

Viestintä ja Yhteisöt -opinto-ohjelma

Keskisuomalaisen urheilun ja liikunnan
URLInet -verkkopalvelu

Petri Lehtoranta
Keski-Suomen Liikunta ry

Sisältö:

1. Johdanto	3
1.1 Viestintä kansalaisjärjestöissä	
1.2 Urheilujärjestön viestinnän ongelmia	
2. Keski-Suomen Liikunta ry	4
3. Internet viestinnän välineenä	5
3.1 Internetin käyttäjät	
3.2 Internet urheiluviestinässä	
4. Tutkimuksen taustaa	7
4.1 URLInet -palvelun lähtökohdat	
4.1 URLInet -palvelun sisältö	
5. Tutkimuksen asettelu	8
6. Tutkimustulokset	9
6.1 Kysely sisällöntuottajille	
6.2 Kysely palvelun käyttäjille	
7. Koonnos	14
7.1 Maakunnallisen internet-palvelun vahvuudet	
7.2 Maakunnallisen internet-palvelun heikkoudet	
7.3 Maakunnallisen internet-palvelun mahdollisuudet	
7.4 Maakunnallisen internet-palvelun uhat	
8. Palvelun tulevaisuus	15

1. Johdanto

Suomi tunnetaan järjestöjen luvattuna maana. Järjestötoiminnan kautta perusluonteeltaan hiljaiset suomalaiset pääsevät toteuttamaan niitä tarpeita, jotka normaalissa työ- ja kotirutiineissa jäävät paitsioon. Järjestöt ovat aatteellisia yhdistyksiä. Ne syntyvät yleensä jonkin yksittäisen tarpeen pohjalta, koska liittymällä yhteen saavutetaan sellaisia tavoitteita, joihin ihmiset eivät yksin yltäisi (Siisiäinen). Järjestötoiminnan organisatorisen ytimen muodostaa sen jäsenistö, joka legitimoii toiminnan sekä päättää vuosikokouksissaan toiminnan suuntaviivat. Järjestäytyneelle toiminnalle saadaan näin "virallinen funktio" niin päättäjien kuin jäsentenkin taholta.

Järjestötoiminta kerää yhteen saman aatteen omaavia ihmisiä, jotka kuitenkin voivat olla lähtöisin hyvinkin erilaisista sosiaalisista ryhmistä. Tämä antaa kansalaisyhteiskunnalle sen ainutlaatuisen voiman, koska se rikkoo perinteisiä valtahierarkisia rakenteita toimintaan osallistuvien ihmisten erilaisten sosiaalisten taustojen ansiosta.

Viestinnällä on oleellinen merkitys järjestön toiminnassa. Sen avulla järjestö voi viestiä "ulkopuolisille" järjestön tavoitteista. Viestinnän välineet järjestöillä poikkeavat osittain kaupallisista organisaatioista. Sekä taloudellisten että toiminnallisten resurssien vähydestä johtuen järjestöjen tulisi keskittyä jäsenistönsä kautta tapahtuvaan tiedottamiseen sekä käyttämällä hyväksi lähiverkkoja. Henkilökohtaiset yhteydet ovat tehokkainta tapaa viestiä ja saada palautetta toiminnasta. Samoin joukkoviestimien tuntemus ja henkilökohtaisten kontaktien solmiminen niihin ovat avainasemassa viestinnän tehokkuuden kannalta. Uusimpana välineenä internet on edullinen ja nopea tapa kertoa omasta toiminnasta. Sähköposti on luonut kokonaan uuden viestintäkulttuurin.

Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää, tarvitaanko maakunnallista urheilun ja liikunnan internet-palvelua uutena mahdollisuutena urheilujärjestöjen tiedotustoiminnassa ja mitä sisältöjä palvelussa tulisi olla, jotta sen käyttö leviäisi koko keskisuomalaiseen urheilu(järjestö)kenttään.

1.1 Viestintä kansalaisjärjestöissä

Usein vähillä taloudellisilla resursseilla toimivalla järjestöllä niiden elinehtona on rakentaa sellaiset viestinnälliset kanavat, joita pitkin se voi välittää haluamaansa informaatiota omille kohderyhmilleen, ja saada sitä kautta haluamiaan tavoitteita toteutumaan. Näin ollen viestinnän tuloksellisuudesta on paljon kiinni, millainen vaikuttavuus ja teho järjestön ajamista asioilla on. Viestintää voidaan käyttää välineenä järjestön ulkoisen kuvan muodostamisessa ja sitä kautta uusien ihmisten

mukaan saamisessa. Jos järjestö herättää luottamusta, se houkuttelee uusia jäseniä sekä yhteistyökumppaneita mukaan järjestön toimintaan. Myös media on kiinnostuneempi järjestön toiminnasta, jos toiminta näyttää laadukkaalta ja tiedottaminen on johdonmukaista.

Sisäisen viestinnän merkitys vapaaehtoisjärjestössä on suuri. On haasteellista ylläpitää kantavaa aatetta jäsenistön keskuudessa sisäisen legitimitetin säilyttämiseksi, varsinkin siinä vaiheessa, kun järjestö kasvaa suureksi ja sen valtahierarkiat kerrostuvat. Tällöin monet muut intressit, esim. taloudelliset tai henkilökohtaiset, vievät helposti toimintaa alkuperäisestä toiminta-ajatuksesta eroon. Viestintä voi toimia tällöin liitännämuuttujana (Åberg), joka liittyy järjestön osat toisiinsa ja koko järjestön ympäristönsä. Viestinnästä tulee toiminnan väline. Koska usein vakituisten toimistotilan ja henkilökunnan puutteen vuoksi ihmiset toimivat erillään, on yhteisen päämäärän kirkaanapitminen sekä yhteenkuuluvuuden tunteen ylläpitäminen on myös viestinnällinen haaste.

1.2 Urheilujärjestön viestinnän ongelmia

Urheiluseurat hoitavat perinteisen perustehtävänsä - kilpailujen järjestämisen hyvin, mutta toiminnasta tiedottaminen on edelleen lapsipuolen asemassa; sitä tehdään, jos aikaa jää. Urheiluseuroissa tiedottamista hoitaa yleensä seuran sihteeri. Hänen tehtävänä on välittää viestit hallituksen päätöksistä jäsenistölle sekä yleensä vastaanottaa ja toimittaa eteenpäin seuralle tulevat postit. Suunnitelmallista tiedottamista tehdään vain harvoissa, yleensä suurissa seuroissa tai jos seurassa on asiantuntemusta "sattumalta". Viestinnän asemaa startegisena voimavarana ei tunnisteta.

Alueellisen järjestön näkökulmasta tiedottaminen urheiluseurojen suuntaan on myös kangerrellut. Koska varsinainen toiminta tapahtuu "kentällä", myös suurin tiedon tarve on siellä. Miten siis saada tieto juuri niille ihmisille, jotka sitä eniten tarvitsevat? Nykyinen käytäntö on seurakirje tai tiedote, joka menee korkeintaan kahdelle seuraihmiselle. Nämä henkilöt ovat yleensä seuran hallituksen jäseniä, jotka eivät välttämättä ole missään kosketuksessa esimerkiksi seuravalmentajien kanssa, joille mm. koulutustarjontaa suunnataan. Tarjonta ei ole kohdannut kysyntää ja päinvastoin.

Uudet digitaaliset viestinnän välineet tarjoavat osaltaan helpotusta seuratieottamiseen. Kyse on ainoastaan siitä, miten seurakirje ymmärtävät hyödyntää uutta mediaa toiminnastaan tiedottamisen välineenä sekä osana toimintansa kehittämistä. Edellämainittuihin mahdollisuuksiin Keski-Suomen Liikunta pyrkii vaikuttamaan vuonna 1997 alkaneella URLInet -palvelulla.

2. Keski-Suomen Liikunta ry

Keski-Suomen Liikunta ry on Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n alueellinen jäsenorganisaatio, jonka toiminta-alue on Keski-Suomen maakunta. Yhdistys

perustettiin vuonna 1994, jolloin urheilun ja liikunnan valtakunnalliset järjestörakenteet muuttuivat. Entisten neljän keskusjärjestön (SVUL, TUL, Palloliitto ja CIF) tilalle perustettiin yhteinen edunvalvonta- ja yhteistyöorganisaatio Suomen Liikunta ja Urheilu, jonka jäseneksi tulivat myös kaikki sillä hetkellä perustetut seitsemän alueorganisaatiota. Aluejärjestöjen perustajajäseniksi tulivat liikuntapoliittisten sopimusten seurauksena valtakunnalliset lajiliitot. Liikunnan ja urheilun yhdentyminen ilman edellämainittua "sopimusta" ei olisi ollut mahdollista. Tällä hetkellä siis elämme tilanteessa, jossa suurin osa palveluista tuotetaan keskisuomalaisille urheiluseuroille, mutta toimintaa ohjaavat jäsenenä olevat suurimmat valtakunnalliset (n. 20) lajiliitot, jotka sijaitsevat Helsingissä sekä joitakin kansanterveysjärjestöjä. Maakunnallisen aluejärjestön toiminnan ohjaus on tapahtunut siis maakunnan ulkopuolelta. Tulevaisuudessa jäsenjärjestöt voivat lisääntyä Keski-Suomen Liikunnassa, koska syyskokouksessa 6.11.1998 päätettiin käynnistää toimenpiteet seurajäsenyyden mahdollistamiseksi.

Suomen Liikunnan ja Urheilun tavoitteena on tasa-arvoinen liikuntakulttuuri, jossa kaikilla on yhdenvertaiset mahdollisuudet harrastaa, toimia ja päättää liikunnassa ja urheilussa. Tärkeintä on taata liikuntapalveluja tarjoavan paikallisen yksikön hyvinvointi ja kyky vastata liikkuvan ihmisen muuttuviin tarpeisiin ja vaatimuksiin.

Keski-Suomen Liikunnan toiminta-ajatuksena on keskisuomalaisten ihmisten hyvinvoinnin lisääminen liikunnan ja urheilun avulla. Edellämainittu haaste toteutuu tukemalla paikallistason liikuntatoimintaa, edistämällä lasten ja nuorten liikuntaharrastamista sekä harraste- ja terveysliikuntaa. Lisäksi Keski-Suomen Liikunta tarjoaa koulutus- ja kehittämis- ja viestintäpalveluja, toimistopalveluja sekä toimii paikallisyksiköiden edunvalvojana Keski-Suomessa.

Keski-Suomen Liikunta on ottanut strategiakseen toimia "verkonkutojana" eri intressiryhmien välillä. Näitä ovat mm. lajiliittojen alueorganisaatiot, keskisuomalaiset urheiluseurat, Jyväskylän Yliopisto, Keski-Suomen Liitto, TUL, kuntien liikunta- ja vapaa-aikatoimet, maakunnalliset liikuntakeskukset sekä tiedotusvälineet. Tavoitteena on luoda toimintatapoja, jotka edistävät paikallisten toimijoiden yhteistyötä ja saada resurssit yhteiseen käyttöön. Keski-Suomen Liikunnan rooli tässä mallissa olisi toimia koordinaattorina sekä uusien - oman toiminta-ajatuksen mukaisten hankkeiden tukeminen ja käynnistäminen.

Ylintä päätösvaltaa Keski-Suomen Liikunta ry:ssä käyttää vuosikokous, joka valitsee keskuudestaan hallituksen henkilöjäsenet. Näin hallitus on ylin ns. käytännön toimija - luottamusmiesperiaatteella. Hallituksen rooli käytännössä on ohjata toimintaa päätöksillään ja osallistua käytännön arkeen omissa kokouksissa sekä juhlatilaisuuksissa. Monet hallituksen jäsenistä osallistuvat keskisuomalaiseen urheilu- ja liikuntatoimintaan oman taustaorganisaationsa kautta.

Keski-Suomen Liikunnan ylin palkattu henkilö on aluejohtaja, joka raportoi

toiminnasta hallitukselle. Muuta henkilökuntaa on neljä henkilöä; toimistosihteeri, tiedottaja, taloussihteeri sekä projektipäällikkö, jolla on vastuullaan keskisuomalaisiin kouluihin suuntautuva Koulut Liikkeellä - Kulttuurit Kohtaavat -projekti. Aluejohtajan rooli vastaa toiminnanjohtajan toimenkuvaa, eli ylin vastuu arjen tekemisistä; toiminnasta sekä taloudesta on hänellä.

3. Internet viestinnän välineenä

Internetistä ollaan montaa mieltä, mikä luultavasti johtuu siitä, että sillä on ainoastaan välinearvo, ja siihen suhtaudutaan tunnepohjalta, mikä taas liittyy kunkin ihmisen omaan arvomaailmaan. Toiset näkevät siinä huimia uusia mahdollisuuksia, toiset pelkäävät sen edistävän syrjäytymistä ja jopa rikollisuutta. On selvää, että sen näin lyhyen olemassaolon jälkeen ei voida tietää lopullista totuutta internetistä viestinnän välineenä. Itse olen sitä mieltä, että uusi media tarvitsee eniten käyttäjän omaa moraalialia sekä valmiuksia hyödyntää sen tarjoamia mahdollisuuksia. Kun televisio aikanaan ilmestyi koteihin, oli ilmassa samankaltaisia pelkoja. Tänään kuitenkin tiedetään, että katsojalla itsellään on valta valita, mitä ohjelmia perheessä katsotaan.

3.1 Internetin käyttäjät

Tässä kappaleessa on hyödynnetty Kansallisen Multimediaohjelman (KAMU) Kuluttajatutkimukset -hankkeen kahden vuoden tulosten yhteenvetoa (<http://www.dmi.tut.fi/kamu/kult>) 10.10.1998)

Internet-palveluihin tutustumista nopeuttaa usein tiedotusvälineiden aikaansaama yleinen keskustelu. Halu tutustua uusmediaan on kuitenkin käyttöä motivoivana tekijänä lyhytaikainen. Uteliaisuus on usein tyydytetty muutaman käyttökerran jälkeen. Jotta käyttö jatkuisi, on käyttömotivaation taustalla oltava muitakin tarpeita.

Alkuinnostuksen jälkeen käyttäjän huomio alkaa kiinnittyä palveluiden sisältöön. Saako tulija sen tiedon, mitä tuli hakemaan. Käyttökokemus opettaa käyttäjää muodostamaan kriteereitä, joiden avulla laajasta tarjonnasta valitaan omia tarpeita vastaava materiaali. Käyttökokemuksen kasvaessa myös kriittisyys uutta mediaa kohtaan kasvaa. Käyttäjä oppii vähitellen arvioimaan laitteiden ja palveluiden vahvuuksia ja heikkouksia.

Internetin käyttäjät voidaan jakaa kolmeen ryhmään sen perusteella, miten heidän käyttönsä etenee tutustumisvaiheen jälkeen. "Ei-käyttäjät" eivät löydä webistä tarpeitaan vastaavaa materiaalia, ja käyttö loppuu uutuudenviehätyksen jälkeen. "Hyötykäyttäjillä" käyttö vakiintuu vähäiseksi, ja webbiä käytetään pääasiallisesti yksittäisiin hyötypalveluihin kuten pankkipalveluun. "Suurkäyttäjillä" webin käyttö on harrastus ja täten itsessään palkitsevaa.

3.2 Internet urheiluviestinnän välineenä

Urheilutoiminta viestinnän kannalta on mielenkiintoinen ja haasteellinen, sillä se sisältää päivittäin uutta tietoa, jota tähän asti on levitetty pääasiassa painotuottein. Syntyy tuloksia, on kilpailu- ja liikuntatapahtumia, ostetaan ja myydään varusteita, täytetään lomakkeita, pidetään palavereja, äänestetään parhaita urheilijoita sekä kommentoidaan ja keskustellaan.

Internet avaa uusia mahdollisuuksia seuratedottamiseen. Perinteisistä viestinnän välineistä poiketen internet-palvelu parhaimmillaan elää käyttäjien itsensä tuottaman tiedon ansiosta jatkuvasti. Tästä johtuen verkkoviestintä ei ole yksi- eikä kaksisuuntaista vaan monisuuntaista; jokainen maakunnallisissa internetpalvelussa käydessään tuo sinne uutta tietoa tullessaan ja saa tietoa palvelusta poistuessaan. Voi sanoa, että toiminta on reaaliaikaista joukkoviestintää. Viestintä muuttuu interaktiiviseksi "keskusteluksi", jossa viestin lähettäjä on samanaikaisesti vastaanottaja. Internet mahdollistaa uusia paikasta riippumattomia palveluja, jotka ennen olivat lähes mahdottomia tai ainakin erittäin kallista toteuttaa, kuten jatkuvasti elävä tapahtumakalenteri tai urheiluvälinekirpputori.

Yhteiskunta muuttuu siihen suuntaan, että kaikki tieto on saatavilla. Ne, jotka sitä osaavat käyttää ja soveltaa, ovat tulevaisuuden tietoyhteiskunnassa selviytyjiä. Internetiin, kuten kaikkiin uusiin asioihin kannattaa kuitenkin suhtautua kuten lapsi leikkiessään uudella lelulla - avoimen uteliaasti, ja tämän jälkeen tehdä päätös, onko siitä juuri minulle hyötyä. Parhaassa tapauksessa internet-palvelu kerää yhteen samanhenkisiä ihmisiä ja luo yhteenkuuluvaisuuden tunnetta joukkoviestimien tavoin, toisin kuin pessimistit pelkäävät.

4. Tutkimuksen taustaa

Keski-Suomen Liikunta ry. koordinoi Keski-Suomessa 1997 käynnistettyä urheiluseurojen ja liikuntajärjestöjen tiedottamistoiminnan URLInet -palvelua, jonka tarkoituksena on tuoda uuden viestintäteknologian tarjoamat mahdollisuudet aktiiviseen ja tarkoituksenmukaiseen käyttöön urheilu- ja liikuntatoiminnassa. Hankkeen perusideana on kerätä maakunnallinen liikuntatoiminta yhden internet-osoitteen alle, jolloin tiedonhaku olisi helppoa. Toinen lähtökohta oli sisällön tuoton siirtäminen aktiivisille toimijoille eli urheilu- ja liikuntajärjestöille. Tämä varmistaa tiedon ajankohtaisuuden, mikä on yleisenä ongelmana internet-palveluissa.

4.1 URLInet -palvelun lähtökohdat

Vuonna 1997 Keski-Suomen Liikunta kahden yhteistyökumppaninsa kanssa lähti kehittämään Suomen Koripalloliiton Keskiselle alueelle toimintamallia, jossa laajalla alueella toimivan järjestön tiedotustoimintaa ja tulospalvelua voitaisiin parantaa internetiä hyödyntämällä. Hanke toteutettiin, ja siitä saadut kokemukset olivat niin rohkaisevia, että

perustettiin projekti, jonka tarkoituksena oli saada vastaava konsepti koko keski-suomalaisen urheilukentän käyttöön. Hanketta varten rekisteröitiin oma domain-palvelu, johon jo olemassaoleva materiaali sijoitettiin. Suunnitelma ja toteutusmalli On-line -palvelun vaatimien ohjelmointien osalta oli siis valmiina.

Tällä hetkellä valtakunnallisestikin ainutlaatuinen alueellisen urheilujärjestöviestinnän palvelu on haasteellinen myös palvelun kehittäjien kannalta. Vastaavaa mallia ei aikaisemmin ole missään toteutettu, joten kehittämistyön yksi kulmakivistä on kyselytutkimukset sekä potentiaalisille sisällöntuottajille sekä palvelun käyttäjille. Palvelu elää tai kuolee käyttäjiensä tahdosta, sillä he viimekädessä päättävät palvelun tarpeellisuudesta. Tässä palvelussa Keski-Suomen Liikunta toteuttaa perustehtävänsä verkonkutojana konkreettisesti.

4.2 URLInet -palvelun sisältö

Palveluun on tehty tiedon tuottamista helpottavia apuohjelmia, joiden avulla myös järjestöjen omilla kotisivuilla tiedottaminen on vaivatonta. Seuraavassa esittelen käytetyimmät tämänhetkiset jäsenpalvelut, jotka löytyvät URLInetin internet-kotisivulta "vain jäsenille" -nappia painamalla ja antamalla käyttäjätunnuksen sekä salasanan.

1. Tiedotuspalsta

Tiedotuspalsta on tarkoitettu ajankohtaisten asioiden tiedottamiseen. Tämä palsta soveltuu esimerkiksi jäsentiedotteiden julkaisuun. URLIn palvelimelle tallennetut tiedotteet saadaan myös näkyviin järjestön omalla kotisivulla.

2. Tapahtumakalenteri

Tapahtumakalenteri on URLInetin luetuimpia sivuja. Kalenteriin voi laittaa kaikki kilpailutapahtumat, koska ne ilmestyvät kalenterin lisäksi tapahtumaviikolla URLInetin pääsivulla. Kalenteriin on linkki mm. sähköisen Keski-suomalaisen vapaa-aikasivuilta. Kalenteriin saa myös linkin seuran omalle kotisivulle sekä sähköpostilinkin. Kaikki omalla tunnuksella tallennetut tapahtumat saa näkyviin myös järjestön omalla kotisivulla vastaavasti kuin tiedotuspalstankin.

3. Tulospalvelu

Tulospalvelu toimii samalla tavoin kuin tiedotuspalsta. Tälle palstalle voi laittaa tulokset, jotka ilmestyvät sekä URLInetin tulospalvelussa että järjestöjen omalla kotisivulla.

4. Uutena on tulossa myös koulutuskalenteri, jossa järjestöt voivat ilmoitella omista koulutuksistaan.

5. Koululiikunnalle on avattu myös oma sivusto, joka toimii koulujen omien projektien tietopankkina.

Mikään edellisistä palveluista ei vaadi html-kielen osaamista, vaan tiedot

voidaan kopioida palveluun suoraan tekstinkäsittelyohjelmasta tai kirjoittamalla suoraan palvelussa ollessa.

5. Tutkimuksen asettelu

Tämä tutkimus koostuu kahdesta kyselytutkimuksesta, jotka ovat kohdistuneet sekä palvelun sisällön tuottajiin että palvelun käyttäjiin.

Sisällöntuottajille, eli keskisuomalaisten urheiluseurojen puheenjohtajille kohdistettua kyselyä (liite 1.) lähetettiin 263 kappaletta. Kyselyllä pyrittiin selvittämään, näkevätkö seurajohtajat internetin uutena seuratoiminnan viestinnän välineenä sekä onko maakunnallisella urheilun verkkopalvelulla tarvetta seurojen näkökulmasta.

Palvelun käyttäjille suunnattu kysely (liite 2.) on koko syksyn -98 URLnetin internet-sivulla. Siinä pyritään hahmottamaan palvelun käyttäjien profiili sekä mitä palvelusta on tultu hakemaan.

Tutkimuksen johtopäätöksenä pyritään luomaan kuva siitä, miten seurat tänä päivänä mieltävät internetin käyttömahdollisuudet sekä omassa toiminnassaan sekä tiedonhankintavälineenä.

6. Tutkimustulokset

Seuraavassa esitellään tutkimustulokset kysymys kerrallaan. Tuloksiin vaikuttaa varmasti valitettavan pieni vastaumäärä, mutta karkeita linjauksia voidaan tuloksista vetää. URLnetin kannalta antoisimmat vastaukset liittyvät seurajohtajien uskoon internetin hyödyntämisestä tiedottamisen välineenä.

6.1 Kysely sisällöntuottajille

Kysely tehtiin potentiaalisille sisällöntuottajille eli keskisuomalaisten seurojen puheenjohtajille.

Tällä kyselyllä haluttiin saada selville se, mitkä tilanteet tai välineet seurajohtaja kokee tärkeänä tiedotustoiminnan kannalta. Samoin kyselyllä pyrittiin hahmottamaan sitä, miten keskisuomalaiset urheiluseurat suhtautuvat tänä päivänä verkkoviestintään tiedottamiskanavana ja sen merkitystä tulevaisuudessa (=seurajohtajabarometri). Tämän lisäksi vastaajaa pyydettiin käymään, mikäli mahdollista, kommentoimassa nykyistä maakunnallista verkkopalvelua osoitteessa <http://www.urli.org>.

Kyselyjä lähetettiin 263 kappaletta, joista palautui määräpäivään mennessä 52 kappaletta. Vastausprosentti oli siis 20. Määrä jäi valitettavan pieneksi siitäkin huolimatta, että vastaajat saivat palautuskuoren.

Taustamuuttajat

Vaikka vastausprosentti jäi melko pieneksi, saatiin mukaan hyvin tasaisesti jäsenmäärältään eri suuruisia seuroja.

Vastanneiden seurojen jäsenmäärät:

- alle 50	9,6 %
- 50-100	21 %
- 101-200	27 %
- 201-500	27 %
- yli 500	16 %

Seurojen budjetit olivat pääosin pieniä - tosin tämän päivän seuroista suurin osa on yhden lajin erikoisseuroja, joten tulos on siihen nähden luonnollinen.

Vastanneiden seurojen vuosibudjetit:

- alle 200 000	69 %
- 200 000 - 500 000	15,5 %
- 500 000 tai yli	15,5 %

Internetin käyttö jakaantui vastaajien kesken tasaisesti. Tämä on kyselyn kannalta hyvä, sillä se antaa objektiivisemmän kuvan verkkopalvelun kiinnostavuudesta. Jo nyt on kuitenkin huomattavissa, että internetin käyttö johonkin tarkoitukseen (syytä ei kysytty) alkaa olla jo melko yleistä. Monilla henkilöillä on omassa työpaikassaan mahdollisuus käyttää internetiä ja tiedetään, että moni seurajohtaja on myös liike-elämässä johtavassa asemassa. Pitää muistaa, että sähköpostin käyttö on yksi osa internetin käyttöä.

Jo 1/4 kyselyn seuroista on tänä päivänä internet-kotisivu. Tämä prosentti on luultavasti hieman yläkanttiin kaikki seurat huomioiden. Tosin seurojen kotisivuja tulee lisää viikottain.

Internetin käyttö

- säännöllisesti	30 %
- satunnaisesti	30 %
- harvoin	20 %
- ei ole käyttänyt	20 %

Seuran kotisivu

- on	21 %
- ei	79 %

Tärkeimmät tiedotuskanavat

Kyselyssä kysyttiin, mitkä kanavat ovat seurajohtajan mielestä tärkeimpiä tiedottamisen näkökulmasta. Tuloksista näkee, että henkilökohtaisia

kontakteja arvostetaan eniten. Vuosikokous nousi mielestäni yllättäen toiseksi tärkeimmäksi tiedottamisen paikaksi. Tämä kertoo siitä, että silloin on koko jäsenkunta kutsuttuna paikalla. Vuosikokous on ainut virallinen vaikuttamisen paikka, ja se selvästi näkyy kyselystä. Samoin puheenjohtajan rooli on luultavasti näkyvin jäsenien suuntaan nimenomaan vuosikokouksessa. Tämä vaikuttamisen mahdollisuus pitäisi monissa yhdistyksissä myös jäsenten suunnasta tiedostaa entistä paremmin. Internetiä ja varsinkaan sähköpostia ei vielä koettu tärkeäksi. Itse uskon niiden merkityksen tiedottamisen välineenä kasvavan tulevaisuudessa.

Puheenjohtajien mielestä tärkeimmät viestinnän kanavat seuratoiminnassa:

	Ei tärkeä	----->			Erittäin tärkeä
Henk.koht. kontaktit	4 %	2 %	6 %	25 %	63 %
Vuosikokous	2 %	14 %	10 %	22 %	60 %
Kilpailut	6 %	4 %	12 %	22 %	57 %
Jäsentiedote	4 %	8 %	4 %	30 %	55 %
Lehtijutut	2 %	8 %	12 %	41 %	37 %
Juhlatilaisuudet	8 %	12 %	30 %	20 %	30 %
Ilmoitustaulu	6 %	10 %	20 %	34 %	30 %
Urheilukerhot	4 %	8 %	22 %	44 %	20 %
Internet-sivut	6 %	22 %	30 %	24 %	18 %
Sähköposti	12 %	12 %	38 %	21 %	16 %

Muita kanavia:

- puhelin (2 kpl)
- puskaradio
- ohjaajat
- tapahtumat, kilpailukalenteri

Asenteisiin ja odotuksiin kohdistuvat kysymykset

Loput kyselyn kysymyksistä liittyivät puheenjohtajan asenteisiin ja odotuksiin internetiä sekä maakunnallista tietoverkkopalvelua kohtaan.

Uskotko että internetistä on hyötyä uutena tiedonhankinnan välineenä ?

Selvästi suurin osa seurajohtajista uskoo, että internet tulee olemaan tärkeä viestinnän väline tulevaisuudessa. Samoin maakunnallista tietopankkia kohtaan on erittäin positiiviset odotukset. Tätä varmasti selittää se, että yhdistystoiminnassakin on paljon ilmoitusluontoisia asioita esim. verotukseen tai yhdistyksen sääntöihin liittyen, joita mielellään haettaisiin yhdestä paikasta. Samoin liikuntaihmiset mielellään hakisivat laajemman alueen seuraluetteloja ja kilpailukalenteria joko osallistuakseen tapahtumaan kilpailijana tai katsojana. Lähitulevaisuudessa on selvästi nähtävissä myös kuntoliikuntatapahtumien kiinnostuksen kasvun, kunhan seuramat oppivat selkeämmin tuotteistamaan kuntoliikuntapalvelunsa.

Tarvitaanko maakunnallista tietopankkia ?

- kyllä 90 %
- ei 10 %

Mitä maakunnallisen tietopankin tulisi sisältää ?

- seurojen yhteystiedot 88 %
- tapahtuma- ja kilpailukalenteri 87 %
- ajankohtaiset tiedotteet 85 %
- lasten/nuorten liikunta-asiaa 60 %
- lajien kilpailutulokset 50 %
- harrasteliikunta-asiaa 48 %
- urheilulinkkejä 46 %
- kysymys/vastauspalsta 42 %
- liikunnan suorituspaikkoja 40 %
- lajien tilastot 37 %
- koululais- ja opisk.liikunta-asiaa 37 %
- seurasiirto- ym. lomakkeita 35 %
- keskustelupalsta 31 %
- urheiluvälineliikkeitä 15 %

Muuta:

- kamapörssi (2 kpl)
- tietoa vetäjien, valmentajien pätevyydestä
- erotuomareiden yhteystiedot lajeittain

6.2 Kysely palvelun käyttäjille

Kysely julkaistiin URLnetin verkkosivulla 15.9.- 16.10. Kyselyllä pyrittiin saamaan selville, mitä palvelusta on tultu hakemaan ja mitä tiedon hakijan mielestä palvelussa pitäisi olla. Vastausmäärä jäi vielä surkeammaksi kuin postikyselyssä. Vain 25 ihmistä vastaasi kyselyyn. Alhainen vastausmäärä johtuu osittain siitä, että palvelu tunnetaan vasta hyvin pienessä piirissä.

Taustamuuttajat

Kyselyyn vastasi 17 miestä (keski-ikä 36-50 v.) ja kahdeksan naista (keski-ikä 21-35). 92 % (22 kpl) vastaajista ilmoitti olevansa mukana seuratoiminnassa. Säännöllisiä käyttäjiä kävijöistä oli noin kolmannes.

Kävijöitä

- kerran viikossa 32 %
- kerran kuukaudessa 52 %
- harvemmin 16 %

Sisällön erittely

Seuaavaksi haluttiin selvittää, mitä URLInet -palvelun tulisi sisältää, eli mitä palvelussa kävijä siltä odottaa. Tulokset ovat hyvin paljon samansuuntaisia kuin seurajohtajakyselyssäkin. Ainoastaan ihmetyttää se, että kukaan ei kaipaa lajien tilastoja. Tätä osittain selittää se, että tilastot eivät ole tärkeitä kuin tietyissä lajeissa (esim. yleisurheilu) sekä seikka, että tilastoja ei olla totuttu vielä hakemaan inter netistä.

- seurojen yhteystiedot	92 %
- ajankohtaiset tiedotteet	88 %
- tapahtuma- ja kilpailukalenteri	84 %
- urheilulinkkejä	56 %
- lajien kilpailutulokset	52 %
- liikunnan suorituspaikkoja	48 %
- harrasteliikunta-asiaa	40 %
- lasten/nuorten liikunta-asiaa	40 %
- kysymys/vastauspalsta	36 %
- keskustelupalsta	36 %
- koululais- ja opisk.liikunta-asiaa	28 %
- urheiluvälineliikkeitä	28 %
- seurasiirto- ym. lomakkeita	24 %
- lajien tilastot	0 %

Kommentteja palvelusta:

Positiiviset kommentit:

- tapahtumakalenteri hyvä (tosin jos kellonaika näkyisi oikein, olisi vielä parempi...)
- nopea tiedotuskanava niille seuroille jotka ovat mukana.
- paikallinen, ajankohtainen, helpposti saavutettavissa
- hyvä ulkoasu
- toimiva ratkaisu ja yhteydet pelaa
- tämän hetkiset tarjoamiset hyvin esillä ja löytyy helposti.
- saattaisi löytyä ongelmiin ratkaisuja oman seuran ulkopuolelta. (ehkä jo ratkaistu sama ongelma jossakin muussa seurassa).
- selkeä
- helppo pääsy.. (sitten kun on löytänyt paikan)..
- hyvä esitystapa = selkeys.. hyviä linkkejä..
- ehkä alkuun vaikea löytää.. etsisin osoitteesta <http://www.urlinet.fi>.. mutta toisaalta sitten kun on löytänyt, on ihan mukava käydä.. toisaalta varmaan henkilö, joka tietää mistä tietoa löytää, löytää varmastikin helposti urlinetin.. Eli ihan mukava huomata
- mielenkiintoinen ja selkeä. Tulospalvelu hyvää.
- latautui nopeasti
- palvelee tarkoitustaan
- toivottavasti pysyy ajantasalla

Negatiiviset kommentit:

- ei uusiudu riittävästi
- tapahtumakalenterin ulkonäkö kaipaisi fixausta
- selkeät sarakkeet eri tiedoille, ettei ole yhdessä pötkössä sekä aika, paikka
- toistaiseksi kaikki seurat eivät ole edustettuina.
- nippelitietoa sieltä ja täältä, kaavamainen
- ulkoasu voisi olla hieman ilosempi ja vaihtelevampi

Kehittämiskommentit:

- Helsinki 2006 projekti
- seuraesittelyjä (esim. kuukauden URLI-seura)
- linkit eri seurojen sivuille
- linkit majoitusliikkeisiin jne....
- mahdollisesti avoin keskustelu palsta olisi hyvä.
- kaipaisin lisää lajikohtaista tietoa. esim. pesäpallosta, onhan se suomen kansallislaji!
- ihan selkeä - väriä elämään ja lajikohtaisia tiedonantoja

7. Koonnos

Kyselyn tulos internet-palvelun tuottajan kannalta oli optimistinen. Suurin osa vastaajista tuntui tarvitsevan alueellista palveluverkkoa, joka nivoisi yhteen erilaista internetissä olevaa tietoa. Seuraavassa nelikenttäanalyysissä (SWOT) pyrin hahmottamaan palvelun toimivuutta kyselytutkimuksen perusteella.

7.1. Maakunnallisen internet-palvelun vahvuudet

URLInet-palvelun vahvuus on selvästi sisällöntuoton järjestämisessä. Mitä useampi järjestö ryhtyy tiedottamaan / liittyy jäseneksi palveluun, sen suuremman suosion se saa. Palvelun käyttö kumuloituu käyttäjien kasvun myötä. Tietokantaratkaisun myötä sisällän järjestäminen voidaan tehdä räätälöidysti tiedon tuottajan tarpeen mukaan.

Selvästi on tarvetta yhteiselle tapahtumakalenterille sekä tarvetta toteuttaa tiedottamista helposti internetissä. URLInet -palveluhan ei vaadi minkäänlaista html-kielen osaamista, vaan tiedottamiseen riittää vain pääsy internetiin.

Yksi vahvuus on myös se, että suurimpien lajiliittojen alueorganisaatiot ovat positiivisella kannalla palvelun suhteen, ja monet niistä ovat jo jäseniä ja hoitavat nettitiedottamistaan sitä kautta. Tätä kautta palvelussa tulee esiin vielä yksi sen vahvuuksista, joka on alueellisuus.

7.2. Maakunnallisen internet-palvelun heikkoudet

Palvelu toteutetaan tällä hetkellä ilman rahoitusta, mikä estää sen järkevän tuotekehittelyn. Palvelu tarvitsisi koordinaattorin, joka jatkuvasti kuulostelisi sisällöntuottajilta uusista esiintulevista tarpeista sekä käyttäjien toiveita. Resurssien puute vaikuttaa myös palvelusta tiedottamiseen. Elinehto palvelulle on, että sinne saataisiin jatkuvasti uusia sisällöntuottajia.

Tänä päivänä internet on vielä liian "hankala" väline monille ihmisille. Siinä vaiheessa kun "nettipäätteeseen" törmää kaupan sisääntuloaulassa, omassa kotitelevisiossa sekä muissa arkipäivän toiminnoissa, sen merkitys nousee uudelle tasolle. Samoin internet on tänä päivänä liiaksi tietokoneen kahlitsema. Tulevaisuudessa internetin käyttö tulee olemaan yhtä arkipäiväistä kuin television katselu - siitä pitävät teknologian kehitys sekä kaupalliset organisaatiot huolen.

7.3. Maakunnallisen internet-palvelun mahdollisuudet

Parhaimmassa tapauksessa palvelusta tulee keskisuomalaisen liikunnan ja urheilun internet-tiedottamisen "standardi", jollon se on legitimoitu sekä koululiikunnan, kuntien liikuntatoimen sekä urheiluseurojen tahoilta. Kaikki tämä on mahdollista jäntevällä yhteistyöllä.

Tekniikan kehittyessä seurojen on helppo julkaista valokuvia, videokuvaa sekä muuta materiaalia (esim. suunnistuskarttoja) palvelussa. Kun URLInetin jäsenmäärä on sadan paremmalla puolella, sen sisällöntuotto sekä julkisuus ei ole enää ongelma.

Parhaimmillaan palvelu on myös tasa-arvoa kunnioittava, koska internet-palvelu aidosti palvelee niin pienten syrjäkylien seuroja kuin suuria kaupunkiseuroja. Myöskään palvelun hinta ei sulje yhtään seuraa pois sen piiristä.

7.4. Maakunnallisen internet-palvelun uhat

Uhkana voi olla kilpailevien, kaupallisten tuotteiden esiinmarssi, jotka tulevat tuottamaan vastaavia kilpailukalenteria sekä julkistamaan tuloksia. Tätä vastaan URLInet voi taistella pitämällä kiinni perusajatuksestaan - sisällön tuottamisen mahdollisuudesta seuroille. Kun internet tulee kiinteämmäksi osaksi tavallisten perheitten elämää, korostuu paikallisuuden merkitys sekä se, että palvelu on avoin "tavallisille" seuraihmisille.

Pahin uhka on tällä hetkellä on rahoituksen puute. Pahimmassa tapauksessa kehittämistyö loppuu ja serveritilan tarjoaja sanoo yhteistyösopimuksen irti. Hänen intresseissään on tietenkin myös palvelun tuotto-odotukset, jotka rapistuvat kehittämistyön puuttuessa. Ratkaisevaa onkin pystyä perustelevaan Keski-Suomen Liikunnan hallitukselle sekä maakunnallisille yhteistyökumppaneille sen merkittävyys seurapalvelun näkökulmasta.

8. Palvelun tulevaisuus

Palvelun tulevaisuuden ratkaisee käytännössä se, miten urheilujärjestöjä saadaan mukaan hankkeen piiriin. Rahoituskanavien löytäminen tulee ensiarvoisen tärkeäksi asiaksi. Kuten tämä tutkimus osoittaa, rahoitus tässä vaiheessa pitää hankkia muualta kuin käyttäjiltä - internetiä ei vielä osata hyödyntää osana seurojen tiedotustoimintaa.

Vapaaehtoisorganisaatioiden ylläpitämä palvelu sisältää aina riskejä; ihmiset vaihtuvat ja niiden mukana seurojen painopistealueet muuttuvat. Verkkopalvelun tulisi kasvaa niin merkittäväksi, että se tunnistettaisiin

seuratiedottamisen peruspalveluksi. Näin pienet "suhdannevaihtelut" eivät enää häiritsisi verkkopalvelun toimivuutta.

Tällä hetkellä näkymät ovat positiiviset sekä tämän tutkimuksen että urheilujärjestökentän osoittaman mielenkiinnon perusteella. Tulevaisuudessa pyritään liittämään myös koululiikunta sekä kuntien internetissä olevat liikuntapalvelut yhteiseen kokonaisuuteen.

Lähteet:

Kansallisen Multimediaohjelman (KAMU) Kuluttajatutkimukset -hankkeen kahden vuoden tulosten yhteenveto (<http://www.dmi.tut.fi/kamu/kult>) 10.10.1998

Siisiäinen Martti, professori, Kansalaisyhteiskunta sosiologian näkökulmasta 3.3.1998.

Viestintä ja Yhteisöt -opinto-ohjelma, Helsingin yliopisto

Liitteet:

Liite 1: Kyselykaavake seurajohtajille

Liite 2: Kyselykaavake palvelun käyttäjille