei tarvitse ymmärtää syvällisesti tekniikkaa ja yksinkertaisiin päivityksiin ei tarvita asiantuntijaa. Pidemmällä aikavälillä kulut pienenevät.

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen (laneku.fi) toimeksiannosta sille tehtiin uudet verkkosivut. Verkkosivujen uudistus ajoitettiin siten, että ne julkaistiin yhdistyksen 35-vuotisjuhlaseminaarissa. Samalla uudistui yhdistyksen nimi sekä päivitettiin yhdistyksen muita verkkojärjestelmiä ja kokonaisilme.

Tässä opinnäytetyön raportissa kuvaan laneku.fi-verkkosivuston suunnittelun ja toteutuksen käytännössä sekä teoriaosuudessa verkkoviestintää yleensä ja yhdistyksen näkökulmasta. Pohdinnassa käsitellään opinnäytetyölle asetettuja tavoitteita sekä niiden toteutumista toimeksiantajan ja toteuttajan näkökulmista. Lisäksi siinä sivutaan kehitysehdotuksia ja käydään läpi toteuttajan ammatillista kehittymistä opinnäytetyöprosessin aikana.

2 Lähtökohdat

Tässä luvussa kerrotaan työn toimeksiantajasta ja käydään läpi kehittämiskohteet, työn rajaukset sekä tavoitteet. Toimeksiantajana toimii Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys, kehittämiskohteissa esitellään työn lähtökohdat ja opinnäytetyön tuotokset. Työn rajaukset käsitellään sekä esitellään toimeksiantajan ja opinnäytetyön tekijän tavoitteet.

2.1 Toimeksiantaja

Työn toimeksiantaja toimi Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys, joka oli entiseltä nimeltään Suomen CP-terapiayhdistys. Yhdistys julkaisi uuden nimen 35-vuotisjuhlaseminaarissaan, samalla uusien verkkosivujen kanssa. Uusi nimi kuvastaa yhdistyksen toimintaa osuvammin lastenneurologisen kuntoutuksen parissa (Merikoski 2012).

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys on vuonna 1977 perustettu yhdistys. Se on valtakunnallinen ammattihenkilöiden järjestö, joka toimii lastenneurologisessa kuntoutuksessa. Tarkoituksena yhdistyksellä on toimia lastenneurologisen kuntoutuksen alasta kiinnostuneiden terapeuttien ja muiden ammattihenkilöiden yhdistäjänä sekä terapiatyön seuraajana ja kehittäjänä. Yhdistys järjestää jäsenilleen koulutuksia sekä jakaa vuosittain apurahoja. Yhdistyksen jäseniksi hyväksytään vain terapeutit ja muut ammattihenkilöt. (Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys 2015.)

Yhdistys rahoittaa toimintansa jäsenmaksuilla sekä koulutuksista saatavilla varoilla. Yhdistys on voittoa tavoittelematon järjestö, jolloin yhdistys käyttää saadut varat yhdistyksen kuluihin ja kehittämiseen. Jäseniä yhdistyksellä on noin 550 (keväät 2015). (Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys 2015.)

2.2 Kehittämiskohde

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäyte, jossa yhdistetään tietopohja sekä työn tuloksena syntynyt toteutus. Toteutuksena toimivat Lastenneurologisen yhdistyksen verkkosivut ja tietopohjana yhdistysten verkkoviestintä.

Työn lähtökohtana oli yhdistyksen verkkosivujen ja yleisilmeen uusinta sekä yhdistyksen nimen vaihtaminen 35-vuotisjuhlaseminaarin yhteydessä. Samalla yhdistys vaihtoi jäsenrekisterinsä sekä uudisti sähköpostikäytäntöjään. Vanha verkkosivusto oli staattinen sivusto, jonka päivittämiseen tarvittiin aina asiantuntijan apua. Sekä verkkosivusta itsestään, että sen päivittämisestä asiantuntija voimin oli yhdistykselle paljon kuluja. Päivitystahti oli myös hidas, sillä päivittäminen yhteistyössä täysin ulkopuolisen ihmisen kanssa ei ollut yhdistyksen kannal-

ta sujuvaa tai nopeaa. Vanhassa verkkosivustossa sijaitsi myös jäsenrekisteri, mutta yhdistys luopui sen käytöstä ja valitsi valmiin, kolmannen osapuolen tuotteen jäsenrekisterikseen. Uuden verkkosivuston tarkoitus oli uudistaa yhdistyksen ilmettä sekä päästä tilanteeseen, jossa yhdistys itse pystyy päivittämään sivujaan ilman asiantuntijan apua.

Yhdistys toivoi, että sivustolle olisi mahdollista lisätä myöhemmin kirjautumisen takana oleva työtila yhdistyksen hallituksen jäsenille. Tarkoituksena on vähentää sähköpostilla lähetettävien tiedostojen määrää ja hallita paremmin yhteisiä dokumentteja. Toisin sanoen, yhdistys halusi varauksen omaan extranetiin. Yhdistystoiminnan luonteen vuoksi oli tärkeää, ettei järjestelmästä aiheudu lisäkuluja, joten luontevasti sisällönhallintajärjestelmäksi tuli valita maksuton vaihtoehto.

2.3 Työn rajaus ja tavoitteet

Verkkosivusto toteutettiin avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmällä, joka käydään lävitse vain pintapuolisesti, koska itse järjestelmä ei ole pääosassa tässä työssä. Lisäksi järjestelmään on jo tutustuttu useissa eri opinnäytetöissä. Verkkosivuston uudistuksesta kerrotaan pääkohdat ja suurimmat muutokset. Viestintä toimii tietoperustana ja siinä keskitytään verkkoviestintään sekä viestintään yhdistyksissä.

Opinnäytetyön tekijänä minulla henkilökohtaisena tavoitteena oli saada kokemusta maksuttomista julkaisujärjestelmistä. Lisäksi halusin saada sekä kokonaiskuvan verkkosivuston tekemisestä että sen julkaisemisesta eri palveluntarjoajan palveluiden avulla. Yhdistyksellä oli tilaukselle kaksi tavoitetta: toivottiin uudistusta, jolla yhdistys tulisi vähemmän riippuvaiseksi asiantuntijapalveluista sivuston päivittämisessä, lisäksi yhdistys halusi päivittää koko yleisilmeensä ajanmukaisemmaksi, erityisesti verkkosivujen avulla.

3 Käsiteluettelo

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen keskeisimmät käsitteet taulukossa 1.

Käsite	Selitys
Avoin lähdekoodi	Tietokoneohjelmien jakelu- ja kehitystapa. Asiakas voi vapaasti muuttaa ohjelmistoa ilman lisenssimaksuja. Ohjelmiston kehitys tapahtuu kehitysyhteisöissä. (COSS verkkosivut, 2015)
Extranet	Julki-verkossa kirjautumisen takana oleva kohderyhmäkohtainen verkkopalvelu. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 23.)
Intranet	Organisaation omassa verkossa oleva sisäinen

	verkkosivusto. (Pohjanoksa, ym. 2007, 23.)
Julkaisujärjestelmä / Sisällönhallintajärjestelmä	Ohjelmisto, jonka avulla verkkosivut tuotetaan ja hallinnoidaan.
Joomla, Drupal, WordPress	Avoimen lähdekoodin sisällönhallintajärjestelmän tuotteita.
laneku.fi	Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkotunnus.
Palvelinohjelmisto	Verkkopalvelimelle asennettava ohjelmisto, joka hallinnoi ja ohjaa verkkoliikennettä.
XAMPP, WAMP	Ilmaisia palvelinohjelmistoja, joiden avulla voi tehdä omassa paikallisessa ympäristössä sovel-luskehitystä.
MySql	Avoimen lähdekoodi tietokantaohjelmisto.
Html	Hypertext Markup Language. Standardoitu oh-jelmointikieli, jota käytetään erityisesti verk-kosivujen tekemiseen.
Palveluntarjoaja / Inter-netpalveluntarjoaja	Yritys, joka maksua vastaan tarjoaa verkkosi-vujen isännöinnin ja muita palveluja, kuten sähköpostit ja verkkotunnukset.
Verkkotunnus	Kirjaimista koostuva nimi numeromuotoiselle verkko-osoitteelle.
Sisällöntuottajat	Henkilöt, jotka kirjoittavat sisältöä. Yleensä sen organisaation edustajia, joille verkkosivut tehdään.
Sivupohja	Julkaisujärjestelmään syötettävä sivuston asettelu, joka sisältää esimerkiksi sisältöalu-een ja navigaation.

Taulukko 1. Käsiteluettelo

4 Verkkoviestintä

Viestintä tarkoittaa sanomaa, tietoa, huhua tai uutista. Se on yleiskäsite, jossa olemme monessa roolissa: tuottajina, jakajina, etsijöinä, muokkaajina ja tulkitsijoina. Teknisen prosessin lisäksi viestinnässä on kyse myös ihmisten välisestä suhteista, jossa viestin muoto voi olla yhtä tärkeä kuin sisältö. Viestinnän on myös todettu rakentavan ja vahvistavan kulttuuria. Puhuttaessa viestinnästä tarkoitetaan myös viestintävälineitä, kuten internetin verkkoviestintää ja perinteisiä viestintävälineitä. (Juholin 2009, 20.)

4.1 Verkkoviestintä käsitteenä

Inhimillisessä viestinnässä verkon käyttö on arkipäiväistynyt, kun erilaiset verkko- ja media-teknologiat ovat muotoutuneet keskeiseksi osaksi koulutusta, työtä, kulttuuria, vapaa-aikaa ja politiikkaa. Internetistä on tullut koko länsimaisen elintavan valtavirtaa viestinnässä. Yhteiskunnan muutoksessa globalisaation, teknologian kehittymisen, osaamisen ja tiedon merki-

tys on kasvanut ja tässä verkon merkitys on ollut olennaista. (Aula, Matikainen & Villi 2006, 9-10.)

Ennen internetin arkipäiväistymistä viestintä oli pääsääntöisesti yhdeltä-monelle tai yhdeltä-yhdelle viestintää. Kuluttajat ovat pääosin olleet viestinnän vastaanottajia massamedioilta, kuten televisiolta, radiolta tai sanomalehdiltä. Kuten Aula ym. (2006, 12) toteavat, että pieni joukko tuotti informaatiota suurelle määrälle kuluttajia. Nykyään verkko mahdollistaa kaksisuuntaisen viestinnän, jolloin jokainen käyttäjä itse voi olla sisällöntuottaja. Tätä aikakautta kutsutaan toiseksi media-ajaksi, jonka viestintää kuvaa vuorovaikutteisuus. Verkko mahdollistaa helposti monelta-monelle viestinnän, jossa kuluttaja voi hakea tiedon sieltä mistä itse haluaa. Toinen media-aika ei kuitenkaan poista aiempia mediamuotoja, vaan pikemmin täydentää niitä. (Aula ym. 2006, 11-13.)

Käyttäjille internet tarjoaa moninaisen viestinnällisen käytön. Osallistuminen keskusteluihin, liittyminen uutis- ja tiedoteryhmiin ja medioiden selailu mahdollistaa monelta-monelle viestinnän juuri niin laajasti kun käyttäjä haluaa, ja juuri silloin kun käyttäjä haluaa. Verkko mahdollistaa organisoitumisen ja yhteisöllisyyden tavalla, joka ei ole ennen ollut mahdollista: maantiede ei rajoita enää erilaisia kulttuurillisia yhteisöjä ja tämä on synnyttänyt kansainvälisiä yhteisöjä, joissa tulkinnat ympäröivästä maailmasta ovat yhteisiä. Ihmiset löytävät yhteisöjä, missä he voivat viestiä itselleen tärkeistä asioista keskenään. (Aula ym. 2006, 13-14.)

Verkko ei kuitenkaan erottele käyttäjiä tai sisältöjä. Se mahdollistaa erilaisten ääriyhmien ja rikollisten ryhmittymien kokoontumisen. Verkkoa voi käyttää vahingollisen materiaalin ja ideologian levittämiseen, kuten valheellisen sisällön tuottamiseen. Aula ym. toteavat, ettei verkon vapaus ole universaalista: maailmassa internetiin pääsy ei ole jakautunut tasaisesti, ja toisekseen jotkut maat rajoittavat ja sensuroivat internetiä. Hyvinvointi on riippuvainen tietoverkoista ja verkkoviestinnästä, mutta ne ovat alttiita ilkeille ja häirinnälle. Näiden toimimattomuus voi aiheuttaa yhteiskunnan välttämättömien toimintojen halvaantumisen. Suomen valtio ottaa uhkastrategiassaan tosissaan internetiin ja tietoverkkoihin kohdistuvat uhat, ja kuten Aula ym. (2006) kirjoittavat: ”Internet ei saa lakata olemasta”. (Aula ym. 2006, 15.)

4.2 Organisaation viestintä

Sisäisen ja ulkoisen viestinnän jako on perinteisesti perustunut siihen, että viestin vastaanottajat ja vuorovaikutuksen osapuolet on voitu rajata sisä- ja ulkopiiriin. Organisaation sisäiset henkilöt ja heihin verrattavat henkilöt edustavat sisäpiiriä, ja asiakkaat sekä kumppanit edustavat organisaation ulkopuolista kohderyhmää. Joissain tapauksissa mahdolliset asiakkaat ja osakkaat voivat olla lähes samassa asemassa kuin henkilöstö, jolloin niiden suhtautuminen on

yhtä tärkeää organisaation olemassaoloon kuin työntekijöiden tyytyväisyys. Organisaatioilla ei välttämättä ole tavoitteita, vaan tavoitteet ovat niitä, joita eri sidosryhmät organisaatiolle asettavat. Organisaatioiden jatkuvuuden edellytykset määräytyvät pitkälle sen mukaan, miten sidosryhmät näkevät sen tarpeellisuuden. (Juholin 2009, 40.)

Erilaisten sidosryhmien takia organisaatioilla voi olla useita kohderyhmiä viestinnälleen, ja sidosryhmien jako perinteisiin sisäiseen ja ulkoiseen viestintään voi olla mahdotonta. Vuoro-vaikutuksessa sidosryhmien kanssa on kyse enemmän näkökulmasta, millä asioita tarkastellaan. Tästä syystä jako sisäiseen ja ulkoiseen viestintään ei ole mielekästä. Jokainen osapuoli katsoo organisaation toimintaa omasta näkökulmastaan ja arvioi sen toimintaa. (Juholin 2009, 41.)

Organisaatiossa verkkoviestintä on myös perinteisesti jaettu sisäiseen ja ulkoiseen viestintään lähinnä käyttöympäristön mukaan. Intranettiin eli organisaation sisäiseen verkkoon minne keskittyvät organisaation sisäiset viestintäpalvelut. Extranettiin eli julkiverkossa oleva kirjautumisen takana olevaan kohderyhmäkohtaiseen verkkopalveluun ja internetissä olevaan avoimeen verkkopalveluun. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 23.)

4.3 Viestinnän tehtävät

Viestinnän ammattilaiset ry. määrittelee yhteisöviestinnän tehtävät neljään osa-alueeseen, jotka ovat sisäinen ja ulkoinen viestintä, pitkäjänteinen profilointi ja maineenhallinta, ohjaus ja valmennus sekä luotaus ja viestinnän toimivuuden arviointi ja mittaaminen. Yhteisöviestinnän tehtävissä entistä tärkeämmäksi on muodostunut yhteiskunnallinen vaikuttaminen, yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistuminen ja oman organisaation vastuullisuuden esilletuominen. Näihin kuuluvia tehtäviä kuvataan seuraavassa tarkemmin. (Juholin 2009, 42.)

Päivittäisviestintä tarkoittaa kaikkea sitä tiedonvaihdamta, mitä tarvitaan jokapäiväisestä tehtävistä selviytymiseen. Päivittäisviestinnän ilmenemismuotoja ovat esimerkiksi esimiehen ja tiimin välinen viestintä ja tiimin sisäinen viestintä. Toimivan päivittäisviestinnän ansiosta henkilöstö ja sidosryhmät tietävät missä mennään. Päivittäisviestinnän sujuvuutta lisää avoimuus, ja sitä vaikeuttavat kilpailuhenkisyys ja salailu. Verkkoviestinnässä ryhmätyön mahdollistaminen työryhmäohjelmistoilla auttaa päivittäisessä paikkariippumattomassa viestinnässä. Työryhmäohjelmistot ovat ohjelmistotyökaluja, joita voidaan ottaa käyttöön itsenäisinä järjestelminä tai osana intranet- tai extranetkokonaisuutta. (Juholin 2009, 42-43; Pohjanoksa ym. 2007, 49.)

Informoinnilla tarkoitetaan kaikkea tiedonvälitystä, mitä yhteisössä suunnitelmallisesti ja tietoisesti hoidetaan. Päivittäisviestintään verrattuna informointi on muodollisempaa ja kurinalaisempaa. Informointi on yksisuuntaista, sitä ohjaa organisaation oma etu ja kohteina on

sidosryhmät. Uuden teknologian myötä informointi on entistä helpompaa, jolloin vaarana on tiedon ylitarjonta. Tämä voi johtaa informoinnin tehottomuuteen. Informoinnin rinnalla puhutaan tiedonvaihdannasta: se kuvaa paremmin jokaisen vaatimusta olla aktiivinen tiedonhaussa ja -jakamisessa omien rooliensa ja vastuidensa puitteissa. Verkkoviestinnässä sisäiset tiedonannot keskitetään yleensä intranettiin, jolloin vaarana on paikallisen tiedottamisen häviäminen. Sisäisessä tiedottamisessa keskeisin tehtävä on olla johdon tukena johtamisessa, jonka onnistunut tukeminen edellyttää ainakin: johdon päätösten ja linjausten tietoon saattamista, sisäisen vuorovaikutuksen tukemista ja paikallisten yksikkö- ja osastokohtaisen tiedottamisen tukemista. (Juholin 2009, 44-45; Pohjanoksa ym. 2007, 44.)

Työyhteisöviestinnän tyypillisenä tehtävänä on lujittaa sitoutumista työhön ja yhteisöön. Työyhteisön perustehtävän, tavoitteen, talouden ja tulevaisuuden näkymien tunteminen mahdollistaa sitoutumisen ja sitoutunut henkilö on myös valmis antamaan panostaan työyhteisöön. Perinteisiä keinoja sitouttamiseen ovat palkka, palkitseminen ja erilaiset edut. Perehdytys kuuluu sitouttamiseen ja sen onnistumisella on paljon vaikutusta. Perehdytystä tehdään usein kapeasti vain tiloihin ja yhteisöön tutustuttamisella, mutta onnistuneessa perehdytyksessä työtapojen ja -kulttuurin tutuksi tuominen auttaa saamaan henkilöstä enemmän irti. Sitoutunut henkilö voi hyvin ja kokee työniloa. (Juholin 2009, 45-47.)

Profilointi tarkoittaa tietoista ja tavoitteellista toimintaa, jolla tavoitellaan tietynlaista mielikuvaa kohteesta. Kohde itse pyrkii vaikuttamaan näihin mielikuviin. Imago eli yritys- tai yhteisökuva syntyy hyvästä toiminnasta ja viestinnästä. Organisaation omilla viestinnän keinoilla kerrottu hyvä tulokseteko ja moitteeton toiminta synnyttävät organisaation imagon. Imago mielletään visuaalisena kokonaisuutena, kun maine sisältää tekemisen ja puhumisen kokonaisuudet. Maine on todellisuutta ja oikeita tekoja. Organisaation maineen hallinnalla pyritään pitämään yllä hyvää mainetta toimimalla sidosryhmien odotusten mukaan ja käymällä sidosryhmävuoropuhelua niiden kanssa. Ihmiset eivät aina pysty kertomaan, mihin mielikuvat tai käsitykset organisaatiosta perustuvat. Ne syntyvät abstraktien ja konkreettisten tekijöiden tuloksena ja muotoutuvat itse koetun, nähdyn tai luetun perusteella sekä muiden ihmisten ja medioitten käsittelyn mukaan. Organisaatiot voivat itse vaikuttaa maineeseensa toiminnallaan ja viestinnällään: näitä työkaluja ovat esimerkiksi yritystarinat ja visuaalinen ilme. (Juholin 2009, 47-48.)

Yritysmailmassa internetistä on tullut ensisijainen tiedonhaun lähde, jolloin jokaisen vakavasti otettavan toimijan tulee pitää hyvää huolta läsnäolostaan internetissä. Isommat yritykset ovat esillä verkkopalveluissa paremmin tunnettavuuden ja resurssiensa ansiosta mutta pienemmillä yrityksillä on myös mahdollisuus tulla löydetyksi verkossa. Niiden on pyrittävä erottuva riittävästi, jolloin kohderyhmä löytää niiden verkkopalvelut. Tässä kuitenkin tarvitaan oivaltaa verkkomainontaa ja useita viestinnän keinoja. (Pohjanoksa ym. 2007, 25-26.)

Markkinoinnin kohteena voi olla muun muassa yritys, tuote, palvelu tai idea. Kokonaisviestinnällinen ajattelutapa pitää yhteisöviestintää ja markkinointia toisiinsa liittyvinä ja tukevinä toimintoina, jotka yhdessä edistävät organisaation tavoitteita. Markkinointiviestinnässä osa-alueina ovat esimerkiksi promootiot, julkistukset ja sponsorointi. (Juholin 2009, 48-49.)

Verkkoviestinnässä suuri osa näkyvää viestintää on markkinointiviestintä, jolla pyritään lopulta kasvattamaan tuotteiden tai palveluiden kysyntää. Tärkeimpinä lajeina siinä ovat brändiä rakentavat viestintä, tuoteviestintä ja suorapostitukset. Brändiviestinnässä tärkein osa-alue on verkkopalvelu, jonka tarkoituksena on toimia brändin tai tuotteen ”kotina” verkossa. Tuoteviestintä perustuu usein tuotetietokantaan, jossa asiakkaan haluamin kriteerein nostetaan tuotteet esiin verkkopalvelussa. Verkkopalvelussa tuotteen esittämisen käytettävyys ja visuaalisuus kuuluvat hyvään tuoteviestintään, kuten myös mm. tietojen kattavuus ja ajantasaisuus. Suorapostituksissa usein käytetään sähköpostia, joka on helppo ja periaatteessa ilmainen tapa lähettää viestejä. Sähköpostilla tehtävät massapostitukset ovat kuitenkin hankalia tehdä personoiduiksi ja hyvälaatuisiksi, ja jos tämä ei onnistu, niin viestit ja lähetävä organisaatio on helppo jättää välistä ja leimata roskapostiksi. Parhaiten suorasähköpostin lähetys toimii uutiskirjeiden ja tapahtumien välittämiseen, jolloin viestiin on helppo laittaa linkkejä tarkempiin tietoihin ja kohdistaa viestit oikealla kohderyhmälle. (Pohjanoksa ym. 2007, 30-35.)

Yhteisöt ovat osa ympäröivää yhteiskuntaa ja niiden toimintaa arvioidaan esimerkiksi yhteiskuntavastuun näkökulmasta. Yrityksen saadessa resursseja yhteiskunnalta, on yhteiskunnalla oikeus arvioida yritysten vastuullisuutta ja toimintatapoja. Samalla tavoin organisaatiot pyrkivät vaikuttamaan yhteiskuntaan ja ympäristöönsä, kuten lakeihin, asenteisiin tai yhteiskunnallisiin hankkeisiin. Lobbauksen eli yhteiskuntasuhteiden hoitaminen tulisi ymmärtää osana organisaation kokonaisviestintää. Lobbauksella tarkoitetaan aloitteellista keskustelua ja tiedonvaihtoa yhteiskunnallisten päättäjien kanssa, ja sen tarkoituksena on vaikuttaa yhteiskunnalliseen päätöksentekoon. (Juholin 2009, 49-50.)

Aiemmat esiteltyt tehtävät edustavat viestintää, jolle annetaan tavoitteet ja strategia. Niiden ohella on myös vapaamuotoista tai spontaania viestintää, joka ei ole suunniteltua tai johdettua. Työkaverien ja tuttavien kanssa tehtävät kuulumisien vaihdot ja päivänpolttavista asioista keskustelut voivat äkkiseltään kuulostaa yhteisöviestinnän ulkopuolista asioilta, mutta yhteisöissä saatetaan arvostaa ja jopa kannustaa siihen, että ihmisten välittävät toisistaan ja ympäröivästä maailmasta. (Juholin 2009, 50-51.)

4.4 Viestinnän tulokset ja tavoitteet

Viestinnässä käsitteet tuotos, tulema ja vaikutus määritellään seuraavasti. Tuotos on tekemien näkyviä lopputuloksia, kuten tiedotustilaisuus, mediatiedote, intranet, internet tai esi-

te. Tulemia ovat esimerkiksi tiedotteista syntyneet lehtijutut tai uutispätkät. Vaikuttavuus on tilanne joka voidaan jollain mittarilla arvioida. Niitä ovat esimerkiksi seuraavat:

- muuttuneet asenteet
- kiinnostuksen lisääntyminen tuotetta tai yritystä kohtaan
- yrityskuvan muuttuminen

(Juholin 2009, 52.)

Viestinnälle tulisi asettaa tavoitteita samoin kuin muille toiminnoille. Tuotokset ja tulemat ovat helppo arvioida määrällisin mittarein. Vaikuttavuutta on vaikeampi arvioida: sen muutos ei tapahdu heti. Lisäksi se syntyy usean tekijän tuloksena, joista viestintä on vain yksi. Tavoitteiden määrittely lähtee organisaation strategisista tavoitteista: organisaation tunnettisuuden lisäksi vaikuttavuustavoitteena voi olla tietty maine, sidosryhmien vuorovaikutuksen tasa-painottaminen tai henkilöstön ja sidosryhmien tyytyväisyys ja sitoutuneisuus organisaatioon. (Juholin 2009, 53.)

Verkkopalvelun viestinnän kehityksen tavoitetila tulisi asettaa riittävän yksityiskohtaisesti ja kattavasti, jolloin se ohjaa toimintaa kohti tavoitetta ja auttaa saavuttamaan sen. Tavoite-alueina ovat liiketoimintatavoitteet, viestinnälliset tavoitteet, kustannustavoitteet, aikataulutavoitteet ja positiotavoitteet. Liiketoiminnalliset tavoitteet ovat usein suuria kokonaisuuksia. Näiden tulisi olla purettavissa osatavoitteiksi, joita voidaan mitata, jotta ne ohjaisivat kehitystä. Esimerkkinä voisi olla seuraava, yli 50 % asiakkaistamme on rekisteröitynyt verkkopalve-luumme. Viestinnällisistä tavoitteista tärkeimpänä ovat verkkopalvelun tunnettuus- ja löydettävyys, jotka ovat edellytyksiä verkkopalvelun menestykselle. Tavoitteita voidaan joh-taa analogisesta viestinnästä ja ajantasaisuudesta. Esimerkkeinä ovat kävijöiden määrä verk-kopalvelussa tai asiakaspalutteen vasteaika. Kustannustavoitteet ovat yksi kehittämistä ra-joittavista tavoitteista resurssien ja aikataulun ohella. Näillä on oltava keskinäinen tasapaino, jotta visiotavoitteet ovat mahdollista saavuttaa. Kustannuksia voidaan määrittää monen muuttujan avulla, kuten absoluuttiset ja suhteelliset kustannustavoitteet. Aikataulutavoitteet ovat usein olleet hankalia. Syinä näihin on epärealistiset tavoitteet suhteessa resursseihin ja kokemattomien palvelunkehittäjien kohtaamat ongelmat palvelun monitahoisuudessa. Verk-kopalvelun kehitysprojektia tulisi pitää enemmän tuotekehityksen tai järjestelmäprojektin kaltaisena kuin normaalina viestintäprojektina. Osatavoitteisiin jakaminen helpottaa, jolloin näiden aikataulutaminen on helpompaa. Positiotavoitteita voidaan johdatella kohderyhmä-tutkimuksilla tai erilaisten mallien avulla. Näiden avulla yritetään saada selville tärkeimmät odotukset ja nykyisten palveluiden puutteet. Positiotavoitteena voi olla esimerkiksi ”Pankki-palvelu, josta saa nopeimmin luottopäätöksen”. Positio on imaginaarinen määrittely, joka pyritään luomaan relevantiksi palvelulupaukseksi kohderyhmälle. Tällöin kohderyhmän muis-taa palvelun ja toivottavasti sitoutuu palveluun. (Pohjanoksa ym. 2007, 68-74.)

4.5 Verkkoviestintä yhdistyksessä

Yhdistyksissä viestinnän avulla tiedotetaan jäseniä yhteisistä asioista, tehostetaan yhdessä tekemistä ja tehdään yhdistyksen toiminta näkyväksi. Viestintäsuunnittelussa tulisi miettiä kohderyhmää mille viestitään, millaisen kuvan yhdistys haluaa itsestään välittävän sekä ydinviestit mitä ja kenelle halutaan kertoa yhdistyksestä ja yhdistyksen toiminnasta. Niin sisäisen kuin ulkoisen viestinnän keskeisiä asioita on määritellä viestinnän tavoite, kohderyhmä tai -ryhmät sekä keinot ja välineet kohderyhmän tavoittamiseen. (Ekroos & Laakso 2014, 3-7.)

Yhdistyksen sisäisessä viestinnässä huolehditaan tiedonkulusta eri toimijoiden välillä, mahdollisista osallistumisista yhdistyksen toimintaan ja mahdollistaa ajantasaisen tiedonkulun. Sisäisen viestinnän tulisi olla suunnitelmallista. Suunnitelmassa laaditaan sisäiset periaatteet mitä viestitään ja kenelle ja miksi. Suunnitellaan vastuualueet, kuka viestii mitäkin ja luodaan tiedotusrutiineja. Viestinnän toteutuksessa asiat pitäisi esitellä yksinkertaisesti ja lyhyesti sekä tiedottaa hyvissä ajoin ja lähempänä muistuttaa. Lisäksi tulisi tiedottaa useita viestintäkanavia pitkin samanaikaisesti. Sisäisessä tiedottamisessa tulisi myös muistaa vuorovaikutuksellisuus. Yhdistys voi kerätä palautetta tiedotuksen onnistumisesta ja kysellä yhdistysaktiiveilta miten he haluaisivat saada tiedon toiminnasta. Perinteisinä viestintäkanavina toimivat keskustelut, kokoukset, tilaisuudet, jäsenkirjeet ja -tiedotteet, puhelimet ja toimintakerromukset tai raportit. Verkkoviestinnän välineenä sisäisessä tiedottamisessa toimivat yhdistyksen kotisivut, sähköpostit ja sosiaalinen media. (Ekroos & Laakso 2014, 8-9.)

Ulkoisella viestinnällä pyritään viestimään muille yhdistyksestä ja sen toiminnasta sekä pyritään esittämään tuloksia ja sisältöjä yhteistyökumppaneille ja laajalle yleisölle. Tiedotustyyli valitaan sen mukaan mille kohderyhmälle ja mitä viestitään. Ulkoista viestintää ovat mm. tiedotteet, esitteet, kotisivut, tilaisuudet, toimintakertomukset ja internet. Internetissä toimivat verkkosivut tulisi pitää ajantasaisena ja päivittää uusilla jutuilla ja kuvilla. Vanhentunut materiaali vaikuttaa negatiivisesti sivujen uskottavuuteen. Ajantasaiset verkkosivut ovat hyvä syy käyttäjälle palata takaisin sivuille. Verkkosivuilla yhdistyksen olisi hyvä kertoa itsestään ainakin missä ja miten yhdistys toimii, mitä se tarjoaa jäsenilleen, kuka toiminnasta vastaa, miten toimintaa voi tulla mukaan, tapahtumien tiedot ja yhteystiedot. (Ekroos & Laakso 2014, 10-11.)

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan verkossa olevia palvelua, alustaa tai sovellusta. Tyypillisesti sosiaalisen median palveluissa käyttäjät voivat tuottaa ja muokata sisältöjä, tehdä ryhmiä, kommentoida ja keskustella niistä sekä jakaa aineistoja ja verkottua keskenään. Yhdistyksen toiminnassa sosiaalista mediaa voi hyödyntää mm. reaaliaikaiseen tiedottamiseen, sisäisten tai ulkoisten hankkeiden työtilana, toiminnan tukena sekä osallistamisessa ja vuorovaikutuk-

sellisuuden lisääjänä. Sen käytössä tulee kuitenkin muistaa, ettei kaikkiin mahdollisiin palveluihin ole syytä rekisteröityä, vaan käyttää palveluista sellaiset, joihin on oikea tarve. (Ekroos & Laakso 2014, 16-17.)

5 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät on jaettu kahteen pääryhmään, määrällisiin- ja laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Jaottelu tutkimusmenetelmien välillä ei tarkoita, että kyseessä olisi ääripäät tutkimusmenetelmissä vaan ne hahmottavat yleislinjoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 135.)

5.1 Määrällinen menetelmä

Määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta käytetään usein sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Tässä paradigmassa korostetaan yleisiä syyn ja seurauksen lakeja. Taustalla olevan realistisen ontologian mukaan todellisuus rakentuu objektiivisesti todettavista tosiasioista. Määrällisessä tutkimuksessa keskeisiä asioita ovat mm. hypoteesin esittäminen, käsitteiden määrittely, suunnitelmat järjestelyihin ja koeaineiston keräämiseen, perusjoukon määrittämiseen, aineiston muodostamisesta tilastollisesti käsiteltävään muotoon ja päätelmien teko havaintoaineiston tilastollisen analysointiin perustuen. (Hirsjärvi ym. 2009, 139-140.)

Opinnäytetyön tekijälle ohjeistetaan usein, että aluksi olisi laadittava tutkimuksen viitekehys. Viitekehyksellä tarkoitetaan tutkimuksen ongelmanasettelua, tieteenfilosofia asetelmia, menetelmävalintoja ja teoreettista ymmärtämistä. Ongelmanasettelun ja tieteenfilosofisten pohdintojen jälkeen tehdään seuraavaa: sijoitetaan tutkittava ilmiö teoriasuuntaukseen, määritellään keskeiset käsitteet ja asetetaan tarvittaessa hypoteesit. (Hirsjärvi ym. 2009, 140.)

Tutkimuksen päämääränä on usein todettu olevan teorian aikaansaaminen tai siihen pyrkiminen. Tieteellisessä kielessä klassisesti teoria-termi on määritelty seuraavasti: ”teoria muodostuu joukosta lakeja, jotka systematisoivat jotakin ilmiöaluetta koskevat empiiriset säännönmukaisuudet” (Niiniluoto 1980, 193). Teoriat selittävät aiemmat empiirisesti todetut säännönmukaisuudet ja ennustavat uusia samantapaisia säännönmukaisuuksia. Teoriat muodostuvat käytännön tutkimustoiminnan pohjalta ja ovat inhimillisen toiminnan tuloksia, joita voidaan arvioida kuten muita ihmisten aikaansaannoksia. Teorian tavoitteena on yksinkertaisuus, selvyys, yleisyys ja totuus. Yksinkertaisuudella tarkoitetaan rakenteellista yksinkertaisuutta tai käyttökelpoisuutta. Selvyydellä viitataan yksiselitteisyyteen ja täsmällisyyteen. Yleisyydellä tarkoitetaan lauseiden loogista muotoa, kuten yleisten lauseiden olevan informatiivisempia kuin erikoistapaukset. Totuus koskee lauseiden sisältöä. (Hirsjärvi ym. 2009, 140-144.)

Käsitteet ovat tutkijan työkaluja. Tieteellisessä tiedonhankinnassa tavoitteena on käsitteellistää tutkittavia ilmiöitä. Tämä tarkoittaa, että pyrkimyksenä on hahmottaa asioita maailmasta yleisellä teoreettisella tasolla sekä saada välittömiä kokemuksia asioista. Käsitteitä on konkreettisia, jotka liittyvät ajallisiin ja paikallisiin asioihin, ja abstrakteja, jotka eivät ole paikka- tai aikasidonnaisia. Ero näiden välillä voidaan kuvata toteamalla, että vuosisatojen ajan ihmiset konkreettisesti huomasivat omenoiden putoavan puusta, mutta ilmiön ymmärrys syntyi vasta kun esitettiin abstrakti painovoiman käsite. Vaikeuksia käsitteiden määrittelyyn aiheuttavat rajaamattomat aiheet ja termien laeva merkityksellisyys. Samaa käsitettä on voinut käyttää usea tutkija, jokainen tarkoittaen eri asiaa. Tai jos teoreettisena käsitteenä sana on samanlainen arki-ilmauksen kanssa. Tutkimuksissa käytetään usein vaikeaselkoista sanastoa mutta syynä on usein se, että arkikielessä ilmaisut ovat monimielisiä tai epätäsmällisiä. Tutkimuksissa käytettävät käsitteet on määriteltävä selvästi. Tutkimuksen keskeiset käsitteet tulee pohtia ja määritellä tarkasti. Monesti tutkimuksen aihe ja ongelmanasettelu jo osoittaa keskeisimmät käsitteet. (Hirsjärvi ym. 2009, 145-157.)

Tutkimuksissa käsitteiden määritelmiä tarvitaan, koska niillä on useita tehtäviä. Määrite rajaa ja täsmentää käsitteen, antaa käsitteelle merkityksen tai esittää kielellisen sopimuksen, luo normin käsitteen käytölle ja sitoo yhteen käsitteen ja sen nimityksen. Määrite on kielellinen kuvaus käsitteelle. Määritelmiä ovat nominaalimääritelmä, jossa sovitaan tietyn sanan tai symbolin tarkoittavan samaa kuin joku toinen sana, ja reaalinmääritelmä, joka pyrkii ilmaisemaan määriteltävän käsitteen tunnusomaisia piirteitä. Kun teoreettinen käsite laitetaan empiiriseen tutkimukseen ja mittauksen kohteeksi, joudutaan käsitteitä operationalistamaan. Yksinkertaistettuna silloin selvitetään miten käsitteitä pyritään mittaamaan. Ongelmana on, että teoreettiselle käsitteelle voidaan löytää useita operationaalisia vastineita eli sama teoreettinen käsite voi saada erilaisia merkityksiä. (Hirsjärvi ym. 2009, 145-157.)

Hypoteeseja voidaan myös käyttää määrällisessä tutkimuksessa. Hypoteeseista puhutaan, kun ennakoitaan ratkaisuja tai selityksiä asetettuihin ongelmiin. Tieteellisessä tutkimuksessa edellytetään hypoteesien olevan perusteltuja ja väitteen muodossa. Perustelut löytyvät tavalisesti teoriasta, teoreettisista malleista tai aiemmista tutkimuksista. Hypoteeseista tulisi luopua, jos perusteita ei löydy. (Hirsjärvi ym. 2009, 158-159.)

5.2 Laadullinen menetelmä

Lähtökohtana laadulliselle eli kvalitatiiviselle tutkimukselle on todellisen elämän kuvaaminen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Yleisesti todetaan, että tutkimuksessa on pyrkimyksenä löytää ja paljastaa tosiasioita kuin todentaa olemassa olevia väittämiä. Laadullisen tutkimuksen erilaisia lähestymistapoja on

paljon ja niiden termit epäselviä, jolloin ne peittävät osittain toisiaan tai eivät sijoitu samoille käsitteellisille tasoille. (Hirsjärvi ym. 2009, 160-162.)

Laadulliselle tutkimukselle tyypillisiä piirteitä ovat:

1. Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa ja aineisto kootaan luonnollisissa tilanteissa.
2. Suositaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina. Tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa. Apuna täydentävän tiedon hankinnassa voi olla lomakkeita ja testejä.
3. Käytetään induktiivista analyysia. Tutkijan pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia asioita.
4. Laadullisten metodien käyttö aineiston hankinnassa. Suositaan tapoja, joissa tutkittavien näkökulmat pääsee esille, kuten mm. teemahaastattelua, osallistuvaa havainnointia ja ryhmähaastatteluja.
5. Valitaan kohdejoukko tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotantaa käyttämällä.
6. Tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä.
7. Käsitellään tapauksia ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti.

(Hirsjärvi ym. 2009, 164-165.)

Laadullisten tutkimusmenetelmien suuren määrän vuoksi on vaikea päättää, mikä olisi omiin tarkoituksiin sopivin menetelmä. Mikään ei estä tutkijaa käyttämästä omassa tutkimuksessaan omaa sekoitustaan menetelmistä ja nimetä sitä omaksi menetelmäkseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 164-165.)

5.3 Verkkosivut toiminnallisena opinnäytetyönä

Tutkimuksellisen opinnäytetyön vaihtoehtona on toiminnallinen opinnäytetyö, joka tavoittelee käytännön toiminnan järjeistämistä, järjestämistä, ohjeistamista tai opastamista. Toteutustapana voi olla painettu tuotos, sähköinen tuotos, portfolio tai järjestetty tapahtuma, alasta riippuen. Tärkeää on, että opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän keinoin. (Airaksinen & Vilka 2003, 9.)

Toiminnallinen opinnäytetyö tuli luonnollisena valintana, koska työn tarkoituksena oli tuottaa verkkosivut toimeksiantajalle. Toimeksiantajan vaatimukset verkkosivuille saatiin palaverissa, joissa keskusteltiin vapaamuotoisesti heidän toiveistaan ja peilattiin vanhojen verkkosivujen puutteita ja kehitystarpeita. Palavereja toimeksiantajan eli Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen hallituksen kanssa voitiin soveltaa tutkimuksen laadullisissa menetelmissä käytettyyn ryhmähaastatteluun taustatiedon ja vaatimusten osalta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä haastattelujen litterointi tai dokumentointi ei ole välttämätöntä ja aineistoa voidaan käyttää lähteenä. (Airaksinen & Vilka 2003, 63-64.)

5.4 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetilla ja reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta ja toistettavuutta. Validiteetti jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan ristiriidattomuutta ja loogisuutta sisäisessä tulkinnassa. Se osoittaa myös tutkijan tieteenalan ja tieteellisen otteen voimakkuutta. Ulkoinen validiteetti merkitsee tulkintojen, johtopäätösten ja aineistojen välisten suhteiden pätevyyttä. Lisäksi, että yleistyykö tulkinta muihin tapauksiin. (Eskola & Suoranta 1998, 214; Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 254.)

Reliabiliteetti ymmärretään neljänä asiana: kongruenssina, instrumentin tarkkuutena, instrumentin objektiivisuutena ja ilmiön jatkuvuutena. Kongruenssi tarkoittaa yhdenmukaisuutta, joka ilmoittaa, miten samaa asiaa mittaa eri indikaattorit. Kongruenssin ilmaisu tapahtuu indikaattoria vaihtamalla. Instrumentin tarkkuus mittaa toistuvan ilmiön havaintotarkkuuden. Tämä varmistetaan esimerkiksi kysymällä samaa asiaa usealla eri tavalla. Instrumentin objektiivisuus tarkoittaa, kuinka samalla tavoin muut ymmärtävät havainnon tekijän tarkoituksen. Varmistuksena käytetään esimerkiksi sitä, että usea havainnoitsija tutkii samaa kohdetta. Ilmiön jatkuvuus ilmaisee havainnon jatkuvan samankaltaisuuden. Tällä varmistetaan, ettei tyypilliseksi tulkittu ilmiö ole ainutkertainen. (Koskinen ym. 2005, 255.)

Laadulliseen tutkimukseen validiteetti ja reliabiliteetti sopivat huonosti. Vain muutamassa kontekstissa termeillä merkitsevyyttä mutta muissa asiayhteyksissä käsitteet jäävät lähinnä periaatteiksi. Käsitteiden mielekkyyttä on epäilty laadullisessa kirjallisuudessa ja yhteistä epäilijöille on ollut, että he ovat pyrkineet parantamaan tutkimuksen laatua esittämällä joukon käsitteitä. Eskola ja Suoranta (1998) ehdottavat, että laadulliseen tutkimukseen sopii termit uskottavuus, siirrettävyys, varmuus ja vahvistavuus. Uskottavuus tarkoittaa vastaako tutkijan ja tutkittavan tulkinnat toisiaan. Siirrettävyys tutkimustuloksissa on tietyin ehdoin mahdollista. Varmuus tutkimuksessa ottaa huomioon mahdollisuuksien mukaan myös tutkimuksen ennakkoehdot, joiden vaikutusta ei voi ennustaa. Vahvistavuus tarkoittaa tehtyjen tulkintojen vastaavan samankaltaisten tutkimusten tehneiden tulkintojen kanssa. (Eskola & Suoranta 1998, 212-214; Koskinen ym. 2005, 256.)

6 Verkkosivuston uudistus

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön tuotokseen liittyviä asioita. Näistä asioista käydään lävitse palveluntarjoaja, verkkotunnukset ja sähköpostit. Lisäksi kerrotaan verkkosivuston toiminnallisesta suunnittelusta sekä verkkosivuston ulkoasun suunnittelusta.

6.1 Palveluntarjoaja

Palveluntarjoajalla kuvataan tässä opinnäytetyössä yritystä, joka tarjoaa palvelimen ja teknologian verkkosivujen käyttöön. Se välittää verkkotunnuksen haun Viestintävirastolle, joka hyväksyy verkkotunnukset. Myös yksityishenkilöille verkkotunnusten haku on 5.9.2016 saakka mahdollista. 1.10.2016 astuu voimaan uusi asetus, jonka jälkeen verkkotunnukset haetaan aina palveluntarjoajan välittämänä. Palveluntarjoajat ylläpitävät nimipalvelimia, jotka ohjaavat verkkotunnukset halutuille verkkosivuille. Lisäksi palveluntarjoajat tarjoavat yleensä sähköposti- ja verkkoisännöintipalveluja.

Yhdistyksen aiemmat verkkosivut olivat SJR Oy palveluntarjoajalla isännöitävänä. Palveluntarjoajaa ei tarvinnut vaihtaa, sillä yhdistyksen nykyiseen palvelupakettiin kuului kahden verkkotunnuksen hallinnointi, palvelimen tila oli riittävän iso julkaisujärjestelmälle ja tarvittava tietokanta oli olemassa. Ainoaksi lisäkustannukseksi jäi uuden verkkotunnuksen rekisteröimisen kustannus. Palveluntarjoajan asiakasportaali mahdollisti tarvittavien uusien toiminnallisuuksien muokkaamisen ja lisäämisen, joten myös palveluntarjoajan kalliilta tuntiperusteiselta palvelukustannukselta vältyttiin.

6.2 Verkkotunnukset

Palveluntarjoajan pakettiin kuuluu kahden verkkotunnuksen isännöinti, jolloin vanha verkkotunnus voitiin jättää toistaiseksi voimaan. Vanhalle sivustolle lisättiin lyhyt tiedote uudesta sivustosta sekä automaattinen uudelleenohjaus uudelle sivustolle. Vanha verkkosivu ja verkkotunnus jätettiin paikalleen toistaiseksi, jotta verkkopalvelussa harvemmin käyvät voivat korjata linkit vanhalta sivulta uuteen. Vanhoille verkkosivuille jätettiin tiedote, jossa kerrottiin uusien sivujen osoite ja miksi vanhat verkkosivut eivät ole enää käytössä. Automaattinen uudelleenohjaus asetettiin kymmeneen sekuntiin, jotta kävijät ehtivät lukea tiedotteen.

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen nimenmuutokseen syynä oli kuvaavampi nimi toiminnalle. Tällöin myös verkkotunnus haluttiin uusiksi vanhasta pitkästä ja kankeasta nimestä www.suomencpterapiayhdistys.fi, lyhempään muistettavampaan muotoon www.laneku.fi. Verkkopalvelu löydetään usein verkkotunnuksen perusteella, mistä syystä nimi lyhennettiin helpompaan muotoon, ja pitempien osoitteiden syöttämisessä todennäköisemmin syntyvät virheet pienenee.

SJR Oy:n palvelupakettiin kuului myös aliverkkotunnuksia. Aliverkkotunnukset ovat kuin verkkotunnukset, mutta muotoutuvat esimerkiksi mallilla *aliverkkotunnus.verkkotunnus.fi*. Aliverkkotunnukset voidaan ohjata käyttämään tiettyä hakemistoa palvelimen kotihakemistosta, jolloin on mahdollista pitää useaa verkkosivustoa saman verkkotunnuksen alla. Tällä tavoin

yhdistyksen verkkosivuille saatiin tehtyä testiympäristö ennen sivuston varsinaista julkaisua. Testiympäristöön tehtiin kaikki sisältö ennen julkaisutilaisuutta, jolloin testiympäristön sisältö kopioitiin ns. tuotantoympäristöön eli varsinaiseen laneku.fi-verkkosivustoon. Jatkossa testiympäristö jäi kokeilualustaksi uusien toimintojen testaamiseen ja sisällöntuottajien eli yhdistyksen toimihenkilöiden harjoittelupaikaksi. Sisällöntuottajilla oli aluksi vaikeuksia uskaltaa tehdä mitään muutoksia verkkosivuille mutta testiympäristössä he pystyivät harjoittelemaan sisältöjen muokkaamista ja lisäämistä oikeannäköisessä ympäristössä. Heidän varmuutensa ja uskalluksensa kohosivat, jonka jälkeen oli helpompaa tehdä sisältöjä valmistuvalle verkkosivuille. Lisäksi julkaisujärjestelmän päivitykset testattiin ensiksi testiympäristössä.

6.3 Sähköpostit

Yhdistyksellä oli käytössä toimihenkilöiden sähköpostiosoitteet, joista yhdistys halusi eroon. Yhdistystoiminnan luonteen vuoksi jäsenillä voi olla useita vaihtuvia vastuita yhdistyksessä, jolloin yhteystietoja pitää myös päivittää usein, mikäli sähköpostiosoitteet ovat henkilökohtaiset.

Ratkaisuksi ongelmaan perustettiin vastuittain määräytyvät ja pysyvät sähköpostilaatikat, kuten jäsennyys@laneku.fi, puheenjohtaja@laneku.fi. Lisäksi yhteyttä ottavan henkilön on helpompaa kohdentaa viesti oikealle henkilölle: kun asia koskee esimerkiksi laskuasiasia, ymmärtää lähettäjä ottaa yhteyttä rahastonhoitaja@laneku.fi tai koulutustiedusteluissa koulutus@laneku.fi. Sähköpostilaatikoista voi tehdä uudelleenohjaukset vastuussa olevien henkilöiden henkilökohtaiseen sähköpostiin, mutta myös palveluntarjoajan omaa verkosta luettavaa sähköpostia voi käyttää. Samasta paikasta voi myös tehdä uudelleenohjaukset.

6.4 Verkkosivuston suunnittelu

Verkkosivuston suunnittelussa lähdettiin yhdistyksen vaatimuksista ja tavoitteista liikkeelle. Sisällön päivitettävyyden onnistuu julkaisujärjestelmän avulla, joten suunnittelu keskittyi ulkoasuun, sisältöön ja sen rakenteeseen sekä muutamaankin pieneen lomakkeeseen.

Verkkosivuista pidettiin muutama suunnittelupalaveri, joihin osallistui toteuttajan lisäksi yhdistyksen puheenjohtaja ja tiedotustoimikunnan jäseniä. Lisäksi mukana oli opiskelijakollega, joka suunnitteli verkkosivuston ulkoasun. Palavereissa käytiin läpi ulkoasua sekä sisällön rakennetta. Mietittiin myös mitkä muut asiat voivat nopeuttaa ja hyödyntää jäseniä sekä yhdistyksen vastaavien toimintaa. Näistä ideoista toteutui lomake yhteystietojen päivitykseen sekä yhdistetty lomake, jolla voi ehdottaa koulutuksia tai muuten ottaa yhteyttä yhdistyksen hallitukseen.

Verkkosivusto saatiin toteutettua testiympäristöön riittävän aikaisin, jolloin yhdistyksen verkkosivuston työryhmäläiset saivat tuotettua sisällön suoraan verkkosivustoon. Tällöin sisällöntuottajat näkivät tekstien muutokset heti ja pystyivät arvioimaan tekstien sopivuutta sivustossa. Lisäksi sivuston rakennetta ja navigaation rakennetta pystyttiin muuttamaan ilman ohjelmointia, mikä parantaa kustannustehokkuutta ja nopeuttaa päivitystöitä. Verkkosivustolla yhdistys viestittää pysyvimmistä asioista, kuten yhdistyksen säännöistä, yhteystiedoista, tavoitteista ja tarkoituksestaan. Lisäksi nopean päivitettävyyden avulla yhdistys pystyy myös ilmoittamaan koulutuksistaan ja paikallistoiminnastaan nopealla aikataululla ja päivittämään näiden tietoja ajantasaisesti.

6.5 Verkkosivuston ulkoasu

Ulkoasun suunnittelu ulkoistettiin kanssaopiskelijalleni Ville Salorannalle Laurea ammattikorkeakoulusta. Hän teki muutaman erityyppisen ehdotuksen ensimmäiseen suunnittelupalaveriin ja niistä otettiin yksi malli työstettäväksi. Myöhemmissä suunnittelupalaverissa yhdistyksen toivomat muutokset olivat valmiit ja viimeiset viilaukset saatiin toteutettua sähköpostin välityksellä. Yhdistyksen hyväksytyä ulkoasun aloitettiin toteutustyö.

Lopulliseen sivupohjaan ei tullut kuvia, koska asiaan liittyviä kuntoutustyökuvia ja kuvauslupia on hankala saada eikä yhdistyksellä ollut käytössä omaa kuvapankkia. Sivupohjaan on kuitenkin varattu paikat kuville, mikäli yhdistys saa riittävän määrän kuvia myöhemmin. Verkkosivuille voi laittaa kuvia sisältöalueille sisällöntuotannollisin keinoin, mutta sivupohjaan kuvia ei lisätty.

7 Verkkosivuston toteutus

Verkkosivuston toteutus-luvussa esitellään toteutuksen pohjana olevan julkaisujärjestelmän valintaprosessia ja verkkosivuston toteutusta julkaisujärjestelmän avulla. Sen jälkeen käydään läpi verkkosivuston ylläpitoa ja päivittämistä.

7.1 Julkaisujärjestelmän valinta

Organisaation valitessa julkaisujärjestelmää tulisi pysyä omassa vaatimusmäärittelyssä. Tuotteissa voi houkutella muut ominaisuudet, joilla ei ole merkitystä organisaation toiminnalle ja tavoitteille. Yleensä kannattaa suosia valmiita järjestelmiä, joissa ominaisuudet ovat jo valmiina, kuin alkaa räätälöimään niitä tuotteeseen, jossa niitä ei vielä ole. Valmiissa tuotteissa toiminto on jo tehty valmiiksi ja todennäköisesti käytössä muualla myös, jolloin organisaation omaan tarkoitukseen erikseen tehtävä tuote on harvoin kannattavaa. (Pohjanoksa ym. 2007, 220-221.)

Yhdistyksen yhtenä tulevana kehityskohteena oli paikka tiedostojen jakamiseen yhdistyksen hallituksen jäsenien kesken. Päädyttiin extranet-tyyppiseen toteutukseen eli verkossa olevaan sivustoon, jonne pääsee vain henkilöt, joille on luotu tunnukset kyseiseen verkkosivustoon. Tälle toiminnalle piti olla tuki tulevassa julkaisujärjestelmässä. Muita kriteereitä julkaisujärjestelmälle olivat mm. riittävän laaja tuki toiminnoille tukifoorumeissa, valmiit ja ilmaiset tekniset laajennukset, sivupohjalle tehtävä toteutusmalli, laaja levinneisyys, tuotteen jatkuva päivittyminen ja järjestelmän uskottava säilyminen jatkossa.

Lyhyen perehtymisen jälkeen julkaisujärjestelmäksi valikoitui Joomla! (myöhemmin Joomla). Joomla oli toteuttajalle etäisesti tuttu, joten perehtyminen järjestelmään aloitettiin siitä. Perehtymisen jälkeen tuotteen valitsemiseen käytettävät kriteerit täyttyivät. Toteuttajalla ei ollut aiempaa kokemusta maksuttomista julkaisujärjestelmistä, joten uusi julkaisujärjestelmä täytyi opetella joka tapauksessa. Muina vaihtoehtoina olivat WordPress- ja Drupal-julkaisujärjestelmät mutta näiden ominaisuuksiin ei ollut tarvetta perehtyä tarkemmin: Joomlaista löytyi kaikki tarvittava.

7.2 Toteutus Joomla-sisällönhallintajärjestelmällä

Verkkosivuston toteutus alkoi Joomla-sisällönhallintajärjestelmän asennuksena toteuttajan omalle työasemalle. Asennus onnistui helposti Joomla verkkosivuilta saaduilla ohjeilla ja asennustiedostoilla. Ennen Joomla asennusta täytyy asentaa palvelinohjelmistoa vastaava ohjelmisto omalle työasemalle, jotta paikallista Joomla-sisällönhallintajärjestelmää voi käyttää. Näitä ovat esimerkiksi XAMP- ja WAMP-ohjelmat, joista toteuttajalla oli käytössä jälkimmäinen. WAMP-ohjelmaan sai lisättyä MySQL-tietokannan, joka on välttämätön Joomla-käytössä.

Joomla-sisällönhallintajärjestelmän asennuksessa asennustiedostot tallennetaan WAMP-ohjelman julkaisukansioon. Tämän jälkeen selaimella mennään WAMP-ohjelman juurihakemistoon ja valitaan hakemisto, jonne Joomla-tiedostot tallennettiin. Tämän jälkeen alkaa Joomla varsinaisen asennus ja konfigurointi. Selaimessa alkaa ohjattu toiminto, jossa määritetään konfiguroinnit tietokantaan ja muualle. Testi- ja tuotantoympäristöön eli julkiseen verkkoon asennus oli hyvin samankaltainen, mutta palveluntarjoajan ympäristössä tarvittavat palvelinohjelmistot olivat jo valmiina asennettuna.

Toteuttaja ja ulkoasun suunnittelija tekivät sivuston ulkoasun html-rakenteeseen työpajassa. Valmis html-rakenne tehtiin julkaisujärjestelmään sivupohjaksi, jota käytettiin läpi verkkosivuston. Tällöin verkkosivuston teema ja ulkoasu pysyy yhtenäisenä.

Verkkosivuston löydettävyyttä parannettiin hakukoneoptimoinnilla. Hakukoneoptimointi tarkoittaa verkkosivujen sisällön muokkaamista siten, että niillä on mahdollisimman hyvät mahdollisuudet sijoittua halutuilla hakusanoilla hakutuloksissa mahdollisimman korkealle. Tähän vaikuttaa monet tekijät, kuten sivuston otsikot, avainsanat, tekstisisältö ja linkit muilta verkkosivuilta. Tässä verkkosivustossa julkaisujärjestelmän avulla voitiin lisätä avainsanoja sivuille. Lisäksi julkaisujärjestelmän otsikointi on toteutettu hakukoneystävällisesti, mikä tarkoittaa, että html-rakenne sivustolla on muodollisesti oikea, eli otsikot ovat otsikko-html-rakenteessa ja sisältö sisältö-html-rakenteessa.

7.3 Ylläpito ja päivittäminen

Sivuston sisältöä ylläpitävät pääasiallisesti yhdistyksen tiedotusvastaavat. Ylläpito tapahtuu sivuston tekstieditorilla, joka on mahdollista avata jokaisella sisältösivulla, mikäli on kirjautunut verkkopalveluun sisään. Tallennuksen jälkeen sivu on julkaistu ja muutokset näkyvät välittömästi verkkosivulla. Yhdistyksen hallituksen jäsenille on luotu tunnukset verkkosivustoon, joilla yhdistyksen hallituksen jäsenet pääsee tarvittaessa päivittämään sisältöjä.

Yhdistyksen kanssa on sovittu, että toteuttaja auttaa yhdistystä teknisten tai muiden verkkosivuihin liittyvien ongelmien varalta. Sivustossa on tunnistettu joitain hankalasti päivitettäviä kohteita, kuten tiedostojen linkittäminen. Tähän kuuluu sekä kuvien että ladattavien tiedostojen linkitys sivustoon. Tämä toiminnallinen puute on tarkoitus korjata piakkoin

8 Yhteenveto

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön toimeksiantajana oli Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys ja tehtävänä verkkosivujen uudistaminen. Yhdistyksen puolelta tavoitteena oli saada helpommin päivitettävät ja ulkoasultaan uudistetut verkkosivut 35-vuotisjuhlaseminaariin. Verkkosivut saatiin onnistuneesti toteutettua seminaariin mennessä. Alussa sivujen päivitykseen liittyi epävarmuutta, mutta pienen opastamisen ja rohkaisemisen jälkeen itsenäinen ylläpito alkoi sujumaan. Yhdistyksen toimihenkilöt päivittävät sivuja nykyisellään aktiivisesti ja itsenäisesti. Yhdistyksen hallitus oli tyytyväinen saavutettuihin tuloksiin ja myös omasta mielestäni tavoitteet täyttyivät. Yhdistys oli verkkosivuston ulkoasuun tyytyväinen, joten myös ulkoasun modernisoinnin osalta päästiin tavoitteeseen. Omana tavoitteenani oli saada kokemusta avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmistä ja verkkosivuston kokonaisinfrastruktuurista palveluntarjoajineen. Nämä tavoitteet täyttyivät, ja olen saanut kokemusta avoimen lähdekoodin julkaisujärjestelmästä sekä kokonaisinfrastruktuurista liittyen verkkosivuston rakenteisiin.

8.1 Johtopäätökset

Verkkosivuston toteutus sujui yllättävän helposti ja ilman suurempia ongelmia. Ohjelmoin työkseni, joten varsinainen ohjelmointi ei aiheuttanut viivästyksiä tai ongelmia vaikka ohjelmointikielet ja -ympäristöt olivat erilaisia. Toteutusajasta iso osa meni julkaisujärjestelmään tutustuessa sekä sen toimintaan perehtyessä. Julkaisujärjestelmästä löytyi todella paljon ominaisuuksia, mitä en uskonut avoimen lähdekoodin tuotteessa olevan. Tämä tosin monimutkaisti järjestelmää ja hidasti järjestelmän käytön aloittamista. Mikäli nyt aloittaisi opinäytetyön prosessin uudelleen, paneutuisin huomattavan paljon syvemmin muihin julkaisujärjestelmiin: uskoisin, että jossain toisessa julkaisujärjestelmässä olisivat riittävät ominaisuudet yhdistyksen verkkosivujen tekoon ja vielä yksinkertaisemmassa paketissa.

Viestinnällisestä näkökulmasta uusien verkkosivujen käyttöönotto helpotti yhdistyksen ajantasaisen tiedon ylläpitämistä verkkosivustossa. Viestintä esimerkiksi koulutuksista nopeutui, kun yhdistyksen toimihenkilöt voivat päivittää heti verkkosivuilleen tiedot uusista koulutuksista, eikä tarvitse odottaa asiantuntijalta aikaa, hänelle triviaalien tehtävien tekoon. Verkkosivuilta on nyt ajantasaisempaa tietoa ja verkkosivut ovat myös ulkoasultaan miellyttävämmät. Ulkoasussa ja sen toteutuksessa olisi voinut ottaa enemmän huomioon mobiililaitteita. Nykyisellä toteutuksella kaikki mobiililaitteet eivät kunnolla tue kosketusnäyttötoimintoa navigaation pudotusvalikoissa. Lisäksi sivusto ei toimi responsiivisesti eli ei asemoidu näyttölaitteen ruudun leveyden mukaisesti.

Opinnäytteen tietoperusta vaihtui kesken prosessin. Alkuperäisenä tarkoituksena oli käyttää tietoperustana päivittämisen käytettävyyttä verkkosivustossa. En kuitenkaan tuntenut, että olisin saanut tuosta aiheesta irti tarpeeksi, koska päivittäminen oli niin yksinkertaista. Lisäksi yhdistyksellä oli pääasiallisesti kaksi henkilöä tekemässä päivityksiä ja sisältöjä, joten myös otanta olisi jäänyt aika pieneksi. Viestintä valikoitui tietoperustaksi siis hieman myöhässä, eikä opinnäytetyötä aloitettu viestintää peilaten. Ehkä tästä syystä tunnen, että teoriaosuus jäi hieman irtonaiseksi osioksi. Mielestäni viestintä tietoperustana kuitenkin sopii verkkosivuston uudistukseen ja aiheesta löytyy paljon tietoa.

Tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia on hankala arvioida toiminnallisessa tutkimuksessa. Lähdemateriaalina käytetyt verkkoviestinnän kirjat olivat kohtalaisen tuoreita vaikka eivät ihan viime vuosilta olekaan. Lisäksi verkkolähteet olivat viranomaisten sivuja tai lähteet oli mainittuna. Laadullisen tutkimuksen tekijöiden omien käsitteiden mukaan uskottavuutta tuotokselle tuo toimeksiantajan tyytyväisyys tuotokseen. Verkkosivuston tavoitteet ja suunnittelu tehtiin yhdessä toimeksiantajan kanssa palavereissa. Vahvistuvuutta tuotokseen lisää toteutustapa julkaisujärjestelmän avulla, joka on ollut myös vastaavissa tapauksissa tulkinta vaatimusten täyttämistä. Useassa opinnäytetyössä on tehty verkkosivut eri tahoille vastaavalla

tavalla vaikka ei välttämättä samalla tuotteella. Tutkimuksen siirrettävyys voi joihinkin tapauksiin käydä mutta pääsääntöisesti verkkosivutprojektit tehdään organisaation sen hetkiseen tilanteeseen sopivalla tavalla ja organisaation sen hetkisen henkilöstön mukaan. Tällöin ei välttämättä samanlainen tapa ole paras kaikkiin vastaaviin tutkimuksiin. Tutkimuksen varmuus toteutettiin aloittamalla verkkosivuprojekti riittävä aikaisin ennen julkaisun määräpäivää. Omasta työkokemuksesta oli hyötyä verkkosivun teknisen toteutuksen valmistamisessa ja sen aikataulutuksessa mutta palveluntarjoajan tuki ja palveluiden käyttö eivät olleet tuttuja. Lisäksi toimeksiantajana toimineen yhdistyksen toimihenkilöt olivat normaaleja työssäkäyviä ihmisiä, jotka vapaaehtoisesti tekivät yhdistystoimintaa. Yhteisten aikojen löytäminen useiden henkilöiden kanssa on vaikeaa, joten sivuston työstäminen pyrittiin aloittamaan riittävän aikaisin.

8.2 Jatkokehitys

Jatkokehittämisen aiheena voisi olla tyytyväisyystutkimus Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen verkkosivuston käytettävyydestä tai tarkemmin päivittämisen käytettävyydestä. Päivittämisen käytettävyydestä olisi mahdollista tehdä tutkimus pitäen kohderyhmänä yhdistyksen hallituksen jäseniä ja sivuston käytettävyyden kohderyhmänä yhdistyksen jäsenet ja muut sivustolla vierailevat.

Toisena jatkokehitysmahdollisuutena olisi verkkosivuston muuntaminen mobiililaitteille yhteensopivaksi. Kolmas jatkokehitysjatous koskee yhdistyksen aiemmin määrittelemää kirjautumisen takana olevaa työtilaa, johon vain yhdistyksen hallituksen jäsenillä olisi pääsyoikeus. Tämä oli vaatimuksena julkaisujärjestelmälle ja on todennäköisesti tulossa toteutettavaksi jollain aikataululla.

Lähteet

Airaksinen, T. & Vilka, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M. 2006. Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Ekroos, J. & Laakso, M. 2014. Yhdistysten pieni viestintäopas. Viitattu 6.4.2015.
http://www.kansalaisareena.fi/viestintaopas_FINAL.pdf

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

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

Koskinen, I., Alasuutari, P. & Peltonen, T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistys. Verkkosivut. Viitattu 8.4.2015
<http://www.laneku.fi/>

Merikoski, H. 2012. Teema. Lastenneurologisen kuntoutuksen yhdistyksen jäsenlehti. Puheenjohtajan mietteet.

Niiniluoto, I. 1980. Johdatus tieteenfilosofiaan. Käsitteen- ja teorianmuodostus. Helsinki: Otava.

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, T. 2007. Viesti verkossa. Digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS Bookwell Oy.

Suomen avoimien tietojärjestelmien keskus - COSS ry. Avoin lähdekoodi. Viitattu 26.4.2015.
<http://coss.fi/avoimuus/avoin-lahdekoodi/>

Suomen laki. Tietoyhteiskuntakaari 7.11.2014/917. Viitattu 1.4.2015.
[http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140917?search\[type\]=pika&search\[pika\]=Tietoyhteiskuntakaari](http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140917?search[type]=pika&search[pika]=Tietoyhteiskuntakaari)

Viestintävirasto. Fi-verkkotunnuksiin liittyvä sanasto. Viitattu 31.3.2015
<https://domain.fi/info/index/tietoa/sanasto.html>

Taulukot

Taulukko 1. Käsiteluettelo	9
----------------------------------	---