

VAASAN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta

Viestintätieteiden laitos

Niina Lappalainen

Sosiaaliset työkalut taitoluisteluvallmentajien sähköisessä  
verkostoitumisessa

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2009

## SISÄLLYS

TAULUKOT	3
TIIVISTELMÄ:	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tutkimuksen tavoite	8
1.2 Tutkimusmenetelmät	9
1.3 Tutkimusaineisto ja aineiston analyysi	11
2 VIESTINTÄ URHEILUSEUROISSA	13
2.1 Kolmas sektori	13
2.1.1 Urheiluseuratoiminta	15
2.1.2 Taitoluisteluseurat Suomessa	16
2.2 Kolmannen sektorin viestintä	17
2.2.1 Seuraviestintä	18
2.2.2 Ammattiviestintä	19
3 VERKOT JA VERKOSTOITUMINEN	21
3.1 Verkostot	22
3.1.1 Sosiaalinen verkosto	23
3.1.2 Verkostoituminen organisaatioissa	24
3.1.3 Verkostoituminen ja internet	26
3.1.4 Verkostoitumisen tavoitteet	27
3.2 Tietoverkot	28
3.3 Tieto	29
4 SOSIAALISET TYÖKALUT VIESTINNÄSSÄ	31
4.1 Verkkoviestintä digitaalisen viestinnän osa-alueena	31
4.2 Sähköposti	36
4.3 Pikaviestimet	37

4.4 Internet-puhelut	38
4.5 Sosiaalinen media	38
4.5.1 Verkkokeskustelu	42
4.5.1.1 Keskustelu vai dialogi	42
4.5.1.2 Keskusteluryhmät verkossa	43
4.5.2 Blogit	44
4.5.3 Wikit	46
4.5.4 Verkkosyötteet	47
4.5.5 Elektroniset kirjanmerkit	48
4.6 Sosiaaliset työkalut ja sosiaalinen verkko	49
4.7 Kollektiivinen äly	50
4.8 Yhteenveto	51
5 TAITOLUISTELUVALMENTAJIEN SÄHKÖINEN VERKOSTOITUMINEN	52
5.1 Kyselyn suorittamisesta	52
5.2 Taitoluistelupalmentajien lähtötaidot ja kanavien luontevuus	54
5.2.1 Eri sähköisten kanavien tutuus taitoluistelupalmentajien joukossa	54
5.2.2 Eri kanavien tämän hetkisiä käyttötarkoituksia	57
5.2.3 Luontevuus käyttää eri sähköisiä kanavia	61
5.3 Kontaktit ja verkostoituminen	64
5.3.1 Verkostoitumisen kanavat	68
5.3.2 Eri kanavien mielekkyys	71
5.3.3 Kanavien käyttö niitä tarjottaessa	74
5.3.4 Verkostoitumisen saavutukset ja sisältö	80
5.4 Yhteenveto	85
6 PÄÄTÄNTÖ	90
LÄHTEET	95

LIITTEET	100
Liite 1. Tutkimuksen verkkokyselylomake	100
Liite 2. Kanavien tunteminen ennestään muuttujittain tarkasteltuna	105
Liite 3. Eri kanavien käyttötarkoituksia tällä hetkellä muuttujittain tarkasteltuna	107
Liite 4. Eri kanavien luontevuus valmentajille muuttujittain tarkasteltuna	110
Liite 5. Eri kanavien käyttö tällä hetkellä muuttujittain vertailtuna	112
Liite 6. Eri kanavien mielekkyys muuttujittain vertailtuna	114
Liite 7. Kanavien passiivinen käyttö niitä tarjottaessa	116
Liite 8. Kanavien aktiivinen käyttö niitä tarjottaessa	118
Liite 9. Verkostoitumiselta haluttavat saavutukset muuttujittain vertailtuna	120
Liite 10. Verkkoviestinnän sisältö muuttujittain vertailtuna	122

## TAULUKOT

Taulukko 1. Verkon mahdollisuudet seuraviestintään. Muokattu Pohjanoksan, Kuikkasen & Raaskan (2007: 12) Verkko viestinnän välineenä -taulukon pohjalta.	34
Taulukko 2. Vastaajamäärän (n=104) jakautuminen eri muuttujien osalta.	53
Taulukko 3. Kanavien tuttuus taitoluisteluvalmentajille ja -ohjaajille (n=104).	55
Taulukko 4. Eri kanavien käyttötarkoituksia (n=104).	57
Taulukko 5. Eri sähköisten kanavien luontevuus koko vastaajajoukolle (n=104).	62
Taulukko 6. Kontaktien määrä alueittain jaoteltuna.	65
Taulukko 7. Kontaktien määrä valmennustunneittain tarkasteltuna.	66
Taulukko 8. Kontaktien määrä iän mukaan tarkasteltuna.	67
Taulukko 9. Kanavien käyttö tällä hetkellä (n=104).	69
Taulukko 10. Mielekkäin sähköinen kanava (n=104).	71
Taulukko 11. Kanavien passiivinen käyttö niitä tarjottaessa (n=104).	75
Taulukko 12. Kanavien aktiivinen käyttö niitä tarjottaessa (n=104).	78
Taulukko 13. Verkostoitumisen saavutukset (n=104).	81
Taulukko 14. Verkostoitumisen sisällöt (n=104).	82



---

**VAASAN YLIOPISTO****Humanistinen tiedekunta**

<b>Laitos:</b>	Viestintätieteiden laitos
<b>Tekijä:</b>	Niina Lappalainen
<b>Pro gradu -tutkielma:</b>	Sosiaaliset työkalut taitoluistelvalmentajien sähköisessä verkostoitumisessa
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri
<b>Oppiaine:</b>	Viestintätieteet
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2009
<b>Työn ohjaaja:</b>	Anita Nuopponen

---

**TIIVISTELMÄ:**

Tutkielma käsittelee Suomen taitoluistelvalmentajien ja -ohjaajien verkostoitumista. Tutkimuksessa selvitetään, onko tämän hetkisten kontaktien määrä riittävä, kaivataanko kohderyhmässä verkostoitumisen parantamista ja kaivataanko kohderyhmässä sähköisen verkostoitumisen mahdollisuutta. Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi, mitä sisältöjä valmentajat ja ohjaajat kaipaavat verkkoviestintään. Tutkimusaineisto koostui Suomen taitoluistelvalmentajien ja -ohjaajien verkkokyselyvastauksista, joita tuli yhteensä 104. Vastauksia tarkasteltiin kokonaisuutena sekä muuttujittain, joina toimivat maantieteellinen alue, valmennustuntimäärä sekä valmentajan ikä.

Vastauksia tarkasteltiin pääsääntöisesti kvantitatiivisesti, ainoastaan avoimet vastaukset käsiteltiin kvalitatiivisesti. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa Suomen taitoluistelvalmentajista kaipaa lisää kontakteja ja kannattaa sähköistä verkostoitumista valmentajien keskuuteen. Valmentajat seuraisivat erilaisia sähköisiä kanavia enemmän kuin kirjoittaisivat niihin itse. Yli puolet valmentajista seuraisi kaikkia kysytyjä kanavia eli sähköpostia, keskustelufoorumia, sosiaalisia sivustoja, syötteitä, wikejä ja blogeja. Yli puolet valmentajista puolestaan voisi itse kirjoittaa sähköpostia, keskustelufoorumille, sosiaalisille sivustoille sekä pikaviestimiin. Verkkoviestinnän sisällöksi kaivattiin pääsääntöisesti paljon erilaisia keskusteluja ja tietopankkeja. Sähköisen verkostoitumisen avulla valmentajat haluavat saada uusia ideoita sekä saada lisää tietoa taitoluisteluun ja valmennukseen liittyen. Mahdollisimman laaja-alaisella ideoiden ja tiedon vaihdolla taitoluistelua kyettäisi kehittämään nopeammin ja tehokkaammin koko maassa. Tutkimuksessa selvisi myös, että valmentajille kokemusten jakaminen sekä vertaiskeskustelu toisten valmentajien kanssa ovat erittäin tärkeitä. Jos nämä olisivat riittävässä määrin mahdollisia, olisi valmentajalla tällöin hyvä turvaverkosto, johon tukeutua.

Tutkimuksessa selvisi, että valmentajajoukon yhteen kokoajana toimii Suomen Taitoluisteluliitto. Vastuu valmentajien keskinäisen viestinnän parantamisesta on heillä, sillä heillä on viestintäkanava seuroihin jo auki. Tärkeää verkostoitumismahdollisuuksien luomisessa on, että toteutus suunnitellaan huolellisesti ja käyttäjille annetaan mahdollisuus oppia uusien kanavien käyttöä.

---

**AVAINSANAT:** sähköinen verkostoituminen, verkkoviestintä, sähköposti, pikaviestimet, VoIP-puhelut, keskustelufoorumit, sosiaaliset sivustot, wikit, blogit, syötteet



## 1 JOHDANTO

Yrityksissä ja kouluissa verkkoviestintä alkaa olla arkipäivää. Kouluissa suoritetaan verkkokursseja ja esimerkiksi ilmoittautumiset ja omien tietojen hallinta onnistuu internetin kautta. Yrityksissä taas on käytössä yleisten verkkosivujen, intranetin ja sähköpostin lisäksi usein jokin reaaliaikainen keskusteluohjelma, erilaisia videokonferenssimahdollisuuksia sekä kollektiivista työskentelyä vaativia sovelluksia.

Niin kutsuttu kolmas sektori eli erilaiset voittoa tuottamattomat organisaatiot ovat myös ottaneet verkkoviestinnän arkipäiväiseksi välineekseen. Tällä hetkellä esimerkiksi lähes kaikilla urheiluseuroilla on omat verkkosivunsa. Verkkosivut sinällään edustavat yksisuuntaista, tiedottamiseen pohjautuvaa verkkoviestintää. Yleistymässä ovat monenlaiset harrastajaforumit. Toiset foorumeista ovat täysin sosiaaliseen tarkoitukseen luotuja, toisia taas käytetään myös informaationjakotarkoituksessa. Monilla toimijoilla on jo oma fooruminsa, ollut mahdollisesti jo pitkäänkin. Oman tutkimukseni kohteena olevassa taitoluistelun maailmassa ei kuitenkaan ole muita verkkoviestinnän sovelluksia käytössä kuin seurojen ja Suomen Taitoluisteluliiton verkkosivut sekä sähköpostilistat, joista jälkimmäistä ei voi sanoa interaktiiviseksi foorumiksi, sillä niiden kautta toimii lähinnä tiedotus liitosta seuroihin tai seuran sisäinen tiedotus.

Taitoluisteluvalmentajat tapaavat vuosittain lähinnä kilpailuissa, koulutuksissa ja valmentajapäivillä. Nämä ovat erittäin hyödyllisiä tilaisuuksia sekä verkostoitumisen että oppimisen kannalta, varsinkin intensiiviset koulutukset, joissa valmentajat pääsevät vaihtamaan kokemuksiaan sekä kertomaan uusista ideoista ja ajatuksista. Suurin osa Suomen taitoluistelu-seuroista ei kilpaile toistensa kanssa harrastajista, joten valmentajat voivat sen suhteen jakaa tietämystään muillekin. Tämä edesauttaa myös lajikehitystä ja mahdollisesti samalla myös edistää lajin tunnettuutta, jos toisten ajatukset parantavat toimintaa muissakin kaupungeissa.

Oma taustani taitoluistelun parissa johtaa jo pitkältä. Olen ollut yhtäjaksoisesti taitoluistelutoiminnassa mukana 18 vuotta, joista itse luistellut noin 10 vuotta ja valmentanut



eritasoisia ja -kokoisia ryhmiä vuosituhannen vaihteesta lähtien. Tällä hetkellä valmennan 10–19 tuntia viikossa. Valmennustyöni sisältää luistelukoulun, harrastajaryhmiä, muodostelmaluistelua, yksinluistelua, aikuisryhmiä sekä kilpaluistelualmennusta. Muutettuani Hämeen alueelta pohjoiselle alueelle huomasin, että kontaktini toisten seurojen valmentajiin ovat vähitellen hiipuneet. Etelä-Suomi on koulutuksien ja tapahtumien suhteen aktiivisin ja siellä kontakteja on helpompi pitää yllä osallistumalla toimintaan. Tästä nousikin tutkimusidea sähköisen verkostoitumisen mahdollisuuksista.

### 1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, mitkä verkkoviestinnän kanavat Suomen taitoluistelualmentajat ja -ohjaajat kokevat hyödyllisimmäksi oman verkostoitumisensa parantamiseksi. Tutkimuksen tarve perustuu omakohtaiseen kokemukseen verkostoitumisen ja kontaktien riittämättömyydestä sekä oletukseen, että sama kokemus on myös muilla valmentajilla ja ohjaajilla. Oletus testataan tekemällä kysely valmentajille.

Selvitän ensin, ovatko Suomen taitoluistelualmentajat ja -ohjaajat tyytyväisiä oman seuransa ulkopuolelle ulottuvien kontaktiensa määrään. Lisäksi selvitän, onko taitoluistelualmentajilla mielestään tarvetta sähköiseen verkostoitumiseen, jonkinlaiseen kanavaan verkossa, jossa he voisivat nykyistä useammin viestiä vertaisryhmässään. Tällaisia mahdollisia kanavia ovat esimerkiksi keskustelufoorumit, blogit, wikit ja sosiaaliset sivustot. Tutkimuksessa pohdin mahdollisen tarpeen lisäksi sitä, mitä edellä mainituista sosiaalisen median kanavista taitoluistelualmentajat voisivat omasta mielestään käyttää verkostoitumisessa hyväkseen. Jotta tutkimus mahdollistaisi myös jatkotoimenpiteet, selvitän myös, mitä taitoluistelualmentajat ja -ohjaajat toivovat verkostoitumiselta saavansa sekä millaista sisältöä verkkoviestinnän tulisi heille tarjota. Verkkoviestintä on kohteena siksi, että valmentajien fyysinen sijainti voi olla hyvin toisistaan poikkeavaa: eteläisin taitoluisteluseura löytyy Helsingistä ja pohjoisin taas Rovaniemeltä. Näiden kysymyksien avulla kartoitan, kuinka suuri tarve sähköiselle verkostoitumiselle on, ja mikä kanava olisi tähän tarkoitukseen sopivin. Erittäin tärkeää on verkkoviestinnän on-

nistumisen kannalta myös sisältö, jota sinne halutaan, sillä ilman tarpeeseen vastaavaa sisältöä ei kanava kauaa jaksaa pysyä elinvoimaisena.

Sosiaalisen median käytöstä taitoluisteluvalmentajien parissa ei ole aiemmin tehty tutkimusta. Samalta teoriapohjalta on kuitenkin tehty erilaisia tutkimuksia erilaisille kohderyhmille. Esimerkiksi Tilastokeskus on tehnyt suomalaisten tieto- ja viestintätekniikan käytöstä vuonna 2007 katsauksen *Tieto- ja viestintätekniikka arjessa*. Oma tutkimukseni tuo erikoisesta kohderyhmästään johtuen lisää yksityiskohtaisuutta aihealueen yleisiin tutkimuksiin.

## 1.2 Tutkimusmenetelmät

Selvittääkseni edellä mainittuja tutkimuskysymyksiä, tein verkkokyselyn kaikille Suomen taitoluisteluseuroille, joiden yhteystiedot löytyivät Suomen Taitoluisteluliiton verkkosivuilta. Seuroja on yhteensä 66. Lähetin kyselyn linkin taitoluisteluseurojen puheenjohtajille, jotka välittivät kyselyn oman seuransa valmentajille ja ohjaajille. Vallin (2007: 111) mukaan verkkokyselyssä etuina olivat taloudellisuus, ja mahdollisuus muuttaa vastaukset suoraan tiedostoksi, mikä poistaa lyöntivirheet. Verkkokyselyn heikko puoli oli se, että varsinkaan iäkkäämmät henkilöt eivät suhtaudu niihin kovin innokkaasti, ja tästä syystä varmasti vanhempia päätoimisia ja kokeneita valmentajia jäi tavoittamatta.

Käytin kyselyssäni monivalintakysymyksiä, asteikkoihin perustuvia kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä laadin valmiit vastausvaihtoehdot ja vastaajan tehtävänä oli rastittaa sopiva vaihtoehto. Asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä selvitin lähinnä eri kanavien käytön useutta tai mielekkyyttä. Avoimissa kysymyksissä jätin tyhjän tilan vastaajalle, jotta hän voi muodostaa täysin oman vastauksensa ja näin vastauksesta muodostuu analyttisempi. Avoimia kysymyksiä käytin lähinnä monivalintakysymysten ja asteikkoihin perustuvien kysymysten tukena, jotta vastaaja pystyi perustelemaan omia valintojaan tai jos hän ei vaihtoehtoista tai asteikoista löytänyt sopivaa vaihtoehtoa, hän pystyi siitä huolimatta vastaamaan kysymykseen. Tällä keino-

la vastaajalle löytyi joka tapauksessa keino vastata, vaikka monivalinta- tai asteikkokysymyksistä ei olisikaan löytynyt sopivaa vaihtoehtoa. Tämänkaltainen vastausvaihtoehtojen varmempi sopivuus vastaajalle on Hirsjärven ja muiden (2000: 180–182) mukaan kyselyn onnistumisen kannalta erittäin tärkeää. Samaan tyyliin myös Valli (2007: 102–103) huomauttaa, että kysymysten tekeminen ja muotoilu on suurin virhetulosten tekijä kyselylomakkeessa.

Aloitin kyselyn Vallin (2007: 103) ohjeiden mukaisesti taustakysymyksillä, joiden avulla lämmittelin vastaajaa aihetta koskeviin kysymyksiin. Samalla taustakysymykseni toimivat analyysissäni muuttujina, joiden mukaan tarkastelen vastauksia vertaillen niitä keskenään muuttujittain, ja tästä saan käsityksen, millainen vaikutus taustamuuttujilla mahdollisesti vastauksiin on.

Käytin asteikkoihin perustuvissa kysymyksissäni Likertin asteikkoa, joka on yksi käytetyimmistä asenteiden ja mielipiteiden mittauksen apuvälineistä (Valli 2007: 115). Kyselyni Likertin asteikko oli nelilukuinen, jolloin neutraali vastausvaihtoehto on jätetty pois. Koska tutkimukseni aihe on kohderyhmälle niin läheinen, voin Vallin (2007: 116) mukaan olettaa vastaajilla olevan jonkinlainen mielipide asiasta. Likertin asteikon yksi tyypillinen ongelma näkyi saamissani vastauksissa eli ääripäitä ei käytetty kovin mielellään. Tästä syystä olen analyysissäni yhdistänyt eri vastausvaihtoehtoja, joka on myös Vallin (2007: 117) mukaan asteikkoja käytettäessä täysin mahdollista.

Käytin kyselyssäni myös valmiita vastausvaihtoehtoja eli ns. rasti ruutuun -vastauksia. Tällaisissa kysymyksissä oli vielä lisäkysymyksenä avoin kysymys, jossa vastaaja saattoi täydentää tai selittää vastauksiaan. Käytin valmiita vastausvaihtoehtoja mm. kysymyksissä, joissa pyrin kartoittamaan verkkoviestinnän haluttua sisältöä sekä sitä, mihin verkkoviestintää käytettäisiin. Valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla pyrin antamaan vastaajille ensikuvitelmiä, millaisia mahdollisuuksia verkkoviestinnässä on, joita vastaaja pystyi sitten täydentämään vielä avoimiin kohtiin niin halutessaan.

Avoimien kysymysten avulla sain esille uusia ideoita ja ajatuksia sekä suoria toimintaehtotuksia. Osa vastaajista perusteli muiden kysymysten mielipidettään tarkemmin juu-

ri avoimissa vastauksissa. Kuten Valli (2007: 124) huomauttaa mahdolliseksi avointen kysymysten ongelmaksi, jätettiin omassa kyselylomakkeessanikin avoimiin kysymyksiin paikoin helposti vastaamatta.

### 1.3 Tutkimusaineisto ja aineiston analyysi

Aineistoni koostuu edellä kuvaamallani kyselylomakkeella saamistani Suomen taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien kyselyvastauksista, joita tuli 104 kappaletta. En lähtenyt tutkimuksessani erottelemaan valmentajia ja ohjaajia, sillä kaikki kuitenkin toimivat samassa toimintaympäristössä. Valmentajan ja ohjaajan erona on oman kokemukseni perusteella koulutus- ja kokemustason kautta. Ohjaajat ovat vähemmän koulutautuneita, kun taas valmentajilla on takanaan jo enemmän koulutustunteja. Lisäksi valmentajilla on laajempi käytännön kokemus eritasoisista luistelijoista ja heillä on usein enemmän valmennustunteja viikossa kuin ohjaajilla. Suurin ero on kokemukseni mukaan siinä, että ohjaajia on usein lähinnä vain luistelukoulussa, alkeisohjauksessa tai apuohjaajina muissa ryhmissä, eikä heillä ole vastuuvallennettavia. Ero ei kuitenkaan ole tutkimukseni kannalta merkityksellinen, sillä kyse on koko valmennustoimintayhteisön verkostoitumisesta, ja yhtäläillä valmennustoimintayhteisöön kuuluvat valmentajien ohella ohjaajat.

Kyselyn avulla pystyin keräämään laajan tutkimusaineiston, jossa sekä vastaajamäärä oli suuri että kysyttäviä asioita oli useita (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000: 180–182). Sähköpostin avulla sain yhteyden suurimpaan osaan Suomen taitoluistelupalmentajista ja -ohjaajista. Lisäksi se oli nopeampi ja varmempi tapa saada mahdollisimman suuri määrä vastauksia. Tarkkaa vastausprosenttia ei tutkimuksessani voida laskea, sillä ei ole saatavilla tarkkaa tietoa, kuinka monta valmentajaa ja ohjaajaa seuroissa yhteensä työskentelee. Kuitenkin voin todeta, että vastausprosentti on korkea verrattuna arvioituun taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien määrään, sillä seurojakin on reilusti alle sata. Vastausprosenttia kasvattaa se, että kysely lähetettiin tietyille erityisryhmälle, voisi jopa sanoa tietyn ammatin edustajille, jolloin vastaajien kokiessa aihepiirin heille tärkeäksi, voi vastausprosentti nousta jopa ylemmäksi kuin omassa tutkimuksessani (Hirsjärvi ym.

2000: 183–184). Vastanneista naisia oli 101 ja miehiä kolme. Tämän hajonnan vuoksi en analysoi vastauksiani sukupuolen näkökulmasta, sillä laadukkaaseen vertailuun olisin tarvinnut enemmän miesvastaajia.

Tarkasteltaviksi muuttujiksi valitsin maantieteellisen toiminta-alueen, joka määrittyy Suomen Taitoluisteluliiton aluejaon mukaan (Helsingin alue, Uudenmaan alue, Lounais-Suomi, Hämeen alue, itäinen alue ja pohjoinen alue). Toinen valitsemani muuttuja on valmennustuntien määrä. Tämän muuttujan avulla pystyin selvittämään, kuinka valmennustuntien määrä vaikuttaa verkostoitumiseen liittyviin ajatuksiin. Jaottelin valmennustuntimäärät kymmenen tunnin välein ryhmiin, eli 0-9 tuntia viikossa valmentavat, 10–19 tuntia viikossa valmentavat, 20–29 tuntia viikossa valmentavat ja 30–40 tuntia viikossa valmentavat. Suurin osa vastaajista on 0–9 tuntia viikossa valmentavia. Lisäksi tarkastelin vastausten ikähajontaa ikäluokituksin alle 20-vuotiaat valmentajat, 20–29-vuotiaat valmentajat, 30–39-vuotiaat valmentajat, 40–49-vuotiaat valmentajat sekä yli 50-vuotiaat valmentajat.

Käsittelin aineiston ensin kvantitatiivisesti, ja tästä esitän tulokset prosenttiosuuksina. Analyysissä esitän tutkimukseni tärkeimmät tulokset, tarkemmat tulokset ovat nähtävillä liiteosiossa. Paikoin tarkastelen tuloksia myös ristiin muuttujittain. Avoimet vastaukset analysoin laadullisesti. Niiden avulla perustelen analyysiosiossa kvantitatiivisia tuloksia. Analyysiosio koostuu kokonaisvastausten sekä eri muuttujien vertailusta toisiinsa. Analyysin yhteenvedossa tarkastelen tuloksia verraten muuttujia toisiinsa sekä pohdittujen mahdollisten erojen syytä. Lisäksi tarkastelen eri analyysikohtia toisiaan vasten. Päätäntöluvussa pohdin analyysini tuloksia käytännön kannalta sekä esitän tästä etene-  
misen kannalta ensimmäisiä toimenpiteitä. Toimenpide-ehdotukset ovat konkreettisia esimerkkejä, joita olen tutkimustyöni kuluessa löytänyt aiheeseeni liittyen sekä vastausten että oman verkkoaktiivisuuden kautta.

## 2 VIESTINTÄ URHEILUSEUROISSA

Tässä luvussa käsittelen kyselyni kohderyhmän eli valmentajien ja ohjaajien toimintaympäristöä. Syvennän toimintaympäristöä alaluku alaluvulta eli aloitan laajemmasta toimintaympäristöstä, ja lopulta päädyn suomalaiseen taitoluistelun seuratoimintaan. Samoin viestinnän käsitteessä aloitan viestinnän hahmottamisen laajemmista käsitteistä ja kavennan sitten kahteen tutkimukseni kannalta tärkeimpään viestinnän osa-alueeseen eli seuraviestintään ja ammattiviestintään.

### 2.1 Kolmas sektori

Kolmannella sektorilla on monia eri nimityksiä, joita ovat esimerkiksi *vapaaehtoissektori*, *kansalaisyhteiskunta* ja *järjestösektori*. Termit eivät välttämättä ole aivan synonyymisia. 1970-luvulla termillä *kolmas sektori* on viitattu valtion ja markkinoiden välisellä harmaalla vyöhykkeellä toimiviin organisaatioihin. Tämän jälkeen on ehdotettu tilalle esimerkiksi *vapaaehtoissektorin* tai *voittoa tavoittelemattoman sektorin* termejä. Nyt on kuitenkin päädytty takaisin tuohon alkuperäistä lähellä olevaan termiin, sillä määritteet vapaaehtoisuus ja voittoa tavoittelemattomuus on tuovat rajauksellisia ongelmia. *Kolmas sektori* on terminä Helanderin (2002: 33–34, 51–52) mukaan myös sen verran neutraali, että se näyttää toimivan kaikissa tieteissä.

Åberg (2000a: 132–134) pitää ainakin toistaiseksi kolmannen sektorin määritelmässään vapaaehtoisuuden, ja lisää vielä kolmannen sektorin organisaatioiden olevan usein pieniä toimijoita. Kolmannen sektorin organisaatioiksi luetellaan monia erilaisia, kuten maalliset ja uskonnolliset yhteisöt, urheiluseurat, nuorisoseurat, erilaiset suojelijajärjestöt sekä asukasyhdistykset. Åbergin ohella myös Yeung (2002: 11–12, 19) mieltää vapaaehtoistoiminnan kiinteäksi osaksi kolmatta sektoria. Hänen mukaansa vapaaehtoisuus voidaan määritellä monin eri tavoin. Uudemmassa tutkimuksessa Ilmola (2007) käyttää nimitystä *yhdistyssektori*. Keskeisenä yhtäläisyytenä määritelmässä on se, että vapaaehtoistoiminta on ihmisten tai yhteisön eduksi tehtävää palkatonta ja pakottama-

tonta toimintaa. Yeungin (2002: 11–12, 19) tekemän tutkimuksen mukaan ihmiset mielsivät urheiluseuratoiminnan hyvin usein vapaaehtoistyöksi. Tutkimuksessani keskityn kolmannen sektorin osalta juuri urheiluseuratoimintaan, josta kohderyhmänäni ovat valmentajat ja -ohjaajat. Tällöin vapaaehtoisuuden kriteeri ei välttämättä toteudu, sillä valmentajille ja ohjaajille maksetaan usein urheiluseuroissa korvaus ainakin osasta heidän tekemästään työstä.

Helander (2002: 53–55) pohtii kolmatta sektoria toiminnalliselta ja institutionaaliselta kannalta. Toiminnan pitää olla tietyllä tapaa laitostunutta eli yhdistymällä on oltava järjestyssäännöt. Lisäksi yhdistyksellä ei voi olla julkisen viranomaisen asettamaa tai hyväksymää hallitusta eikä sen toiminta voi pohjautua julkiseen rahoitukseen. Kaikki kerättävä varallisuus on puolestaan käytettävä yhdistyksen omaan perustoimintaan eli voittoa kolmannen sektorin organisaatio ei voi tuottaa, mutta ulkopuolista rahoitusta se voi kerätä. Toimintoja valvotaan organisaation sisältä, eikä organisaatio ole riippuvainen ulkopuolisista määräyksistä eikä julkisista viranomaisista. Toimintaan osallistuminen pohjautuu kaikilla tasoilla vapaaehtoisuuteen. Kaiken toiminnan ei tarvitse olla vapaaehtoista, mutta huomattava osa on oltava. (Emt. 53–55.) Helander (2002: 55) huomauttaa, että rajauskriteerit eivät kuitenkaan ole aukottomia, sillä käytännön rajaustilanteissa kriteeristö voi saada erilaisia tulkintoja.

Tutkielmani kohderyhmän toimintaympäristöä tarkasteltaessa kaikki Suomen taitoluisteluseurat ovat rekisteröityneitä yhdistyksiä. Seuroissa on lähes aina hallitus luotsaamassa seuran toimintaa. Seurojen toiminta ei perustu täysin julkiseen rahoitukseen, tosin joitain projektiavustuksia tai vuosittaisia avustuksia voi kunnilta hakea ja saada. Varoja kerätään usein ulkopuolisilta lahjoittajilta jäsenmaksujen ja harjoitusmaksujen lisäksi, mutta tuotto käytetään seuran toimintaan ja seuran jäsenten hyväksi. Seuroja valvoo ainoastaan Nuori Suomi -yhdistys, mikäli seura on mukana Sinettiseuratoiminnassa. Kuitenkaan Sinettiseuralle ei anneta varsinaisia määräyksiä, vaan suosituksia ja ehdotuksia seuratoiminnan parantamiseksi ja kehittämiseksi. Seurojen jäsenyys on kaikin tavoin vapaaehtoista, ja jäsenyydestä pääsee irti yleensä kirjallisella anomuksella. Suomen taitoluisteluseuroissa toiminta perustuu usein vapaaehtoisuuteen, mutta kuten jo

aiemmin totesin, valmennuksesta ja ohjauksesta maksetaan usein korvaus. Tämä tekee-kin siis valmentajista seuran työntekijöitä, ja siten yhden ammattiryhmän edustajia.

### 2.1.1 Urheiluseuratoiminta

Kosken (2000: 41, 43–44) mukaan Suomessa liikuntatoiminta perustuu kansalaisten omaehtoiseen innokkuuteen sekä järjestäytyneenä toimintana vapaaehtoisjärjestöjen vastuuseen organisoinnista ja kuntien vastuuseen toimintamahdollisuuksien järjestämisestä. Liikuntaseurojen toimintaa ei voi katsoa vain liikunnan näkökulmasta, sillä niiden toiminnan yksilöllinen ja yhteisöllinen ulottuvuus on laaja. Vuosituhannen alussa seura-toimintaan osallistui enemmän ihmisiä kuin aikaisemmin on osallistunut. Seuran jäsen ei välttämättä tarvitse olla, vaikka toimintaan osallistuukin. Sekä Koski (2000: 44) että Åberg (2000a: 134) huomattavat että seuratoiminta pohjautuu vastuullisena suhteellisen pienelle ydinjoukolla seuran sisällä.

Liikuntaseurat lasketaan perinteisesti vapaaehtoisorganisaatioiden ryhmään, ja niiden toiminnan kerrotaan perustuvan vapaaehtoistyöhön ja talkoohenkeen. Lähempi tarkastelu kuitenkin osoittaa, että aivan yksiselitteisesti ei asia näin ole. Seuroissa toimii sisäpiirissä henkilöitä, kuten valmentajia ja muita vanhempien joukon ulkopuolelta tulevia, jotka saavat vähintään kulukorvauksia työstään. Raha ei silti mitä todennäköisimmin ole heidän keskeisin perusteensa toimintaan. Lisäksi vielä 2000-luvulla vain alle kymmenellä prosentilla seuroista oli päätoiminen palkattu työntekijä. (Koski 2000: 49–50.) Heikkalan (2000: 120–121) mukaan liikunnan järjestökenttä ylittää on Suomessa ammattimaistunut varsinkin hallinnolliselta puolelta. Ammattimaistuminen näkyy palkatun henkilökunnan määrän kasvussa, mutta myös toimintakulttuurissa. Lajiliitoissa, kattojärjestöissä ja jopa seuroissa sovelletaan yritysmaailman malleja ja markkinoiden toimintaa. Vapaaehtoisuus on silti edelleen toiminnan ydin, mutta julkiselta puolelta valtio ja kunnat ovat suuressa roolissa seuratoiminnassa toimintapolitiikkoineen ja resursseineen. Varsinkin huippu-urheilun puolella yritysmaailman resurssien ja toimijoiden tärkeys on noussut.



Ohjaajien ja valmentajien tukena on seuroissa niin kutsuttuja puuhaihmissiä. Nämä ovat henkilöitä, jotka ovat lähes aina seuran yhteisissä projekteissa mukana ja jatkuvasti osallistuvat aktiivisesti seuran toimintaan. Heidän osallistumisensa on myös usein näennäisvapaaehtoista. Voisi lähinnä puhua velvoitteesta, jonka seurat usein antavat jäsenilleen. Monissa lajeissa on ehtona sitoutuminen säännölliseen ja intensiiviseen toimintaan, mikäli haluaa olla seurassa mukana. (Koski 2000: 50.) Heikkalan ja Kosken (2000: 108) mukaan yhdistyksessä tai järjestössä toimivia ihmisiä yhdistää yleensä jokin aatteellinen tai henkinen tekijä, joka jäsentää yhteisön toiminnan muotoa ja suuntaa. Suomalaisessa liikuntakulttuurissa nämä tekijät ovat usein lajikohtaisia ja sidottuja varsinkin kilpailutoiminnan ympärille. Myös tutkimukseni kohderyhmää yhdistää vahva side taitoluistelun maailmaan, lähinnä elämäntavan ja harrastuksen kautta. Suurin osa Suomen taitoluisteluvalmentajista ja -ohjaajista on oman luistelu-uransa päättäneitä ja sen jälkeen Suomen Taitoluisteluliiton, Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n sekä muiden tahojen koulutuksia käyneitä pitkään luistelun parissa viihtyneitä henkilöitä.

### 2.1.2 Taitoluisteluseurat Suomessa

Suomen Taitoluisteluliitto (STLL) toimii kattojärjestönä kaikille Suomen taitoluistelu-seuroille. Liittoon kuuluu 66 taitoluisteluseuraa Suomessa. Liiton missiossa sanotaan heidän verkkosivuillaan: ”Suomen Taitoluisteluliiton tarkoituksena on luoda edellytykset seurojen laajamittaiselle harrastus- ja kilpailutoiminnalle sekä lajin kansainväliselle menestykselle”. Liiton toiminta on jakautunut neljälle eri osa-alueelle, jotka ovat lasten ja nuorten toimiala, kilpa- ja huippuluistelun toimiala, aikuisten harrasteala sekä yleinen toiminta ja tukipalvelut. (Suomen Taitoluisteluliitto 2008.)

Suomen taitoluisteluseurat jaetaan kuuluviksi jollekin kuudesta eri maantieteellisestä alueesta. Kukin alue järjestää omaa toimintaa, kuten kilpailuja, leirejä ja koulutuksia. Alueet ovat itäinen alue, Lounais-Suomi, Hämeen alue, Uudenmaan alue, Helsingin alue ja pohjoinen alue. (Suomen Taitoluisteluliitto 2008.) Oman kokemukseni mukaan seurat toimivat hyvin itsenäisesti samankin toimintakentän sisällä. Valmentajilla ja ohjaajilla on vuosittain joitakin tapahtumia, joihin he voivat kokoontua vaihtamaan mielenkiintoja ja uusia ideoita.

## 2.2 Kolmannen sektorin viestintä

Puhuttaessa jonkin organisaation eli jonkin yhteisön viestinnästä, on sille olemassa oma terminsä *yhteisöviestintä*. Yhteisöviestintä on suunnitelmallista, tavoitteellista ja johdettua toimintaa, jonka avulla rakennetaan selkeä ja vahva yhteisökuva sekä varmistetaan avoin ja vuorovaikutteinen tiedonkulku. Keskeisiä toimintoja ovat yhteydenpito ja tiedustustoiminta, muita toimintoja ovat yhteisökulttuurin vaaliminen, yhteisöilmeen kehittäminen, yhteisökuvamainonta, hyväntekeväisyys ja luotaus. (Siukosaari 2002: 12, 15, 17.)

Ikävalkon (1996: 10) mukaan yhteisöviestintä eroaa painopisteensä ansiosta monesta muusta viestinnän lajista. Sen keskiössä on sekä ajankohtaisen että taustatiedon välittäminen, joiden avulla jäsenistö hahmottaa kokonaisuuksia ja heille tärkeitä asioita. Ikävalko (1996: 11) kuvaa viestinnän olevan vastaanottajan ja lähettäjän välistä vuorovaikutusta, jossa sanoma muokkautuu jokaista kohderyhmää parhaiten palvelevaksi. Interaktiivisuus on hänen mukaansa usein suuri osa viestintää, eli viestin saaja on mukana viestintätapahtumassa ottaen viestiin kantaa ja vaikuttaen sisältöön. Siukosaari (2002: 30) puolestaan korostaa yhteisöviestinnässä yhteydenpidon, henkilökohtaisen viestinnän ja vuorovaikutuksen merkitystä. Hänen mielestään oikeiden ihmisten tunteminen on yhdistykselle avain onnistumiseen ja yhteystoiminnan painottaminen on hänen mielestään siksi tärkeää.

Åberg (2000a: 136–137) on pohtinut lähemmin kolmannen sektorin organisaation viestintää teoreettiselta näkökulmalta. Kaikkien organisaatioiden kannalta tärkeät viestinnän osa-alueet ovat hänen mukaansa vision esittäminen, muutosviestintä ja luotaus. **Visio** on tila, johon yhteisön toivotaan pääsevän. Se on enemmänkin mielikuva kuin tarkka kuvaus eri asianhaaroista. Åbergin (2000a: 142) mukaan Rowleyn ja Roevensin **muutosviestinnän** malli kuvaa erittäin hyvin kolmannen sektorin yhteisön viestintää. Malliin kuuluu neljä vaihetta, jotka etenevät kehämäisesti. Tiettyä tasapainotilaa seuraa *kyseenalaistaminen*, jolloin vanhat tavat hylätään. Seuraava vaihe on *vakuuttuneisuuden luominen*, joka saattaa tuoda uuteen tasapainon tilaan. *Yllyttämisessä* uusi järjestys viedään läpi organisaation siten, että siitä tulee uusi tapa toimia. *Vahvistamisessa* taas nimensä

mukaan uutta tapaa ja suuntaa vahvistetaan, ja näin organisaatio pääsee uudelle radalleen. **Luotaus** liittyy muutoksen jälkeiseen aikaan, jolloin organisaatio tarkkailee sekä sisäisiä että ulkoisia muutoksia. Näin se voi riittävän ajoissa huomioida uusien tapojen kannalta heikentävät muutokset, ja aloittaa ripeästi oikaisevat toimet. (Emt. 141–142.)

Stohl (1995: 23) puolestaan lähtee viestinnän määrittelystä, jossa viestintä on vastavuoroinen viestien tulkitsemisen ja ymmärryksen luomisen prosessi. Ymmärrys ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita molemminpuolista ymmärrystä. Organisaatioviestinnän hän määrittelee kollektiiviseksi vastavuoroiseksi prosessiksi, jossa kehitetään ja tulkitaan viestejä. (Emt. 23.) Eri määrittelyistä huomaa sen, että kolmannen sektorin viestinnästä ja kolmannen sektorin organisaatioiden viestinnästä puhuttaessa on yleensä kyse joko organisaation sisäisestä viestinnästä tai markkinointiviestinnästä (mainonnasta) organisaation ulkopuolelle. Kuitenkaan määritelmässä ei ole huomioitu verkostoituvaa viestintää kolmannen sektorin organisaatioiden kohdalla eli esimerkiksi eri organisaatioiden toimijoiden viestintää keskenään. Tämä on oman tutkimukseni aiheena. Seuraavassa käsittelen seuraviestintää hieman tarkemmin, jonka jälkeen pureudun ammattiviestinnän käsitteeseen, sillä taitoluisteluvallmentajien keskinäistä viestintää voi parhaiten verrata juuri saman ammatinharjoittajien keskinäiseen viestintään.

### 2.2.1 Seuraviestintä

Ilvosen (2007: 17) mukaan yhdistyksen viestintä perustuu samoille periaatteille kuin muidenkin organisaatioiden viestintä. Yhdistyksen toiminnassa tosin keskeisenä voimavarana ovat resurssit, joita yhdistys voi käyttää viestintäänsä. Harva yhdistys pystyy antamaan kovin suurta taloudellista panosta viestintään. Resurssit muodostuvat henkilökunnasta, vapaaehtoisista ja luottamushenkilöistä. Hänninen (2003: 228–229) puolestaan pohtii, mitä yhdistysten viestintä on tiedon kannalta. Hänen mukaansa yhdistyksissä tiedon käyttäminen sisältää sen etsimistä ja soveltamista sekä nykyisin yhä enenevässä määrin myös tiedon tuottoa, jakamista ja välittämistä. Ensisijainen tiedotustoiminnan kohde on yhdistyksen oma jäsenkunta, mutta yhä useammin tiedotustoiminta suuntautuu useammalle taholle. (Emt. 228–229)

Ilvonen (2007: 11) keskittyy vielä enemmän seurojen viestintään. Hänen mukaansa seurat tiedottavat viestinnän avulla tärkeille ihmisille, mitä ovat ja mitä tekevät. Seuran viestinnän kohteita voivat olla esimerkiksi omat jäsenet, toiminnasta kiinnostuneet henkilöt, yhteistyökumppanit ja kaupungin päättäjät. Viestinnän tavoitteena on tukea yhdistyksen toimintaa sen omien tavoitteiden mukaisesti. Tavoitteena seuraviestinnässä ovat myös tiedottaminen, mielikuvien luominen ja ylläpito sekä seuran jäsenten ja työntekijöiden perehdyttäminen. Ilvonen (2007: 15) huomauttaa, että seuraviestintä ei suuntaudu vain seuran sisäisesti tai ulospäin seuran potentiaalsiin jäseniin. Seura voi viestiä myös muiden alueen seurojen kanssa, tai muiden lajinsa seurojen kanssa. Näin seuran viestintä onkin yhteisöjen välistä monimuotoista tiedonvaihtoa. Ikävalko (1996: 9) pohtii tietoyhteiskunnan ja tiedosta kilpailemisen vaikuttamista, ja toteaaakin tiedon ja sen avulla vaikuttamisen jo hetken olleen kilpailuvaltti myös yhdistyksille. Tämä saattaakin estää Ilvosen kuvailemaa seurojen välistä viestintää.

Oman kokemuksen mukaan seuroissa viestintä kulkee usein seuran sisällä tiedottamisen muodossa sekä seuran ulkopuolelle mainostamisen ja lehtiartikkeleiden muodossa. Seurojen välistä viestintää ilmenee taitoluistelussa eniten erilaisten kutsujen, kuten kilpailukutsujen ja tapahtumakutsujen muodossa. Lähes kaikkien Suomen taitoluistelu-seurojen viestinnän apuna ovat heidän omat verkkosivunsa, jotka ovat kiinnostavia foorumeja lähinnä seuran jäsenille sekä toiminnasta kiinnostuneille. Muita seuraviestinnän kanavia taitoluistelu-seuroissa ovat tiedotusillat, tiedotteet, seurajulkaisut, paikallislehti, sähköpostit ja puhelinketjut.

### 2.2.2 Ammattiviestintä

Ammattiviestinnän käsite on tutkimukseni kannalta tärkeä, koska osa Suomen taitoluisteluvalmentajista tekee valmennustyötä ammatikseen. Lisäksi valmentajien ja ohjaajien keskinäinen viestintä on verrattavissa ammattiviestintään jo alakohtaisuutensa vuoksi. Tämän vuoksi taitoluisteluvalmentajien keskinäistä viestintää voisi verrata myös saman ammattiryhmän jäsenten keskinäiseen viestintään.

Laurén ja Nordman (1987: 31) pohtivat *erikoiskieltä* useammalta suunnalta. Jos katsotaan, että yleiskieli on yleisesti käytettyä kieltä eli esimerkiksi kieliopissa kuvailtua kieltä, on erikoiskieli silloin osa yleiskieltä, koska erikoiskielessä pätevät kaikki kieliopin säännöt. Eroja voi löytyä sananmuodostuksessa ja erilaisten syntaktisten rakenteiden esiintymistiheydessä. Laurén ja Nordman (1987: 31) ottavat pohdiskeluunsa vielä viestinnän näkökulman, jolloin erikoiskieli on se, mitä saman alan asiantuntijat käyttävät keskustellessaan keskenään omasta alastaan. Yleiskieltä taas käyttävät kaikki, kun ovat kontakteissa toisiin ihmisiin ilman erikoistuntemuksensa näyttämistä. Erikoiskieltä voidaan popularisoida, jotta siitä tulee ymmärrettävämpää myös heille, jotka eivät ole alan asiantuntijoita. (Emt. 31–32.)

Gunnarsson (1993: 5) lähtee pohtimaan *ammattiviestinnän* käsitettä *ammattikielen* määritelmästä, joka sisältää työelämässä ammattilaisten kesken tai ammattilaisten ja muiden kesken käytettävän kielen. Ammattikieli rakentuu moniulotteisissa puitteissa suhteessa tiedollisiin, yhteiskunnallisiin ja sosiaalisiin kerroksiin. Hieman laiveammin kuin Gunnarsson, Karihalmeen (1999: 9) mukaan puolestaan *ammattikieleen* vaikuttavat tilanne, viestijöiden tavoitteet, tieto ja erikoistuneisuus. Hänen (1999: 30) mukaansa ammatissa toimiminen edellyttää yhteisen tietopohjan hyväksymistä. Gunnarsson (1993: 5) jatkaa, että ammattiviestintä voi puolestaan olla joko kirjoitettua tai puhuttua, ja sitä tuotetaan ammatillisessa ympäristössä ja siihen osallistuu ainakin yksi ammattilainen. Hän korostaa, että keskustelun aiheen pitäisi liittyä ammatilliseen kenttään tai käyttötilanteella pitäisi olla ammatillinen luonne.

Ammattiviestintä on siis tietyn ammattiryhmän sisällä tapahtuvaa tai sisältä ulkopuolelle tapahtuvaa viestintää. Sen ei tarvitse tapahtua esimerkiksi tietyn työpaikan sisällä, vaan se voi olla jopa globaalia ammatinharjoittajien viestintää. Omassa tutkimuksessani tutkin nimenomaan ammattiryhmän sisällä tapahtuvaa viestintää yli työpaikkarajojen eli tutkimukseni tapauksessa yli seurarajojen. Tutkimuksessani kohteena oleva viestintä on näin siis kolmannen sektorin organisaatiotoimijoiden välistä ammattiviestintää, jossa on lisäksi kyseessä toimijoiden verkostoituminen.

### 3 VERKOT JA VERKOSTOITUMINEN

Verkko ja verkosto ovat sanoja, joita saatetaan yleiskielessä käyttää synonyymisesti. Lisäksi ne voivat tarkoittaa montaa eri asiaa käyttäjästä riippuen. Voidaan puhua esimerkiksi verkostoyhteiskunnista, verkostoitumisesta, verkosto-organisaatioista, verkosto-osaamisesta, verkostojohtamisesta ja virtuaalisista verkostoista. Verkoilla ja verkostoilla voidaan siis tarkoittaa yhteiskunnallisten vuorovaikutussuhteiden muodostamaa kokonaisuutta, tietokoneita yhteen liittävää rakennetta, yritysten keskinäistä yhteistyömallia tai näiden kaikkien yhdistelmää. (Koskela, Koskinen & Lankinen 2007: 90.) Koskela ja muut (2007: 91–92) kiinnittävät huomiota myös verkostojen sosiaaliseen ulottuvuuteen. Olennaista heidän mukaansa on, että kaikki verkostot perustuvat ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Verkostot voidaan erottaa toisistaan yhteenliittymisen syyn ja yhdessä toimimisen tarkoituksen ja tiiviiden perusteella. Lehtinen ja Palonen (1997: 110) kiteyttävät verkostojen peruspilariksi tiedon siirron toimijoiden kesken. Näin siis verkostoitumisen pohjalla on ajatus monien toimijoiden tietämyksen yhtäaikaisen käytön mahdollistamisesta.

Yleisen suomalaisen asiasanaston (YSA) mukaan asiasana *verkko* on yleistermi, ja sillä on useita suppeampia termejä, kuten aiheeseeni liittyen tietoverkot ja tietoliikenneverkot. Rinnakkaistermiksi verkolle YSA ehdottaa verkostoa, joka ryhmitetään hallinnon ja organisaatiotutkimuksen alle. (YSA 2008.) Yleisesti tarkasteltuna verkko voi rakentua *keskitetysti*, *hajautetusti* tai *orgaanisesti* riippuen siitä, miten sen keskus muodostuu. Keskitetty verkko rakentuu vahvan keskuksen ympärille ja toimii hierarkkisesti. Hajautetussa verkossa on puolestaan useampia keskuksia ja orgaanisessa verkossa ei ole keskuksia ollenkaan. (Koskela ym. 2007: 99–103, 106–107, 110).

Tutkimuksessani käytän termejä verkosto ja verkostoituminen, kun tarkoitan ihmisten välisiä sosiaalisia linkkejä ja kytköksiä. Verkko on tutkimuksessani aina jokin tietoverkko. Verkolla ei ole sosiaalisia kykyjä tai sosiaalisia kytköksiä. Lähinnä verkko on kanava ja verkosto taas vuorovaikutuksellinen kokonaisuus. Aloitan tämän luvun *verkostoja* koskevalla teorialla, josta siirryn *tietoverkkoihin*. Näin sekä sosiaalinen että tek-

ninen puoli tutkimukseni teoreettisesta viitekehyksestä tulee katettua. Lopulta tarkastele vielä käsitettä *tieto*, joka on puolestaan tutkimukseni kannalta oleellinen, koska verkostoitumisessa voi olla kyse myös tiedonkulun tai tietovarantojen parantamisesta.

### 3.1 Verkostot

Verkostoja on olemassa monenlaisia ja niitä on ollut jo pitkältä historiasta lähtien, kuten Hansa-liitto ja Euroopan unioni. Verkostoitumisen tutkimus on kuitenkin toistaiseksi niin uutta, että käsitteistö ei ole vielä vakiintunut. Aihetta voi lähestyä monesta eri suunnasta, sillä ilmiön monimutkaisuudesta johtuen sitä on yhden tieteenalan avulla lähes mahdotonta selittää. (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007: 9–11.) Hakanen ja muut (2007: 11) toteavatkin teoksensa *Verkostojen strategiat – Menesty yhteistyössä* johdannossa verkostoitumisen olevan ”sosiaalinen organisaatioinnovaatio”.

Verkostojen ei tarvitse olla pysyviä, vaan ne voivat muuttua jatkuvasti. Hakasen ja muiden (2007: 14) mukaan verkostomaisuus määritellään yleisellä tasolla siten, että organisaatioiden väliset suhteet ovat tulleet pitkäikäisemmiksi, läheisimmiksi ja syvällisemmiksi kuin ennen. Verkostojen avulla pyritään hyötymään toisesta siten, että molemmat voittavat jotakin. Jokaisen tulisi antaa parastaan, jolloin saavutetaan jotain sellaista, mihin ei yksin pystyisi. Verkostoituminen on tullut osaksi erilaisten organisaatioiden ja yhteenliittymien arkipäivää 1980-luvulla. (Emt. 14–15, 19.) Lehtinen ja Palonen (1997: 104) eivät ole täysin samaa mieltä Hakasen ja muiden näkemyksestä, että verkostoissa molemmat voittaisivat jotakin. Heidän mukaansa verkoston voima perustuu vaihtoon, joka ei välttämättä ole varsinaisesti kahdenvälistä vaihtoa eli sama taho ei aina anna takaisin itselle yhtä tärkeää tietoa kuin mitä tälle taholle itse antaa. Näin verkoston toiminta on kuin sopimuksen tekemistä tai neuvottelua. Lehtisen ja Palosen (emt. 104) mukaan verkosto sisältää määrittämättömän joukon autonomisia toimijoita kuten yksilöitä tai organisaatioita. Verkostot ovat suunnitelmallisempia yhteenliittymiä kuin markkinat, mutta perustuvat vapaaehtoisuuteen toisin kuin organisaatiot.

Salmenkivi ja Nyman (2007: 113) vertailevat *yhteisöä* ja *verkostoa*. Heidän mukaansa yhteisön jäsenillä on jokin yhteinen nimittäjä, kuten sama kiinnostuksen kohde, yhteinen työpaikka tai ystävyys. Verkosto puolestaan voi muodostua ilman yhteistä nimittäjää. Internetin palveluissa on esimerkiksi mahdollisuus kerätä ”ystäviä” ilman minkäänlaista yhteistä tekijää. Yhteisö on siis Salmenkivelle ja Nymanille verkosto, mutta verkosto ei välttämättä yhteisö. Koskela ja muut (2007: 91–92) määrittelevät yhteisön hieman eri näkökulmasta kuin Salmenkivi ja Nyman. Heidän mukaansa yhteisö on alun perin ollut alueellisesti rajattu ryhmä ihmisiä, jotka ylläpitävät tiivistä vuorovaikutusta keskenään ja heidän keskuudessaan vallitsee suhteellisen voimakas yhteenkuuluvuuden tunne. Koskela ja muut kuitenkin myöntävät, että tietoverkkojen aikakaudella yhteisön käsite on laajentunut. Internetin myötä on mahdollista luoda yhteisöjä välittämättä alueellisista rajoista, vaikka tätä kautta syntyneille yhteisöille on ominaista tietynasteinen hajautuneisuus sekä kuvitteellisuus. Tämä ei vaikuta yhteisöjen todelliseen merkitykseen siihen kuuluville, mutta on esimerkki yhteisöjen ja yhteisöllisyyden muuttumisesta. (Koskela ym. 2007: 92.)

Hakanen ja muut (2007: 34–35) kuvailevat verkostoja sosiaalisina olioina, jotka muodostuvat kolmesta eri ulottuvuudesta. *Verkostojen rakenteesta* selviää verkoston laajuus, toimijat, hierarkia sekä toimijoiden kytkeytyvyys ja linkkien tiheys. *Suhteen laatu* sisältää luottamuksen, normit, velvollisuudet, sopeutumisen, kunnioituksen ja ystävyuden. *Kognitiivinen ulottuvuus* pohjaa yhteiseen kieleen, merkityksiin, kykyyn tulkita toista sekä vuorovaikutuksen selkeyteen ja ymmärrettävyyteen. (Emt. 34–35.) Omassa tutkimuksessani verkostojen rakenne tarkoittaa taitoluistelupalmentajia ja -ohjaajia, heidän yhteyksiään toisiinsa sekä heidän keskinäisiä hierarkiarakenteitaan. Suhteen laatu käsittelee kohderyhmän keskinäiset suhteet. Kognitiivinen ulottuvuus puolestaan kiteytyy taitoluistelusanastoon sekä valmentajien ja ohjaajien tietomäärään. Tietomäärä nimittäin parantaa kykyä luoda merkityksiä.

### 3.1.1 Sosiaalinen verkosto

Koskela ja muut (2007: 93–94) pohtivat sosiaalisen verkoston käsitettä. Sosiaalinen verkosto on ihmisten välisten suhteiden muodostama kenttä, joka koostuu samalla toi-



minnan alueella toimivista ihmisistä. Ihmiset saattavat toimia toisistaan tietämättä tai olla tietoisesti yhteen liittyneitä. Ryhmämuotona sosiaalinen verkosto ei sellaisenaan ole aktiivisesti toimiva kokonaisuus. Se on siis lähinnä joukko yhteyksiä, jotka kytkevät ihmisiä enemmän tai vähemmän toisiinsa. Sosiaalisen verkoston voi vuorovaikutuksen avulla aktivoida toimimaan tilanteen mukaan tietolähteenä, asiantuntijaryhmänä tai sosiaalisena tukena. Sen yksilöiden väliset linkit voivat olla joko vahvoja tai heikkoja. Vahvat linkit ovat tiiviitä, ja ne toimivatkin lähes päivittäin kun taas heikot linkit aktivoituvat tilanteen mukaan, esimerkiksi jonkun tuttavien kautta. (Emt. 93–94.) Myös Hakanen ja muut (2007: 47) huomauttavat, että verkostoja voidaan lähestyä ihmisistä ja näiden käyttäytymisestä lähtien.

Koskela ja muut (2007: 113) ottavat esille myös henkilökohtaisen verkoston käsitteen. Henkilökohtainen verkosto koostuu kaikista niistä sosiaalisista verkostoista, joihin yksilö kuuluu. Henkilökohtainen verkosto toimii siten, että yksilö poimii avukseen sopivan henkilön jostakin niistä verkostoista, joihin hän kuuluu tai tuntee kuuluvansa. Verkoston toiminnasta Hakanen ja muut (2007: 34–35) huomauttavat, että verkosto toimii sitä tuloksellisemmin, mitä paremmin yhteistyö toimii.

### 3.1.2 Verkostoituminen organisaatioissa

Åberg (2000b: 55–56) määrittelee organisaation ihmisryhmittymäksi, joka pyrkii järjestelmällisesti tiettyihin tavoitteisiin omia resurssejaan säätelällä. Åbergin mukaan organisaation toimintaan vaikuttaa sen kulttuurinen perimä, joka muotoutuu jäsenten vuorovaikutuksen kautta ja jonka perustana on jäsenten käsitys asiintilasta. Näin siis organisaatio on myös ohjauksellinen järjestelmä, joka perustana ovat vuorovaikutus ja tavoitteet. Organisaatio on sekä itse ympäristönsä vaikutuksen alaisena että vaikuttaa toiminnallaan omaan ympäristöönsä. Stohl (1995: 23) puolestaan määrittelee organisaation tunnistettavissa olevaksi sosiaalisesti järjestelmäksi, joka koostuu toisiinsa vuorovaikutuksessa olevista yksilöistä. Nämä yksilöt tavoittelevat monia päämääriä koordinoituilla teoilla ja suhteilla. Stohl (1995: 32) huomauttaa, että kaikki yksilöt eivät ole suoranaisesti yhteyksissä toisiinsa, kaikki yhteydet eivät ole ainoastaan organisaation sisällä ja kaikki yhteydet eivät ole yhtä merkittäviä kuin toiset.

Stohl (1995: 23) tarkastelee organisaatioiden verkostoitumista suhteiden kannalta. Hänen mukaansa verkostoituminen on sitä, että ihmiset, ryhmät ja muut organisaatiot ovat liitoksissa toisiinsa viestinnällisten suhteiden kautta. Hakanen ja muut (2007: 44–45) määrittelevät verkostoitumista syvemmin. Yritysmaailmassa verkostoituminen on heille prosessi, jossa yhteistyöorganisaatioiden tieto, osaaminen ja arvot yhdistetään lisäarvoa tuottavaksi toiminnaksi. Hakanen ja muut erottavat verkostoitumiselle erilaisia luonteita: tavoitteellinen, pitkäaikainen, jatkuva ja säännöllinen yhteistyö lopputuotteiden tuotannossa, yhteistyö ydinprosesseissa, vuorovaikutteinen ja luottamuksellinen sekä molempien osaamista kehittävä strateginen kumppanuus. Himanen (2004: 1) arvioi jo viisi vuotta sitten, että verkostot yleistyvät yhä enenevässä määrin ja myös innovaatioiden merkitys kasvaa. Näin käy Himasen mukaan myös työmarkkinoilla.

Kuten jo aiemmin totesin verkostoitumisella olevan sekä sosiaalinen näkökulma että rakenteellinen näkökulma, voidaan myös verkostoitunut organisaatio määritellä sekä teknologisesta että ihmiseen liittyvästä näkökulmasta, kuten myös Sproull ja Kiesler (1998: 12) ovat tehneet. Teknologiselta kannalta verkostoituneessa organisaatiossa tietokoneet on yhdistetty toisiinsa kanavalla, jota kautta organisaation jäsenet voivat kuljettaa informaatioita. Teknologiselta kannalta verkostoitumista pohditaan lähinnä kanavien, ihmisten välisten linkkien ja kuljetettavan informaation näkökulmista. Verkostoituneen organisaation ihmissläheisemmässä näkökulmassa tarkastellaan, kuinka ihmiset vaihtavat ideoita ja muita resursseja erilaisten foorumien kautta. Tällöin tarkastelun kohteena ovatkin ihmiset, foorumit ja resurssit. Sproull ja Kiesler (1998: 12) kiteyttävätkin, että verkostoituneen organisaation tekniset osaset ovat välttämättömiä ihmisiä yhdistävän teknisen infrastruktuurin kannalta, mutta ne itsessään eivät luo ihmisten välille verkostoa.

Sproull ja Kiesler (1998: 83) toteavat verkostoitumisen antavan mahdollisuuden tutustua sellaistenkin työntekijöiden kanssa, jotka muutoin jäisivät tuntemattomiksi tai jopa kokonaan näkymättömiksi. Kokemuksia voi verkostoitumisen avulla vaihtaa myös yli maanrajojen. Heidän (Emt. 85–86) tutkimuksensa osoittaa, että työyhteisön sisällä verkostoituminen voi lisääntyneen keskinäisviestinnän kautta sitouttaa työntekijää enemmän työnantajaansa. Koskela ja muut (2007: 98) huomauttavatkin tähän sopivasti, että

nykyisin työyhteisöissä on oltava jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden kanssa, etsittävä uusia yhteyksiä, luodattava toimintaympäristön muutoksia ja toimittava itse jo ennen kuin on liian myöhäistä. Tämän he perustavat ajatukseen, että nykyajan työympäristöissä kokonaisuus muodostuu osista, jotka ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja vaikuttavat kokonaisuuden toimintaan omalla toiminnallaan. Åberg (2006: 51) puolestaan jatkaa tätä vielä pidemmälle huomauttamalla, että organisaatioiden rajat ovat nykyään yhä vaikeampi määrittää juuri verkostoitumisen vuoksi. Organisaatioiden verkostoituminen voi olla mitä vain löyhistä suhteista aina strategiseen kumppanuuteen. (Emt. 51.) Verkostojen rajat eivät tosin ole Stohlin (1995: 26) mukaan koskaan pysyviä.

Verkostoituminen on selkeästi tärkeä toimintamalli organisaatioissa. Stohl (1995: 21) huomauttaa, että verkostoitumisen tärkeyden huomaa jo ihmisten jutustelussa ja tietyissä sanonnoissa. Ihmisten tavatessa toisiaan ensimmäisiä kertoja, saattavat he esimerkiksi kysellä heidän kontaktejaan toisiin samasta kaupungista kotoisin oleviin henkilöihin. Sanonnoista puolestaan verkostoitumisen kannalta lienee varsinkin englanninkielisenä tutuin ”It’s not what you know, but who you know.”. (Emt. 21.) Tutkimuksessani on kyse pienten organisaatioiden toimijoiden välisestä verkostoitumisesta juuri tiettyjen työhön (ja harrastukseen) liittyvien hyötyjen saamiseksi.

### 3.1.3 Verkostoituminen ja internet

Yksi internetin ominaisuuksista on, että se saattaa yhteen samoista asioista kiinnostuneita ihmisiä. Siksi internetiin liittyvässä verkostoitumisessa tärkeämpiä ovat asiat, eivät valmiit kontaktit. Urheiluseurat, kerhot ja kaveriporukat voivat hyötyä internetissä verkostoitumisesta esimerkiksi pitämällä yhteisönsä koossa ja tiivistämällä sen toimintaa. (Salmenkivi & Nyman 2007: 78–80.) Koskela ja muut (2007: 135) toteavat yhä suuremman määrän ihmisistä kuuluvan johonkin virtuaaliseen yhteisömuotoon, ellei useampaankin. Heidän määritelmänsä mukaan virtuaaliyhteisö on ”sosiaalinen yhteenliittymä, joka syntyy, kun riittävän suuri määrä ihmisiä jakaa keskusteluja verkossa kyllin pitkään ja kokee riittävästi inhimillisiä tunteita, jotta heidän välilleen rakentuu henkilökohtaisia suhteita”. Itse en määrittele virtuaaliyhteisöä aivan näin tiiviin yhteistyön kannalta, vaan lähinnä jatkuvan ja säännöllisen yhteistyön tai keskustelun kautta.

Koskelan ja muiden mukaan (2007: 83, 85) viimeisten vuosikymmenien aikana ovat tärkeäksi verkostoitumisen muodoksi muodostuneet internetin keskusteluryhmät. Niissä on parhaimmillaan satoja tai tuhansia osanottajia, joten heidän yhteenlasketusta asiantuntemuksestaan kasvaa jo suuri tietovaranto. Internetin keskusteluryhmissä vaaditaan vain kärsivällisyyttä, sillä lukijan on kyettävä erottamaan asiallinen tieto hyödyttömästä. Sekalaista keskustelua löytyy keskusteluryhmistä myös paljon. (Koskela ym. 2007: 83, 85.) Koskela ja muut (2007: 84, 86) huomauttavat myös, että verkostoitumisen seurauksena tieteenaloille on syntynyt arvohierarkioita, eli tiettyjä tiedontuottajia pidetään osaavampina kuin toisia. Tästä voi olla kahdensuuntaisia vaikutuksia. Toisaalta arvohierarkiat auttavat hyödyntämään sitä tietoa, jota yhteisössä pidetään pätevänä ja toisaalta taas ne voivat johtaa ennakkoluuloihin. Liiallisen kuppikuntaistumisen uhka on sitä pienempi, mitä suurempi verkosto on. (Koskela ym. 2007: 84, 86.) Arvohierarkiat ovat taitoluistelussa jo olemassa ilman monipuolista verkostoitumistakin, joten en tämän suhteen ole täysin samaa mieltä Koskelan ja muiden kanssa. Taitoluisteluvalmentajien kesken ilmenevistä arvohierarkioista kerron enemmän analyysissäni luvussa 5.

### 3.1.4 Verkostoitumisen tavoitteet

Hakasen ja muiden (2007: 25) mukaan verkostoitumisella tavoitellaan usein osaamisen vahvistamista, kehittämistä, tiedon hankintaa ja oppimista. Tämän lisäksi he listaavat eri tekijöitä, jotka tosin on poimittu yritysmaailmasta. Osa tekijöistä on siirrettävissä valmennustoimintaan, ja olenkin tähän poiminut alla käsiteltäväkseni listasta vain ne tekijät:

- reagoitivalmiuden parantaminen
- innovatiivisuuden toteutuminen
- uskottavuuden parantaminen
- osaamispääoman lisääminen
- kyvykkyyksien ja taitojen yhdistäminen

**Reagoitivalmiutta** voidaan valmennustoiminnassa parantaa, kun valmentajalla on tukeaan riittävän hyvä alan sekä toimintaympäristön verkosto. Tutkimuksessani alan verkosto tarkoittaa yhteyksiä muihin taitoluisteluvalmentajiin, toimintaympäristö puolestaan seuran maantieteellistä toiminta-alueetta. Tällaisen verkoston avulla valmentaja saa tietoa sekä lajin asioista että maantieteellisen alueen asioista, jotka molemmat vai-

kuttavat mitä todennäköisimmin hänen työhönsä, sekä näiden pohjalta toimimaan työsäään. **Innovatiivisuus** paranee usein valmennustoiminnassa laajan verkoston avulla. Uusia ideoita voidaan saada toisilta saman urheilulajin valmentajilta, mutta myös toisen lajin valmentajilta. Tähän liittyy myös **osaamispääoman lisääminen**, sillä verkostoiduttaessa toisten valmentajien kanssa, voidaan oppia heiltä uusia vinkkejä ja tapoja tehdä asioita. Myös **kyvykkyyksien ja taitojen yhdistäminen** liittyy olennaisesti kahden edellisen kanssa yhteen. Monet valmentajat ovat urheilijoilleen sekä psyykkisiä, fyysisiä että teknisiä valmentajia. Usein kyvykkyyksien ja taitojen yhdistäminen voi olla esimerkiksi alueellista toimintaa eli saman alueen urheiluseurat vierailuttavat valmentajiaan toisissa seuroissa, antavat ristikkäisopetusta tai esimerkiksi vierailuttavat koreografeja. **Uskottavuutta** voidaan parantaa verkostoitumisella, sillä valmentajalla, jolla on hyvä verkosto, on myös usein hyvät tietolähteet ja näin hänen sanaansa voidaan paremmin uskoa. Uskottavuus ei ole sinällään tavoiteltava ominaisuus, vaan lähinnä siihen liittyvä tietomäärän omaaminen eli tämä kohta palautuu osaamispääoman lisäämiseen.

### 3.2 Tietoverkot

Tietoverkko on ”tietokoneiden ja niiden välisten tiedonsiirtoyhteyksien sekä näiden molempien avulla tarjottavien palvelujen yhdistelmä”. Osan tietoverkon tarvitsemasta tiedonsiirtoyhteydestä voi muodostaa tietoliikenneverkko. (TEPA 2008.) Koskela ja muut (2007: 125–126) tarkastelevat tietoverkkoja verkostoitumisen kannalta sekä suppeasti että laajasti. **Suppean näkökulman** mukaan tietoverkot toimivat henkilökohtaisessa vuorovaikutuksessa luotujen verkostojen tukena ja tarjoavat näin esimerkiksi mahdollisuuden kokoontua paikasta riippumattomasti ja jakaa tietoa tehokkaasti. Tietoverkot siis helpottavat verkostojen toimintaa kuitenkin niiden luonnetta muuttamatta. **Laajan näkökulman** mukaan taas tietoverkot ovat muuttaneet ryhmien, yhteisöjen ja verkostojen merkitystä. Aikaisemmin ihmiset ovat saaneet yhteenkuuluvuuden tunteen toimiessaan ryhmissä, mutta nykyisin tämä sama tunne on saavutettavissa verkostoista, joihin voi liittyä muun muassa internetissä. Viime vuosikymmenien viestintätekniiset kehitysaskleet ovat muuttaneet tietoverkkojen kautta toimivat verkostot keskeiseksi yhteisöllisen järjestäytymisen muodoksi. (Emt. 125–126.)

Matikainen (2000: 43–44) puolestaan tarkastelee tietoverkkoja sosiaalipsykologian kannalta. Tällöin kiinnostuksen kohteena on ihmisten asennoituminen tietoverkkoihin, tietoverkoissa tapahtuva sosiaalinen vuorovaikutus sekä tietoverkkojen käytön nivoutuminen osaksi muuta elämää. Myös sosiaalipsykologiassa tietoverkoilla mielletään olevan sekä teknologinen että sosiaalinen näkökulma. Usein tietoverkkoja tutkitaan lähinnä niiden tekniseltä näkökulmalta, mutta sosiaalinen näkökulma tulee esiin, kun ne niveltyvät osaksi sosiaalista todellisuutta ihmisten käyttäessä niitä. Käytännössä tietoverkkoja käytetään siis aina jossakin, johonkin tarkoitukseen ja joidenkin ihmisten kesken. (Emt. 43–44.)

Koska tutkimuksessani tarkastelun kohteena ovat verkkoviestinnän mahdollisuudet taitoluisteluvallmentajien verkostoitumisen lisäämiseen sekä verkkoviestinnältä haluttu sisältö, ponnistaa tutkimukseni teoreettinen viitekehys osaltaan sosiaalipsykologian pohjalta. Toisaalta en varsinaista sosiaalipsykologista tutkimusta tee, sillä en tutki ainoastaan asenteita ja tällä hetkellä tapahtuvaa vuorovaikutusta, vaan pyrin selvittämään verkostoitumisen tarvetta ja sisältötoiveita. Asenteet ovat kuitenkin tutkimuksessa sinällään mukana, koska ne ohjaavat vastauksia joka tapauksessa tiettyyn suuntaan. Asenteita ja tarpeita onkin suhteellisen vaikea toisistaan erottaa.

### 3.3 Tieto

Tieto on määriteltävissä usealla tavalla. Perinteisen epistemologisen määritelmän mukaan tieto on tosi uskomus. Toisaalta taas tietoa voidaan katsoa yksilön omana uskomuksena, joka näytetään toteen, oikeutetaan jollakin pitävällä tavalla. (Nonaka 1994: 155–156.) Niiniluoto (1992: 49) puolestaan erottaa määrittelyssään tiedon eri lajeja. *Taito* on eläinten ja ihmisten käyttäytymiseen liittyviä kykyjä ja valmiuksia. Vain ihminen on näistä kyennyt välittämään kielen ja opetuksen avulla edellisten sukupolvien oppimia taitoja seuraaville eteenpäin, eläimillä puolestaan taidot periytyvät geneettisesti. Taitoon liittyy myös piilevä tieto eli sellainen, mikä ihmisellä on olemassa, ilman että se on kirjoitettu väitelauseiden muotoon. (Emt. 50.) Toinen hänen (1992: 53) tiedon lajeistaan on know how, jonka hän kääntäisi mielellään termiksi *taitotieto* tarkoittamaan

nimenomaan taitoa koskevaa tietoa. Taitotiedon avulla ilmaistaan kielellisesti, miten tiettyä taitoa on tehokkainta harjoittaa. Niiniluodon (1992: 54–56) tiedon lajeista viimeinen on *propositiionaalinen tieto*, joka on kielellisesti väitelausein ilmaistua tietoa.

Tietoa on myös olemassa erilaista ja sitä on olemassa esimerkiksi eri aloista. Tutkimukseni kannalta kiinnostavaa on *ammattitieto*, sillä sellaiseksi valmentajien ja ohjaajien päivittäin toiminnassaan käyttämä tieto voidaan laskea. Lehtisen ja Palosen (1997: 107) mukaan ammattitieto on syntynyt palanen kerrallaan työstä saatujen kokemusten perusteella, se ei siis ole tutkimustiedon kertymää. Ammattitietoa vielä yleisempi tiedon käsite on *praktisen tiedon* käsite. Se on kokemukseen perustuvaa, subjektiivista toimintatapoihin perustuvaa ja kontekstiin sidottua tietoa (vrt. Niiniluoto 1992, taitotiedon käsite). Myös praktisen tiedon käsite on oleellinen tutkimukseni kannalta, koska valmentajien ja ohjaajien toiminta perustuu erittäin vahvasti kokemukseen ja tiettyyn kontekstiin.

Lehtinen ja Palonen (1997: 108) muistuttavat, että tieto ei aina pysy samanlaisena. Esimerkiksi kun yhteiskunta muuttuu ja tiedonsiirto helpottuu, myös tieto järjestäytyy eri tavalla tai voi jopa olla, että se ei järjestäydy enää ollenkaan. Tämän vuoksi verkostoituminen tuo muutoksia myös käsiteltävän ja välitettävän tiedon luonteeseen ja toimijoiden suhteeseen tietoon nähden. Tiedon määritelmä ei muutu ainoastaan riippuen määrittelijästä vaan myös kontekstista ja ajasta, jolloin tietoa määritellään. Koska tutkimukseni aihe käsittelee osittain tietoa ja sen kulkua, mutta myös oleellisesti wiki-palveluja, Valdénin (2007: 11) huomautus tutkimuksessaan siitä, että Wikipedia muuttaa käsitystämme tiedosta sekä jopa tiedon määritelmää, on oman tutkimukseni kannalta hyvin kiinnostava. Valdén tarkoittaa, että Wikipedian myötä on tullut käsitys siitä, että tieto on muuttuvaa ja eläväistä eikä enää pysyvää kappalemaista. Tieto, josta taitoluistelun valmennuksessa ja ohjauksessa usein puhutaan, on juuri praktista tietoa. Nykyisimmin siitä on tehty myös Niiniluodon mainitsemaa taitotietoa, sillä lajia ja valmentajia pyritään kehittämään koko ajan. Verkostoituminen loisikin mahdollisesti myös tälle uusilla mahdollisuuksilla.

## 4 SOSIAALISET TYÖKALUT VIESTINNÄSSÄ

Tässä luvussa pohdin digitaalisen viestinnän luonnetta ja sitä, miten verkkoviestintä ja digitaalinen viestintä toisiinsa suhteutetaan. Aloitan luvun *verkkoviestinnän* teorialla, josta siirryn tutkailemaan eri *sähköisiä kanavia* ja lopulta pohdin *kollektiivisen älyn* käsitettä, koska tämän käsitteen idea on takana useassa sähköisen verkostoitumisen kanavassa. Luvun yhteenvedossa kertaan analyysin kannalta tärkeimmät sähköiset kanavat helpottaakseni lukijan siirtymistä analyysiosioon.

Tilastokeskuksen katsauksessa 4/2004 ”Suomalaisten viestintävalmiudet 2000-luvun vuorovaikutusyhteiskunnassa” ennustetaan, että uusista vuorovaikutuksen välineistä tulee yhteiskunnallisia pakkoja. Työ, harrastustoiminta ja yhteiskunnallinen aktiivisuus alkaa kietoutua yhä enemmän sähköpostien, tekstiviestien ja internet-sivustojen ympärille (Nurmela, Melkas, Sirkiä, Ylitalo & Mustonen 2004: 11). Nyt viitisen vuotta myöhemmin huomaa selkeästi tämän kehityksen. Esimerkiksi urheiluseurat siirtävät tiedotustaan yhä enemmän verkkosivuille, lähes kaikilla yhteisöillä on sähköpostilistoja ja erilaisia foorumeja syntyy harrastustoiminnan ympärille.

Matikaisen ja Mannisen (2000: 56) mukaan olennaisesti huomioitava asia tietotekniikan välityksellä viestittäessä on, tuntevatko osapuolet toisensa. He pohjustavat tämän ajatukselle, että ryhmän ollessa tuttu, ovat digitaaliset keskusteluvälineet vain osa ryhmän välistä kommunikaatiota. Jos taas ryhmä ei entuudestaan tunne toisiaan, tapahtuu kasvaminen ja kehittyminen kokonaan tietoverkoissa. Nykyään tämä ei mielestäni ole aivan näin suoraviivaista, vaikka toki verkkoviestinnässä vaikuttaa – kuten yhtäläillä myös kasvokkaisuviestinnässä – osapuolten keskinäinen tunteminen ainakin viestinnän tyyliin.

### 4.1 Verkkoviestintä digitaalisen viestinnän osa-alueena

Digitaalisuuden perusta on siinä, että informaatio muutetaan binaariseen muotoon eli biteiksi. Bitit ovat puolestaan nolllista ja ykkösistä koostuva datavirta, joka kuitenkin



sisältää esimerkiksi kuvia, tekstiä, ääntä ja tietokoneen ohjelmointikieltä. (Järvinen & Mäyrä 1999: 7). Keräsen, Lambergin ja Penttisen (2005: 1–2) mukaan digitaalisen viestinnän tuotteita jaetaan usean eri jakelukanavan kautta ja siinä on mukana useita eri mediaelementtejä, kuten kuvaa, ääntä ja tekstiä. Digitaaliseen viestintään kuuluu olennaisesti tietoverkot, kuten internet, mutta myös perinteiset viestimet kuten televisio ovat digitalisoituneet. Perinteinen media hyötyy digitalisoitumisesta esimerkiksi saamalla sen avulla paremman kuvan ja äänen laadun. (Keränen ym. 2005: 1–2.)

Keränen ja muut (2005: 5–6) luettelevat digitaalisen viestinnän perustana oleviksi mediaelementeiksi tekstin, valokuvan, grafiikan, videon, animaation, äänitehosteet ja musiikin. Elementit voivat esiintyä digitaalisessa viestinnässä erillään, mutta usein niitä yhdistellään esimerkiksi multimediasovelluksiksi ja verkkosivuiksi. Yksi yleisimmistä digitaalisen viestinnän muodoista on nykyään internet-sivut. Ne ja erilaiset verkkopalvelut ovat monimuotoisia viestintävälineitä, mutta useimmiten verkkoviestinnän avulla toteutetaan myös erilaisia palveluja, kuten pankkipalveluja. Tällaiset palvelut ovatkin jo suuri osa verkkoviestintää. Tähän Pohjanoksa, Kuokkanen ja Raaska (2007: 11) huomauttavatkin, että verkkoympäristö ei ole tarkoitettu vain viestinnän tarkoituksiin, vaan verkon käyttäminen liittyy palvelujen tarjoamiseen, työkaluna käyttämiseen sekä järjestelmien väliseen toimintaan. Kuitenkin nämä kaikki sisältävät viestintää. Organisaatiolähtöisesti katsottuna Pohjanoksan ja muiden (2007: 11) mukaan moderni verkkoviestintä on yhä korostetummin integroitunutta sekä organisaation sisällä että sen ulkopuolella. Enää ei ole merkitystä katsotaanko isoa monikansallista yritystä vai pientä paikallista organisaatiota. Verkkoviestintä saa reaaliaikaisuutensa vuoksi usein keskeisen roolin organisaation kokonaisviestinnässä. Tutkimukseni kohderyhmälle, joka koostuu tiettyjen pienten organisaatioiden tietyistä toimijoista, ei verkkoviestintä ole keskeisessä roolissa katsottaessa heidän keskinäistä viestintäänsä, ja siksi tutkinkin, pitäisikö sen kuitenkin olla keskeisemmässä roolissa. Kiinnitän tutkimuksessani huomiota verkkoviestinnän sosiaalisiin työkaluihin, enkä yleisesti verkkoon viestintävälineenä.

Roponen (1998: 290–292, 294) keskittyy enemmän digitaalisen vuorovaikutuksen tarkasteluun. Hänen mukaansa ”digitaaliseksi vuorovaikutukseksi voidaan kutsua kaikkea kaksisuuntaista, digitaalisten laitteiden avulla tapahtuvaa vuorovaikutusta”. Digitaalisen

vuorovaikutuksen ensimmäisiä kanavia olivat sellaiset, joissa kaksi henkilöä keskustelee keskenään kirjoittamalla yhden tekstin tai viestin kerrallaan. Näin vuorovaikutus voi olla suoraa, jolloin molemmat osapuolet ovat tietoverkkoon yhteydessä, tai pienellä viiveellä tapahtuvaa, jolloin vuorovaikutus ei riipu siitä, onko toinen yhteydessä tietoverkkoon. Astetta kehittyneempiä digitaalisen vuorovaikutuksen kanavia ovat useamman henkilön online-keskustelukanaavat, sähköpostiryhmät sekä keskustelupalstat. Myös nämä kanavat perustuvat enimmäkseen tekstiin. Tästä vielä kehittyneempiä kanavia ovat virtuaaliyhteisöt ja erilliset virtuaalimaailmat. Näissä vuorovaikutus voi olla monipuolisempaa erilaisten haku- ja hakemistopalveluiden sekä kauppapaikkojen vuoksi, muutoin nämä kanavat ovat hyvin samankaltaisia keskusteluryhmien kanssa. Digitaaliseen vuorovaikutukseen matkaviestinnän puolella liittyvät myös digitaaliset matkapuhelimet. Roponen (1998: 297) päättää listauksensa videoneuvotteluihin ja graafisiin virtuaalisiin maailmoihin. Niissä ihmisten välinen vuorovaikutus muistuttaa suhteellisen paljon kasvokkaisviestintää, sillä niihin kuuluvat viestin sisällön lisäksi myös äänet, ilmeet, eleet ja ympäristötekijät.

Karjalaisen (2000: 19–20) mukaan internetiä voidaan hyvin perustein pitää viestintäteknologian murroksena. Murros luo lähes täysin uuden käsityksen siitä, miten ihmiset viestivät sekä miten tietoa on mahdollista luoda ja välittää. Esimerkiksi Mannisen ja Nevgin (2000: 94) mukaan verkossa tapahtuva vuorovaikutus on useimmiten monelta monelle tapahtuvaa keskustelua, jota ei käydä reaaliaikaisesti. Karjalainen (2000: 19–20) puolestaan korostaa, että uuden tiedon luominen teknologian avulla merkitsee vähintään yhtä paljon kuin muutos, joka tapahtuu olemassa olevan tiedon toisille välittämisessä. Alasilta (2000: 55) pohtii myös samaa murrosta eri näkökulmasta: informaatio- ja tietoyhteiskunnan siirtymisestä oppimis- ja vuorovaikutusyhteiskuntaan. Verkkoajan viestinnälle on ominaista vuorovaikutus eli se ei onnistu ilman ihmisten sosiaalisia taitoja. Internetin avulla tiedon hankkiminen ei ole kiinni maantieteellisistä etäisyyksistä. (Emt. 55, 271.)

**Taulukko 1.** Verkon mahdollisuudet seuraviestintään. Muokattu Pohjanoksan, Kuikkasen & Raaskan (2007: 12) Verkko viestinnän välineenä -taulukon pohjalta.

Tehtävä	Toteuttava palvelu tai teknologia
Ulkoisten uutisten välittäminen kohdeyleisölle	Julkinen verkkopalvelu (A) Tiedotejakelujärjestelmä, sähköposti ja tekstiviesti (A) <i>Verkkosivut (A)</i> <i>Kotikaupungin tapahtumat-sivustot tai -portaalit (A)</i>
Sisäinen tiedottaminen	Intranet ( <i>harvoilla seuroilla</i> ) (A) Sähköinen ilmoitustaulu (A) <i>Sähköposti (A)</i> <i>Verkkosivut (A)</i> <i>Pikaviestimet</i>
Markkinointiviestintä	Julkinen verkkopalvelu (A) Mikrosivustot (pienemmät, erilliset sivustot osana verkkopalvelua) (A) Sähköpostisuorat ( <i>Sähköpostilistat</i> ) (A) Uutiskirjeet (A) <i>Verkkosivut (A)</i> <i>Elektroniset kirjanmerkit (A)</i> <i>Kuntaportaalit (A)</i> <i>Keskustelupalstat (esimerkiksi alueelliset, Vaasassa vaasalaisia.info) (A)</i>
Yhteisön rakentaminen	Keskustelufoorumit (A) Chatit (S) Blogit (A) <i>Verkkosivut (A)</i> <i>Wikis (A)</i> <i>Pikaviestimet (S)</i>
Osaamisen kehittäminen	Intranet (A) Verkkokoulutukset (e-learning) (A) / (S) <i>Internet (A)</i> <i>Keskustelufoorumit (A)</i> <i>Wikis (A)</i>
Tavaran tai palvelujen myynti	Verkkokauppa ( <i>harvalla seuralla, tulee yleistymään</i> ) (A)
Asiakaspalautteen hallinta	Verkkopalvelun palautekanava (A) Tekstiviestipalautteet (A) <i>Sähköpostipalautteet (A)</i> <i>Palautteiden keruujärjestelmä (A)</i>
Tiimityön tukeminen	Virtuaaliset työtilat (S) Virtuaalikokoukset (S) Projektipankit → <i>wiki-muotoinen (A)</i> <i>Sähköpostilistat (A)</i> <i>Keskustelufoorumit (A)</i>
Sähköisen viestintä-aineiston hallinta ja jakelu	Digitaaliset aineistopankit → <i>wikis (A)</i> Latauspalvelut → <i>YouTube.Com (A)</i> Massasähköpostijärjestelmät → <i>Sähköpostilistat (A)</i>
Taloustiedottaminen ( <i>ei oleellista seuratoiminnassa</i> )	Verkkovuosisikertomukset (A) Taloustiedon analyysipalvelut (A)

Taulukkoon 1 on kerätty tehtävä-sarakkeen alle lähestulkoon kaikki organisaatioviestinnän osa-alueet. Toteuttava palvelu tai teknologia -sarakeeseen puolestaan on lueteltu mahdollisia verkkopalveluita ja -teknologioita, joita apuna käyttäen on mahdollista saada luetellut tehtävät suoritetuiksi. Kursivoidut asiat ovat sellaisia, joita ei pohjalla käytyssä taulukossa ollut mainittu ollenkaan. Lisäksi taulukosta 1 selviää kanavan synkronisuus eli samanaikaisuus tai asynkronisuus eli eriaikaisuus käytössä (A=asynkroninen, S=synkroninen), jota pohtii mm. Manninen ja Nevgi (2000: 94–95). Internetin samanaikainen viestintä tarkoittaa usein online-keskusteluryhmiä ja chateja, eriaikainen viestintä taas sähköpostia tai keskustelutilaa, jossa viestit säilyvät kommentoitavina ja luettavina. Verkkoviestintä voi suuntautua myös yhdeltä yhdelle (esim. sähköposti), yhdeltä monelle (esim. sähköpostilistat) tai monelta monelle (esim. tietokonevälitteiset kokoukset). Verkossa tapahtuva vuorovaikutus on tyypillisimmin monelta monelle tapahtuvaa eriaikaista vuorovaikutusta. Eriaikainen ja monelta monelle tapahtuva viestintä demokratisoi Mannisen ja Nevgin (Emt. 94–95) mukaan viestijöiden suhteita, sillä jokainen voi osallistua tasavertaisesti muiden kanssa.

Taulukosta 1 huomataan, kuinka moninaisiin tarkoituksiin tietoverkkoja voidaan viestinnässä käyttää. Tarkoitukset voivat olla sekä organisaation ulkoisia että sisäisiä. Esimerkiksi taulukosta poimittaessa ulkoisia ovat uutisten välittäminen, markkinointiviestintä, myynti ja asiakaspalaute, kun taas selkeästi sisäisiä ovat osaamisen kehittäminen, tiimityön tukeminen ja sähköinen viestintäaineisto. Osa taulukkoon listatuista tehtävistä voi olla sekä sisäisiä että ulkoisia, kuten yhteisön rakentaminen ja taloustiedottaminen. Tutkimukseni aiheen kannalta tärkeitä ovat yhteisön rakentaminen, osaamisen kehittäminen sekä tiimityön tukeminen. Tällä hetkellä kohderyhmälläni on taulukon 1 edellä mainittujen kohtien kanavista käytössä verkkosivut, joista kaikille valmentajille yhteiset ovat lähinnä Suomen Taitoluisteluliiton verkkosivut. Liiton verkkosivut toimivat lähinnä informointikanavana. Samoin käytössä on myös erilaisia sähköpostilistoja, jotka toimivat liitosta seuroihin päin. Nämäkään listat eivät useimmiten tule suoraan valmentajille, vaan seuran toimihenkilöille, joiden tehtäväksi jää viestin välittäminen eteenpäin.

## 4.2 Sähköposti

Sähköposti on ”tietoverkon palvelu, jossa käyttäjät voivat lähettää toisilleen viestejä, jotka tallentuvat vastaanottajan käyttäjäkohtaisiin tiedostoihin” (TEPA 2008). Käytön kautta määriteltynä sähköpostin avulla voidaan vaihtaa viestejä ja informaatiota toisten tietoverkkoon yhteydessä olevien ihmisten kanssa. Jotta tietokoneella voidaan lähettää sähköpostia, on sen oltava yhdistettynä tietoverkkoon ja siinä on oltava sähköpostiohjelma. Sähköpostiohjelma on yleensä osa mitä tahansa internet-selainta. (Rhodes University 2008)

Rhodes University:n (2008) verkkosivuilla listataan sähköpostin hyviä ja huonoja puolia. Sähköpostin hyviä puolia ovat sen nopeus viestintäkanavana, kustannustehokkuus sekä liitteiden lisäämismahdollisuus. Huonoja puolia ovat se, että sähköpostia kirjoitetaan helposti liian nopeasti ja siten kirjoitustyyli on huonoa, eikä se huomioi vastaanottajaa. Lisäksi sähköposti ei ole viestintäkanavana täysin turvallinen, joten erityisen luotamuksellisia asioita ei tulisi lähettää sähköpostitse. Sähköpostiin voidaan muodostaa sähköpostilistoja, jolloin yhdellä viestillä tavoitetaan suurempi ryhmä ihmisiä. Sähköpostilistat ovat tosin yksisuuntainen viestintäkanava, eli niiden avulla eivät ryhmän jäsenet saa yhteyttä toisiinsa. (Rhodes University 2008.)

Järjestön tiedottajalle sähköposti on hyvä apu juuri siksi, että siihen voi luoda erilaisia listoja eri kohderyhmät huomioiden. Sähköposti on myös nopea tapa tiedottaa asioita, mutta toisaalta ihmisille tulee nykyään niin paljon sähköposteja, että kaikesta ei sähköpostiviestiä toivota. Lisäksi sähköpostitse tiedotettavan asian tulisi olla lyhyt, selkeä ja helppo selittää kirjallisesti. (Ilvonen 2007: 64.) Sähköposti on erittäin usein käytössä seuraviestinnässä ja Ilvosen edellä mainitsemat ongelmat ovatkin jo lähes viikoittaisia. Kuitenkin edelleen sähköpostitiedottamisen hyödyt koetaan siinä määrin suurina, varsinkin kustannustehokkuus ja tavoitavuus, että sitä käytetään edelleen lähes eniten yksittäisistä kanavista seuraviestinnässä.

### 4.3 Pikaviestimet

Pikaviestintä määritellään ”ohjelmiston toiminnoksi, jonka avulla kaksi tai useampi käyttäjä keskustelee reaaliaikaisesti tekstimuotoisilla viesteillä tietoverkkoa käyttäen”. Määritelmässä huomautetaan lisäksi, että myös internet-puheluohjelmistossa voi olla liitettynä pikaviestintämahdollisuus. Lisäksi verkkojuttelu eli chattaus on kaikille avointa internetissä tapahtuvaa pikaviestintää. (TEPA 2008.)

Pikaviestimet vaativat toimiakseen internet-yhteyden ja pienen tietokoneelle ladattavan ohjelman. Pikaviestintä eroaa sähköpostista lähinnä siinä, että sen pohjimmaisena ideana on välitön viestien jakelu. Jotta tämä onnistuu, pikaviestiohjelmassa on käytetty ponnahdusikkunatekniikkaa, jotta viestit näkyvät heti kun ne on vastaanotettu. Lisäksi ohjelmassa on näkyvä lista toisista käyttäjistä, jonka käyttäjä on itse koonnut (ns. kaverilista). Ohjelmassa on mahdollista nähdä, onko kontaktihenkilö verkossa vai ei, ja onko hänelle mahdollista laittaa viestiä. Usein käyttäjien on mahdollista antaa vielä lisätietoja tavoitettavuudestaan, kuten ”kokouksessa”, ”lounaalla” tai ”poissa”. Nämä lisätiedot voivat tulla viestin lähettäjälle automaattisena vastauksena, tai näkyä jonkin symbolin avulla kontaktilistassa heti kontaktihenkilön nimen perässä. (Quan-Haase, Cothrel & Wellman 2005.)

Pikaviestimiä saatetaan tosin esimerkiksi työyhteisöissä käyttää enemmän sellaisiin kontakteihin, jotka tunnetaan jo ennestään. Esimerkiksi tietyn osaston työntekijät ottavat todennäköisesti pikaviestimen avulla helpommin yhteyttä saman osaston työntekijään, jonka he tuntevat jo entuudestaan, kuten huomattiin Chon, Trierin ja Kimin (2005) tutkimuksessa *The Use of Instant Messaging in Working Relationship Development*. Lisäksi he huomasivat, että työntekijät pitivät pikaviestimiä hyödyllisempänä viestintäkanavana oman organisaation sisällä kuin niitä oman organisaation ulkopuolelle käytettävänä kanavana. Työntekijät käyttivät pikaviestimiä mieluiten ylhäältä alaspäin suuntautuvaan viestintään, alhaalta ylöspäin suuntautuvaan viestintään ei kovin mielellään haluttu pikaviestinten avulla tehdä. (Cho ym. 2005)

#### 4.4 Internet-puhelut

Internet-puhelupalvelu mahdollistaa puhelujen välittämisen internetissä VoIP-tekniikan avulla. VoIP-lyhenne tulee sanoista *Voice Over Internet Protocol*, ja tarkoittaa tiedon-siirtotekniikkaa, jossa ääni pakataan ja koodataan IP-yhteyksikäytäntöä hyödyntävää siirtoa varten. IP-yhteyksikäytäntö mahdollistaa internetiin liitettyjen tietokoneiden yhteyden. Se toimii lisäksi puhelinverkossa, lähiverkossa ja satelliittiyhteyttä pitkin. (TEPA 2008.)

Internet-puhelujen etuna on se, että tietokoneesta toiseen soitetuista puhelusta ei peritä erillistä puhelumaksua, ja tietoverkosta yleiseen puhelinverkkoon soitetut puhelut ovat halvempia. Internet-puhelujen soittamiseen ja vastaanottamiseen tarvitaan tietokone, soveltuva ohjelma, tietoliikenneyhteys, mikrofoni sekä kaiutin tai luuri. (TEPA 2008.) Arkikielessä ei käytetä termejä internet-puhelu tai VoIP, vaan puhutaan eri puhelupalvelujen nimillä tai mahdollisesti nettipuheluista. Tyypillinen esimerkki Internet-puhelupalvelusta on Skype. Tämän vuoksi käytin kyselyssäni lomaketta yksinkertaistaakseni ainoastaan Skypeä esimerkkinä internet-puheluiden kohdalla. Nykyään VoIP-puheluihin ei tarvitse välttämättä tietokonetta, sillä mm. tietyille matkapuhelinmerkeille on kehitetty VoIP-mahdollisuus (Ketola 2008).

#### 4.5 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media eli Web 2.0 ei ole yksiselitteisesti määriteltävissä. Se on lähinnä konsepti, joka koostuu hyväksi havaituista toimintatavoista koskien www-palvelujen suunnittelua, ohjelmointia, markkinointia, tuotantoa ja strategiaa. Web 2.0 koostuu uusista ideoista ja vanhoista tekniikoista. (Hintikka 2007: 8.) Sosiaalisen median käyttäjät jakavat keskenään mielipiteitä, näkemyksiä, kokemuksia ja näkökulmia. Ominaista sosiaalisen median sisällölle on jatkuva keskeneräisyys, jonka vuoksi ne muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. (Noppari, Uusitalo, Kupiainen & Luostarinen 2008: 89.)

Web 2.0 -käsitteen keksivät Tim O'Reilly ja Dale Dougherty pohtiessaan uusia semi-naari aiheita. Dougherty huomautti webin olevan tärkeämpi kuin koskaan uusine sovelluksineen ja tasaisin väliajoin ilmestyvine sivustoineen. Tämän pohdinnan tuotteena syntyi Web 2.0:sta kertova ensimmäinen visualisointi, josta huomaa, että käsitteellä ei ole tarkkoja rajoja. Web 2.0:n ideana on, että tietyt periaatteet ja käytännöt sitovat eri verkkosivustoja tietyn ytimen ympärille järjestelmäksi. Tässä järjestelmässä eri sivustot ovat eri periaatteiden mukaan määräytyillä etäisyyksillä ytimeä eli tiettyjen linkitysten takana. (O'Reilly 2005.)

Toiset, kuten O'Reilly ja Dougherty (O'Reilly 2005), pitävät Web 2.0:a toisen sukupolven www-sivuina. Tästä termikin on saanut nimensä. Myös San Murugesan (2007: 34) kirjoittaa IT Pro -lehdessä ilmestyneessä artikkelissaan *Understanding Web 2.0*, että Web 2.0 on interaktiivisempi ja dynaamisempi kuin edeltäjänsä Web 1.0. Kuitenkin on myös niitä, jotka muistuttavat tietoverkkojen alun alkuaan jo ennen suurelle yleisölle yleistymistään olleen tuotettu juuri sosiaalistumista varten. (Pontin 2008: 34.)

Web 2.0 tarkoittaa käytännön kannalta sitä, että yhä useampi käyttää verkkoa myös omana tiedotusvälineenään ja osallistuu sen toimintaan omana itsenään. Tekninen osaaminenkaan ei enää helppokäyttöisempien ohjelmien myötä ole ainakaan kovin paljon rajaavana tekijänä. Ilmiöön liittyvät myös muut tietoverkon yhteisöllisyyttä lisäävät piirteet. (Koskela ym. 2007: 137.) Sosiaalisen median takana ovat aktiiviset käyttäjät, kuten nimikin antaa olettaa. Tutkimukseni kirjoitushetkellä internetin ajatellaan mahdollistavan käyttäjien vuorovaikutuksen, verkostoitumisen ja yhteistyön. Verkostoitumisen hyödyn ei välttämättä tarvitse olla vuorovaikutteista, vaan voi koskea myös esimerkiksi konkreettisempia asioita. Tällaisista hyödyistä esimerkkinä toimii palvelu, joka kokoaa käyttäjien verkkoon syöttämän tiedon automaattisesti yhteen, ja näin käyttäjät voivat käyttää hyväkseen valmiita koosteita. (Salmenkivi & Nyman 2007: 37.)

Sosiaalisen median eri palvelujen avulla voidaan parhaimmassa tapauksessa rakentaa tietoa kollaboratiivisesti. Sosiaalisen median palveluissa henkilöllä on kontakteja, joihin hän odottaa saavansa yhteyden ja näillä kontakteilla on toisia kontakteja, joihin myös tämä henkilö voi yhtä hyvin olla yhteydessä. Sosiaalisen median palvelujen avulla luo-

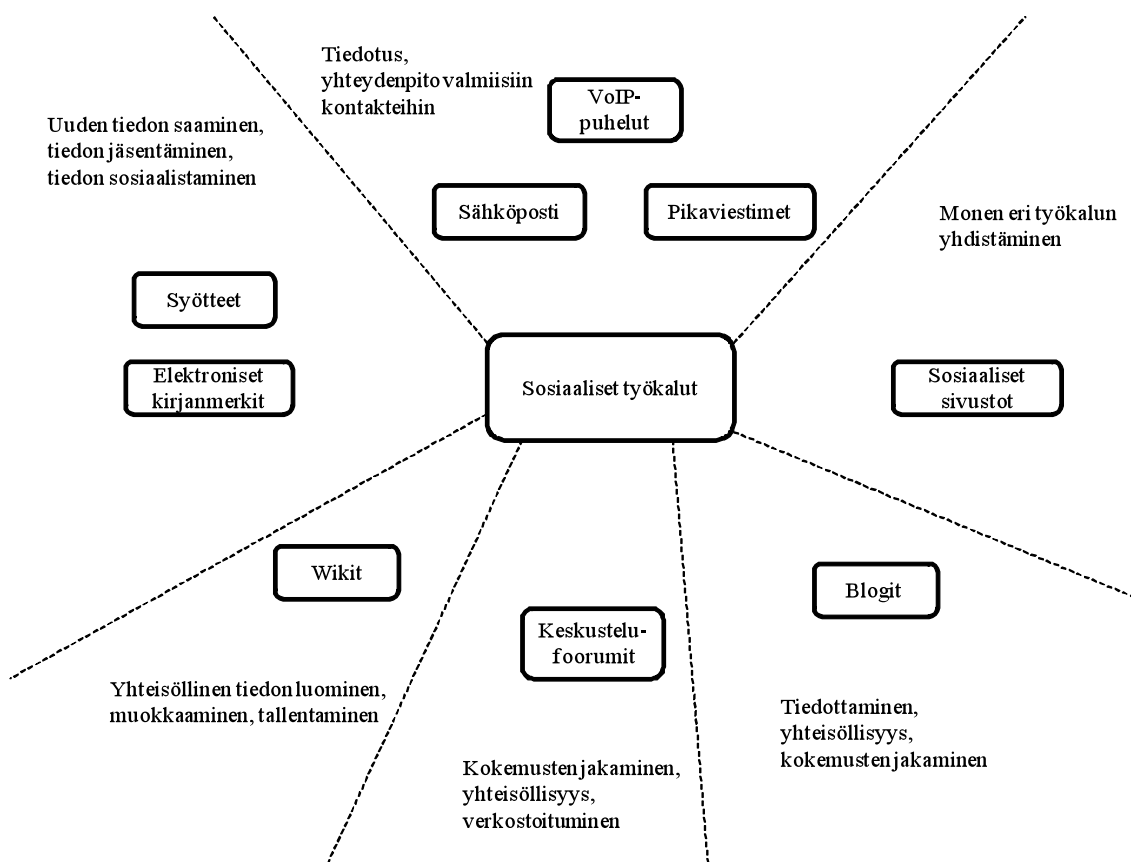


tua verkostoa voidaankin visualisoida verkostona, joissa yksittäiset ihmiset yhdistyvät ideoidensa ja intohimojensa mukaan. Nämä kytkökset muuttuvat jatkuvasti, kun uusia yhteyksiä löytyy ja vanhoja päivitetään. Tämän toimiminen edellyttää sitä, että käyttäjät ovat valmiita jakamaan ideansa ja tietonsa verkostonsa kanssa parantaakseen sen toimintaa. (Richardson 2006: 89–90.) Tilastokeskuksen katsauksessa 2008/1 Viherä (2008: 44–45) kritisoi sosiaalisena medianä pidetyn Facebook-palvelun yhteisöllistä luonnetta. Hänen mielestään Facebook-palvelussa, kuten muissakin sosiaalisissa medioissa, on lähinnä luotu uusi kanava pitää yhteyttä tuttuja ja ystäviä kanssa, mutta yhteisöllisyyden sosiaalinen media ei vastaa, ennen kuin median sisältöä tuotetaan yhdessä. Sosiaalisen median käsite kattaa kuitenkin paljon enemmän kuin vain Facebookin kaltaiset palvelut, kuten O'Reillyn (2005) alkuperäisestä määrittelystä huomaa.

Web 2.0 on mielestäni hyvin kiteytetty Barskyn ja Purdonin (2006) artikkelissa *Introducing Web 2.0: social networking and social bookmarking for health librarians*. Artikkelin mukaan Web 2.0 on lähinnä osallistumisen arkkitehtuuria ja ihmisiä. Kun Web 2.0:sta käytetään, tarjotaan palvelua, ei tuotetta. Sen avulla rohkaistaan käyttäjien osallistumista, luodaan kollektiivista älyä, tehdään helpoksi sisällön uudelleen käyttö ja uudelleen järjestäminen ja myös luodaan tunne, että käyttäjä kuuluu johonkin yhteisöön, kuten myös tunne valtuuttamisesta ja omistamisesta. Kahdesta viimeisestä en ole niinkään samaa mieltä Barskyn ja Purdonin kanssa, sillä mielestäni sosiaalisen median tavoitteena on nimenomaan tehdä mahdollisimman suuresta määrästä median sisältöä yhteistä kaikille käyttäjille.

Yksi olennaisimmista syistä ottaa toiminnallisissa yhteisöissä Web 2.0:n palveluita käyttöön, on yhteisön interaktiivisen viestinnän ja kollaboraation lisääminen jäsenten kesken. Toiminnallisilla yhteisöillä tarkoitetaan tässä tapauksessa yhteisöjä, joilla on yhteinen kiinnostus tiettyyn asiaan. (Yang, Zhang & Chen 2007: 1) Juuri tämän näkökulman vuoksi sosiaalisen median palvelut ovat keskeisessä roolissa tutkimuksessani. Tutkin nimenomaan tietyn ryhmän yhteiseen kiinnostukseen kohdistuvaa viestintää ja verkostoitumista.

**Kuvio 1.** Sosiaaliset työkalut verkkoviestinnässä.



Kuviossa 1 olen kartoittanut sosiaalisen median käsitettä hieman pidemmälle. Tutkimukseni en pitäydy ainoastaan sosiaalisen median palveluissa, kuten O'Reilly on jaotellut tehnyt. Kuviossa 1 päädyn käyttämään termiä sosiaaliset työkalut, sillä en voi sulkea tutkimukseni ulkopuolelle tiettyjä verkkoviestintään olennaisesti kuuluvia kanavia vain siksi, että ne eivät ole osa alkuperäistä sosiaalisen median kanavistoa. Kuvio esittää samalla myös kehysten tutkimukselleni sen suhteen, minkä kanavien käyttöä tutkimuksessani pohditaan.

Sosiaalinen media on tällä hetkellä mukana lähes joka yrityksen viestinnässä ja moni muukin organisaatio on ottamassa sosiaalisen median palveluita käyttöönsä. Kuitenkin on syytä muistaa, että mitään mediaa ei käyttäjäkunta ota käyttöön, elleivät he koe sitä tarpeelliseksi, mielekkääksi ja riittävän helpoksi käyttää. Tämä korostuu varsinkin harrastustoiminnan ja sitä kautta seuratoiminnan ympäristössä, sillä suurimmalle osalle se on tapa viettää vapaa-aikaa, ja siksi siihen ei kuulu liiallinen uuden tekniikan opettelu.

#### 4.5.1 Verkkokeskustelu

Tässä alaluvussa käyn läpi verkkokeskustelun peruspilareita. Aloitan käsittelyn määrittelemällä lyhyesti *keskustelun* ja siitä siirryn *verkkokeskusteluihin*. Niissä aloitan määrittelyn kertomalla *verkkosovelluksesta*, jolla keskustelut verkossa ovat (*verkkofoorumi*). Lisäksi pohdin *verkkoyhteisön* käsitettä, tämän jälkeen itse verkkokeskustelua ja siihen liittyvää *verkkokirjoittamista*.

##### 4.5.1.1 Keskustelu vai dialogi

Heikkilä ja Heikkilä (2001: 56–57, 62–64) tekevät eroa *keskustelun* ja *dialogin* välille. Keskustelu eroaa dialogista tavanomaisuutensa ja pintapuolisuutensa kautta. Tavanomainen keskustelu on kuin arkipäivän vuorovaikutustilanne, jossa omat mielipiteet ja asenteet ovat tärkeämmässä asemassa kuin toisten ja siksi omaa mielipidettä pyritäänkin monin keinoin saada hyväksyttyä muille. Dialogissa puolestaan etsitään yhteistä merkitystä. Siinä tärkeää on huomioida, että sama havaintokohde herättää eri ihmisissä erilaisia käsityksiä, tunteita ja mielikuvia. Dialogin aikana vallitsee ilmapiiri, jossa jokainen jäsen osallistuu tiedon tuottamiseen. Heikkilän ja Heikkilän (emt. 10) mukaan dialogia pidetään tehokkaana viestintämuotona, jossa osallistujalle tarjoutuu mahdollisuus oppia syvällisemmin tuntemaan itseään ja jopa muuttua ajattelemisen avulla. Tämä on kuitenkin aina kiinni itsestä.

Tällä hetkellä dialogia pidetään suomalaisissa työyhteisöissä välineenä, jonka avulla voidaan saavuttaa konkreettisia ja työyhteisön arvostamia tuloksia. Kyse on tällöin usein tuotteiden tai palveluiden kehittämisprosesseista. (Heikkilä & Heikkilä 2001: 199.) Tutkimuksessani käsiteltävä keskustelu on tavanomaisen keskustelun ja dialogin väliltä. Aivan dialogimaista pohdiskelua ja yhteisen merkityksen luomisesta ei ole kyse, mutta kuitenkin yhteisen tiedon saavuttamisesta ja luomisesta. Tutkimuksessani sivutaan myös tavanomaista keskustelua, jonka erotan tästä tietoisuutta luovasta keskustelulla termillä *vapaa keskustelu*.

#### 4.5.1.2 Keskusteluryhmät verkossa

*Verkkofoorumi* on virtuaalinen alusta, jolla voidaan ilmaista henkilökohtaisia ja yhteisöllisiä mielipiteitä, kommentteja, kokemuksia, ajatuksia ja asenteita. Viestien ei tarvitse olla asiasisällöllisesti täysin todenperäisiä. Fakta-asiat ovat usein kirjoittajien mielipiteiden taustalla. Verkkofoorumeissa käyttäjät voivat jakaa tietoa ja mielipiteitä ilman kasvokkaista kontaktia muihin käyttäjiin. (Yang & Ng 2008: 25.) Myös Ilvosen (2007: 62) mukaan keskustelupalstoilla voidaan yhdistää tiedonhakua ja vuorovaikutusta. Palstoilla voidaan saada mukaan toimintaan myös sellaisia henkilöitä, jotka eivät muutoin ole halukkaita osallistumaan tai voi osallistua seuran toimintaan.

Metsämäki (2000: 27) määrittelee *verkkoyhteisön* verkon kautta toisiinsa yhteyttä pitävien ihmisten ryhmäksi. Verkkopalveluissa yhteisö toimii tehokkaasti, kun sillä on jokin palvelutehtävä, kuten ongelmien ratkaiseminen. On olemassa sekä julkisia, kaikille käyttäjille avoimia palveluita sekä vain jäsenille tarkoitettuja yhteisöjä. (Emt. 27.) Keskusteluryhmät mahdollistavat interaktiivisuuden ryhmän jäsenten kesken. Keskusteluryhmissä voi olla moderaattori, mutta se ei ole välttämätöntä. Tällaiset avoimet foorumit helpottavat jäsenten välistä keskustelua. Keskusteluryhmiä käytetään yleisimmin organisaation sisäiseen viestintään tai samasta asiasta kiinnostuneiden ihmisten keskinäiseen viestintään. Keskusteluryhmien hyviä puolia on se, että niiden avulla on helppo verkostoitua toisten kanssa jakaakseen ideoita, saadakseen tietoa ja pyytääkseen apua. Lisäksi niiden avulla voidaan helposti levittää tietoa suurellekin yleisölle sekä pysyä tietoisina toimintaympäristön asiantiloista ja muutoksista. Huonoja puolia keskusteluryhmissä on roskapostin tuleminen mahdollisuus. (Rhode University 2008.)

Matikainen (2000: 218) pohtii verkkoympäristössä tapahtuvaa keskustelua. Keskustelu on arkipäiväinen ja luonteva osa ihmisen elämää, ja ehkä jopa yleisin kommunikaatiomuoto. Matikaisen mukaan verkkoympäristössä keskustelusta puuttuvat puhe ja kuunteleminen. Tästä en ole täysin samaa mieltä, sillä puhetta ja kuuntelua voi olla myös tekstimuotoisessa keskustelussa. *Verkkokeskustelussa* ominaista on, että viestien vaihto tapahtuu verkossa ja keskustelu ei ole reaaliaikaista eli osallistujat voivat kirjoittaa vieste-

jään ja vastata toisten viesteihin milloin vain (TEPA 2008). Verkkokeskustelu mahdollistaa siis keskustelun ajasta ja paikasta huolimatta.

*Verkkokirjoittajalla* voi Alasillan (2000: 137) mukaan periaatteessa olla kaksi erilaista roolia: joko hänen tavoitteenaan on lähettää tunnetuille vastaanottajille lyhyt, ytimekäs ja yksinkertainen viesti tai hänen tarkoituksenaan on palvella kirjavaa lukijakuntaa laajalla, monipuolisesti linkitetyllä sisällöllä, joka usein hyödyntää sekä tekstiä, ääntä, liikettä ja kuvaa. Itse en kuvailisi verkkokirjoittajan roolia kahdella ääripäällä, kuten Alasilta tekee, sillä voihan olla, että osa vastaanottajajoukosta on tuttua, osa ei. Näin on usein esimerkiksi yliopistojen verkkokursseilla, joilla on myös etäopiskelijoita mukana. Verrattaessa Alasillan ajatuksia omaan tutkimukseeni, on tutkimuksessani kyseessä olevan vastaanottajajoukon yksilöt eli taitoluisteluvallmentajat ja -ohjaajat osittain toisilleen tuttuja. Osa tosin ei tunne toisiaan, ja osa tuntee toisensa vain alueittain, osa taas tuntee kattavasti valmentajia koko Suomesta. Näin toistensa tuntemisen osalta joukko on hyvin heterogeeninen. Tutkimuksessani verkkokirjoittaja tosin kirjoittaa rajatulle yleisölle. Lukijakunta ei siis sinällään ole kirjava, vaan ainakin ammatillisesti saman yhteisön edustaja kuin kirjoittaja. Mielestäni Alasillan jaottelu verkkokirjoittajasta on turhan yksinkertaistava myös sisällön laajuuden ja vastaanottajan tuntemisen välisen suhteen osalta, sillä näkisin, että tutuille vastaanottajillekin kirjoittava kirjoittaja voi linkittää sisältöään monipuolisesti ja sisältö voi koskea laajempaakin aihetta.

#### 4.5.2 Blogit

Blogi on verkkosivusto, johon tuotettu sisältö on ajankohtaista ja päivämäärällä merkattua. Vanhat merkinnät säilyvät luettavissa ja ne pysyvät muuttumattomina. Useimpia blogeja voi kommentoida, ja tyypillinen bloggaaja eli blogin kirjoittaja käyttää paljon linkkejä toisille sivuille. Blogin julkaiseminen on yksinkertaista ja nopeaa erilaisten blogipalveluiden avulla. Organisaatiolle blogi mahdollistaa uudenlaisen viestinnän nykyisten ja tulevien asiakkaiden, omien työntekijöiden, sidosryhmien ja poliittisten päättäjien kanssa. Blogit tuovat siis organisaatioille mahdollisesti lisää näkyvyyttä, arvostusta ja liikevaihtoa. (Kilpi 2006: 3-4.)

Yksityisen ja organisaatioblogin välillä ei välttämättä ole suuria eroja: kirjoitustyylit voivat olla samat, aihealueet pääpiirteittäin samat, mutta joitakin eroavuuksiakin löytyy. Suurin ero on ehkä se, että organisaatioblogi sisältää pääasiallisesti työhön liittyviä asioita ja se sijaitsee työnantajan palvelimella. Todennäköisesti työntekijä on myös saanut työnantajaltaan jonkinlaisen ohjeistuksen, mitä blogiin voi ja pitää kirjoittaa. Työnantajan on hyvä ottaa huomioon, että vaikka blogi on helppo informaation välityskanava, voi siinä olla myös haittapuolia esimerkiksi työhönsä tai työnantajaansa tyytymättömän työntekijän tekstien muodossa. (Kilpi 2006: 85–87.) Yhdistyksen ollessa kyseessä, blogi yleensä tarkoittaa, että joku seuran toimijoista kirjoittaa blogia, joka on liitetty seuran verkkosivuille. Blogiin saadaan omasta toiminnasta kirjoitettua monipuolisella ja persoonallisella tavalla. (Ilvonen 2007: 63.) Blogi voi koskea esimerkiksi tiettyä yhdistyksen toiminnan osa-aluetta tai koko yhdistyksen toimintaa.

Yleensä aikaisemmat blogimerkinnät säilyvät blogissa, uudet merkinnät tehdään blogin ylläpitäen. Blogeissa on usein linkkejä muille verkkosivuille ja erityisesti muihin blogeihin. Blogien vuorovaikutteisuutta lisää se, että useimmissa blogeissa on jokaisella merkinnällä oma kommentointi- tai keskustelumahdollisuus. Blogeista ja niiden välisistä linkeistä muodostuu blogien pitäjien oma verkosto, blogosfääri, joka jakautuu vielä pienempiin verkkoihin esimerkiksi aihepiirin perusteella. Blogeissa yhdistyvät kotisivujen henkilökohtaisuus, verkkoyhteisöjen sosiaalisuus ja keskusteluryhmien ajankohtaisuus. Lisäksi blogeissa on entistä enemmän mukana multimediaalisia elementtejä. Blogosfääreissä pätevät samat lainalaisuudet kuin verkostoissa yleensäkin: blogit eivät linkity tasaisesti, vaan tiettyjen ”napojen” ympärille (vrt. O’Reilly 2005 Web 2.0:n ytimistä ja verkkosivujen järjestäytymisestä ytimien ympärille). Blogosfääreille on ominaista, että ne korjaavat nopeasti itse itseään. Näin yhteisömuoto estää tehokkaasti väärän tiedon ujuttautumista joukkoon. (Koskela ym. 2007: 137–139.)

Richardson (2006: 27) näkee, että oppimisen kannalta blogissa on monia puolia, jotka auttavat oppimisprosessia. Blogit ovat hyvin konstruktivistinen väline oppimiselle. Tiedosta, joka blogiin tuotetaan, tulee osa suurempaa tietokokonaisuutta, jonka internet tarjoaa. Blogin avulla yhteistyöskentely voi olla huomattavasti helpomman pääsyn takana ja monipuolisempaa kuin esimerkiksi kollektiivinen työskentely sähköpostin tai

keskustelufoorumien avulla. Blogeihin arkistoituu myös kaikki oppimisen tulokset ja oppimiseen johtaneet tekstit ja mielipiteenvaihdot. Se on oppimisen kannalta myös demokraattinen oppimiskanava, sillä se hyödyntää monia eri oppimistyyplejä. Ujotkin saattavat blogeissa uskaltautua ”ääneen” ja ideoiden jakoon. Blogien käyttö voi tuoda henkilölle tietyn alan asiantuntemuksen, sillä ne, jotka kirjoittavat blogeja ammatillisiin tarkoituksiin, yleensä keskittyvät yhteen aiheeseen. Tämä keskittyminen tuokin usein mukanaan laajemman tietämyksen aiheesta sekä laajan yhteen paikkaan kerätyn aineiston. Näin blogit tuovat helpommin esille uusia kirjoituksia, joita tarvitaan myös yhä nopeammin kehittyvässä tietoyhteiskunnassa. (Richardson 2006: 27–28.)

Blogeista on jo tullut tiedonlähteitä lähes joka alalle. Tässä syntyykin ongelmaksi tiedon oikeellisuuden arviointi. Tähän auttaa esimerkiksi kirjoittajaan liittyvän tiedon keruu, kuka omistaa sivuston, jolla blogi on, millainen maine bloggaajalla on hänen kansa-bloggaajiensa parissa sekä linkitettyjen blogien selailu. Näin lukija pystyy luomaan tarkemman kuvan bloggaajan taustatekijöistä ja sen valossa arvioimaan myös blogin sisältämää tietoa. (Richardson 2006: 38–39.) Tiedon oikeellisuuden arviointi on tosin nykyään jo tärkeää kaikessa verkkoviestinnässä. Siihen kuuluvat joka tekstissä juuri erilaisen kytkösten arviointi, joten mielestäni blogien sisältämän tiedon oikeellisuuden arviointiin ei liity uusia haasteita.

#### 4.5.3 Wikit

Wiki on hypertekstijärjestelmä, jossa tarkoituksena on tallentaa ja muokata tietoa. Näin se on tietokanta, jossa jokainen sivu on helposti jokaisen käyttäjän muokattavissa. Tällainen avoin muokkaus korostaa internetin demokraattista käyttöä kannustamalla myös teknisesti osaamattomampia käyttäjiä tuottamaan internetiin sisältöä. Tämän lisäksi wikipyylinen tiedontuotanto kannustaa tarkoituksellisiin eri aiheiden miellelyhtymiin: wikipissä tekstejä linkitetään intuitiiviseen malliin sivujen välillä. Wikiin pyritään houkuttelemaan käyttäjiä, jotka haluavat osallistua tiedon luomisen ja kollaboraation jatkuvaan prosessiin. Tämän jatkuvan prosessin vuoksi wiki-sovellukseen perustuva verkkosivu muuttuu koko ajan. (Leuf & Cunningham 2001: 14–16.)

Yksinkertaistettuna wiki on verkkosivu, jolle kuka tahansa voi editoida mitä tahansa mihin aikaan vain. Wiki-sivuston sisältämän tiedon totuusarvo perustuu siihen, että sivustoja käyttää usein paljon enemmän sellaiset editoijat, jotka haluavat wikin sisältävän tiedon olevan totta kuin ne, jotka haluavat kirjoittaa vääriä tietoja. Yleensä tämä tiedon korjautuvuus käy nopeasti. (Richardson 2006: 59–61.) Vastaavanlainen nopea korjautuvuus on mainittu yllä blogosfäärien korjautuvuuden kohdalla (Koskela ym. 2007: 137–139). Wiki-sivustoilla yksi aloittaa dokumentin, ja toiset voivat muokata ja täydentää sisältöä tai linkittää sitä toisiin sisältöihin (Pohjanoksa ym. 2007: 56).

Myös yritykset ovat alkaneet käyttää wikejä dokumentointiin ja tiedonhallintaan. Lisäksi yliopistot kokeilevat laitosten ja opiskelijoiden avulla wiki-sovelluksia. Wikejä käytetään myös projektitiimeissä, jotta tiimin jäsenet pysyvät työn joka osa-alueen suhteen ajan tasalla sekä liiketoiminnassa, jossa halutaan työntekijöiden jakavan informaatiota ja tekemän yhteistyötä. On olemassa myös salasanasuojattuja wikejä. (Richardson 2006: 62.) Järjestöissä puolestaan wiki-sovellus auttaa esimerkiksi tiedon tallennuksessa ja rakentamisessa. Sen avulla yhdistys voi vaikka tuottaa uutta tietoa toiminnastaan ja käyttää sovellusta prosessikirjoittamisen välineenä. (Ilvonen 2007: 63.) Tutkimuksessani wikit olisivat lähinnä tietyn ammatinharjoittajien tietopankkeja, joten sinänsä käyttö-tarkoitus olisi lähinnä samantyylinen kuin yrityksissä.

#### 4.5.4 Verkkosyötteen

Osaksi juuri sosiaalisten työkalujen vuoksi verkossa oleva tietomäärä kasvaa siinä suhteessa, että on lähes mahdotonta pysyä mukana, milloin tulee uutta tietoa liittyen tiettyyn aihealueeseen tai tiettyyn sivustoon. Tässä auttaa RSS-syöte (Real Simple Syndication). Yksinkertaistettuna RSS-syöte on informaatorivi, jonka voi tilata esimerkiksi sähköpostiin. (Richardson 2006: 75.) TEPA Termipankki antaa verkkosyöteelle myös synonymymin *sisältösyöte*. TEPA:n määritelmän mukaan verkkosyöte on ”XML-kielen mukainen WWW:n sisällön kooste, joka tarjoaa WWW-sivun sisällön vaihtoehtoisessa esitysmuodossa ja usein linkin kyseiselle WWW-sivulle”. Termi *verkkosyöte* käsittää myös verkkosivuille tehdyistä päivityksistä lähetettävän ilmoituksen. Tämä on tilattava palvelu, jonka tilaajan ei tarvitse seurata useita eri sivustoja, vaan hänelle tulee auto-



maattisesti ilmoitus sivustoille tehdyistä päivityksistä. Päivitys voi koskea esimerkiksi uutisia, keskustelufoorumeja tai blogeja. Verkkosyöte esittää yleensä verkkosivuston jonkin osion otsikon, lyhyen tiivistyksen sisällöstä sekä linkin sivustolle. Näin syötteen tilaaja voi katsoa kiinnostaako asia häntä ja päättää, lukeeko lisää sivustolta. (TEPA 2008.)

Syötteisiin on hyvä verrata myös termejä *koostaminen* ja *päivitysvahti*. Koostaminen tarkoittaa aineiston kokoamista jakelua varten, ja tähän tarkoitukseen voidaan käyttää esimerkiksi RSS-toimintoa. Näin kiinnostuneet voivat tilata aineiston omalle koneelleen, jos heillä on RSS-lukuohjelma. Koostamisen tulos voi olla esimerkiksi otsikkotietoja ja tiivistelmä alkuperäisestä aiheesta. Samoin päivitysvahti on toiminto, joka lähettää käyttäjälle ilmoituksen, kun seurannan kohteeksi asetetulle verkkosivulle on tehty jokin muutos. (TEPA 2008.) Näin siis kaikki kolme termiä ovat hyvin samankaltaisesti määriteltyjä. Tästä voikin päätellä, että termit eivät ole vielä täysin vakiintuneet käyttöön, ja selkeästi toisistaan eroavia määritelmiä näille ei ole vielä tehty.

#### 4.5.5 Elektroniset kirjanmerkit

*Elektroniset kirjanmerkit* eli tagit ovat avainsanoja, joita lisätään blogiartikkeleihin tai verkkosivuille sosiaalisten sivustojen taggaustyökalujen avulla. Tällainen sivusto on esimerkiksi del.icio.us. (Murugesan 2007: 37.) Ne ovat tavallaan omien merkintöjen lisäämistä sivustoille, esimerkiksi kuviin (Hintikka 2007: 30). O'Reilly (2005) liittyy tähän liittyvä läheisesti folksonomian käsitteen, joka tarkoittaa, että ihmiset kollaboratiivisesti kategorisoivat sivustoja vapaasti valituilla avainsanoilla. Folksonomia viittaa käyttäjälähtöiseen informaation ryhmittelyyn (*taksonomiaan*). Se on tilapäinen luokittelujärjestelmä, jonka www-käyttäjät luovat surffatessaan internetissä kategorisoidakseen sisältöä, jonka löytävät. Folksonomiat eivät ole hierarkkisia, ja ne ovat jatkuvasti muuttuvia. (Murugesan 2007: 37.) O'Reillyn (2005) mukaan taggaus mahdollistaa monipuolisen ja kattavan miellelyhtymäketjun, lähellä sellaista, jonka aivot saisivat aikaiseksi (vrt. Leuf & Cunningham 2001 wikitekstien intuitiivisesta linkityksestä). Tageja voi olla sivustoilla myös ryppäessä. *Tag-pilvi* on sivustolla olevien tagien listan visuaalinen esitysmuoto. Siinä on jollakin tapaa havainnollistettu myös tagin suosituimmuus.

Yleensä useimmin käytetyt tagit on suuremmalla fonttikoolla kuin harvemmin käytetyt tagit. (Murugesan 2007: 37.)

*Sosiaalisessa kirjanmerkkauksessa* tallennetaan linkkejä, nimetään ne tietyillä avainsanoilla tai elektronisilla kirjanmerkeillä järjestykseen ja jaetaan ne muiden kanssa. Sosiaalisen kirjanmerkkauksen palvelut keräävät samoin termein merkatut sivustot, liittävät ne yhteen, ja liittävät myös ne ihmiset yhteen, jotka ovat lähettäneet merkkauksen. Näin käyttäjät löytävät muita henkilöitä, joilla on samat mielenkiinnot kuin itsellä. Sosiaalinen kirjanmerkkkaus yhdistää siis koko ympyrän: RSS-syöte mahdollistaa sen, että on tietoinen muiden uusista kirjoituksista sekä kirjoitusten lukemisen, sosiaalinen kirjanmerkkkaus taas mahdollistaa sen että on tietoinen mitä kirjoituksia muutkin lukevat sekä muiden lukemien kirjoitusten lukemisen. Samalla kun tässä luodaan yhteisöä, luodaan myös uudenlaista tiedonjärjestämisen tapaa. (Richardson 2006: 91–92.) Sosiaalinen kirjanmerkkkaus on prosessi, jossa käyttäjät voivat saada aihepiiriä koskevaa laajempaa tietämystä (Murugesan 2007: 37).

#### 4.6 Sosiaaliset työkalut ja sosiaalinen verkko

*Sosiaalinen verkko* perustuu sivustolle, joka tarjoaa ilmaisen ja helpon tavan tehdä omia verkkosivuja. Näillä sivuilla voi olla erilaista sisältöä, kuten blogeja, valokuvia, musiikkia ja videoleikkeitä. Sosiaalinen verkko muodostuu, kun jäsenet linkittävät omia verkkosivujaan toisten jäsenten verkkosivuihin. Tällaisista sivustoista hyviä esimerkkejä ovat MySpace ja Facebook. (Barsky & Purdon 2006: 65.) Suomen kielessä puhutaankin sosiaalista verkkoa useammin sosiaalisista sivustoista ja tätä termiä käytän tutkimuksessanikin. Sosiaalisia sivustoja ei kuitenkaan pidä sekoittaa sosiaalisen median käsitteeseen, sillä sosiaaliset sivustot ovat vain osa sosiaalista mediaa. Esimerkiksi Richardson (2006) ja Viherä (2008) ovat rajoilla sen suhteen, puhuvatko he näistä kahdesta asiasta lähes synonyymisesti.

Sosiaalinen verkko tarkoittaa, että meillä on monia ystäviä jossakin, joilla on yhtä monia ystäviä, jotka kaikki voivat helposti ottaa yhteyttä toisiinsa ja osoittaa tien uuteen

mielenkiintoiseen tietoon. Pohjimmiltaan sosiaalinen verkko tarkoittaa, että haluamme jakaa ideamme ja resurssimme verkostomme kanssa parantaaksemme sitä, koska saamme itse siitä aivan yhtä paljon. Blogien ja wikien myötä tämä sosiaalinen vuorovaikutus keskittyy sisällön ja merkitysten luomiseen. On olemassa myös työkaluja, joiden avulla keskitytään lähinnä kontaktien luomiseen eikä sisällön luomiseen. (Richardson 2006: 90.) Tällaisia välineitä tutkivat Ellison, Steinfield ja Lampe (2007) artikkelissaan *The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*, jossa todetaan sosiaalisten sivustojen vain vahvistavan ihmisten välisiä kontakteja varsinkin siinä tilanteessa, että yksilö siirtyy jostakin reaali maailman yhteisöstä toiseen. Näin tämä tutkimus on eriävä aikaisemmille virtuaalisten yhteisöjen tutkimuksille, joissa usein todettiin verkossa tapahtuvan vuorovaikutuksen siirtävän yksilöä kauemmas reaali maailmasta ja sen yhteisöistä.

Ellison, Steinfield ja Lampe (2007) listaavat sosiaalisten sivustojen eri käyttötarkoituksia. Sosiaaliset sivustot voivat olla työhön liittyviä (kuten LinkedIn.com), seurustelukumppanin löytämiseen suunnattuja (kuten Friendster.com:in alkuperäinen tarkoitus oli), samoista asioista kiinnostuneiden ihmisten yhteen kokoamiseen suunnattuja (MySpace.com) tai yliopisto-opiskelijoiden yhteen kokoamiseen suunnattuja. Barsky ja Purdon (2006: 66) kertovat artikkelissaan konkreettisen esimerkin sosiaalisen verkon käytöstä työmaailmassa. Esimerkissä lääkäri perusti potilailleen neurologisen fysioterapian keskusteluryhmän, jossa keskusteltiin neurologisten vammojen hoidosta. (Barsky & Purdon 2006: 66.) Sosiaalisia sivustoja voi siis olla muodostettu hyvin erilaisten käyttötarkoitusten ympärille.

#### 4.7 Kollektiivinen äly

Salmenkivi ja Nyman (2007: 94) mukaan ”kollektiivinen äly on yhteisöllistä toimintaa, jolla tuotetaan tietoa, joka on niin monimutkaista tai kattavaa, ettei sen tuottaminen yksin tai pienen ryhmän toimesta olisi mahdollista”. Keskustelun, väittelyn, kilpailun ja yhteistyön tuloksena syntyy kollektiivista älyä. Wikipedia<sup>1</sup> on hyvä esimerkki kollektiiv-

---

<sup>1</sup>Englanniksi osoitteessa [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org), suomeksi osoitteessa [fi.wikipedia.org](http://fi.wikipedia.org)

visen älyn toiminnasta verkossa. Tällaiseen yhteisölliseen tuotantoon osallistuvilla ihmisillä voi olla moninaisia motiiveja pysyä toiminnassa mukana. Toiset ovat mukana harrastuneisuuden vuoksi, toiset muiden auttamisen ilosta, kun jotkut taas haluavat kasvattaa henkilökohtaista mainettaan. (Salmenkivi & Nyman 2007: 95–96.)

Sosiaalisissa verkostoissa ihmiset jakavat keskenään kokemuksiaan liittyen oikeastaan mihin vain. Tämä ei ole vain pienen piirin toimintaa Suomessakaan, sillä 46 prosenttia internetin käyttäjistä eli noin 1,5 miljoonaa suomalaista, lukee näitä keskustelupalstoja. (Salmenkivi & Nyman 2007: 97–98.) Tämän mukaan sähköisillä verkostoitumisen välineillä voisi olla mahdollisuus parantaa valmentajien välistä viestintää ja verkostoitumista. Jos lähes puolet suomalaisista internetin käyttäjistä lukee keskustelupalstoja, on todennäköistä, että näiden joukossa on myös kohderyhmäni kuuluvia henkilöitä.

#### 4.8 Yhteenveto

Tutkimuksessani nostan tärkeimmiksi sähköisen verkostoitumisen muodoiksi sähköposti, pikaviestimet, VoIP-puhelut, keskustelufoorumit, blogit, wikit, sosiaaliset sivustot ja syötteen. Nämä ovat suhteellisen helposti käyttöön otettavia ja toteutettavia kanavia, jotka auttavat verkostoitumisessa ja tiedonjakamisessa. Syötteen kiinnostavat myös siksi, että ihmiset, jotka eivät välttämättä itse halua kirjoittaa verkkoon, saattavat kuitenkin käyttää tällaisia passiivisempia työkaluja hyväkseen. Näistä voi edellä kerrotun mukaan olla hyötyä muillekin, jos ne vain jaetaan muiden kanssa.

Ylipäätään kaikkien yllä luettelemieni käyttöaste on nousemassa, ja todennäköisesti onkin vain ajan kysymys, milloin kanavat ovat käytössä myös seuraviestinnässä. Kuten jo aiemmin mainitsin, tutkimuksessani ei tutkita perinteistä seuraviestintää, vaan seurajajat ylittävää saman lajin piirissä toimivien henkilöiden välistä viestintää. Viestinnän lajeista ammattiviestintä voisi kuvata tätä parhaiten. Myös ammattiviestintää ja organisaatioita katsottaessa kanavien hyödyntämiseen on kasvava kiinnostus ja varmasti käyttöaste ja käytön monipuolisuus tulee kasvamaan. Ainakin maantieteellisesti erillään oleville ryhmille näistä voi olla apua keskinäisviestintään.

## 5 TAITOLUISTELUVALMENTAJIEN SÄHKÖINEN VERKOSTOITUMINEN

Tutkimuksessani selvitin Suomen taitoluisteluvallmentajien ja -ohjaajien mielipiteitä verkostoitumisen tämän hetkisestä riittävydestä, parantamisen tarpeellisuudesta sekä verkkoviestinnän mahdollisuuksista verkostoitumisen lisäämiseen. Lisäksi selvitin, mitä sisältöjä valmentajat ja ohjaajat kaipaavat verkkoviestintään.

### 5.1 Kyselyn suorittamisesta

Kyselyssä käytin apuna verkkokyselylomaketta, jonka testasin kertaalleen kahdeksan hengen ryhmällä. Testiryhmän jäseniin kuului eri urheiluseurojen edustajia, valmentamisen lopettaneita taitoluisteluvallmentajia, järjestötoiminnassa mukana toimivia sekä eräitä pro gradu -tutkielmaansa tekeviä. Testaaminen oli erittäin hyödyllistä, sillä siitä huomasin, että alkuperäinen lomakkeen oli turhan raskas monine perustelukohtineen, jotka olivat pakollisen oloisia. Päädyin vähentämään perustelujen määrää, ja lisäsin vain muutamien kysymysten loppuun laatikon, johon vastaaja pystyi joko lisäämään listasta puuttuvia asioita tai kertomaan perusteluja vastauksilleen niin halutessaan.

Lisäksi vähensin kysymysmäärää alkuperäisestä lomakkeestani, sillä saamastani palautteesta huomasin, että kysyin useampaan kertaan samoja asioita, ja vielä siten, että vastaaja sen helposti huomasi. Silloin vastaaja pääsee tylsistymään ja se vie kyselyyn vastaamiselta intensiteettiä pois, ja vastaukset eivät ole enää niin huolella mietittyjä. Samoin olin kysynyt asioita, jotka eivät tutkimukseni kannalta olleet niin keskeisiä, joten tätäkin kautta sain vähennettyä kysymysmäärää ja muotoiltua lomakettani intensiivisemmäksi.

Verkkokyselyn tekniseen toteutukseen käytin E-lomake-ohjelmistoa<sup>2</sup>. Muotoilusta huomasin, että lomakkeen tekninen toteutus ei lomakepohjalla toiminut aina siten kuin

---

<sup>2</sup> <https://e-lomake.fi/>

olisin halunnut. Päädyin muotoilemaan yhden vastauksen vaihtoehtokysymykset pyöreiksi radionapeiksi ja useamman vastausvaihtoehdon sallivat kysymykset neliönapeiksi. Näin pyrin helpottamaan vastaajalle kysymystyyppin hahmottamista. Lomakepohjan muotoilu oli teknisesti vaativa, sillä kysymyksissä, joissa vastausvaihtoehdot annettiin valmiina, lomake ei ymmärtänyt, että pitkän kysymyksen voisi rivittää useammalle riville. Lisäksi Likertin asteikko oli lähes mahdoton ilmaista selkeästi lomakepohjalla, päädyin itse laittamaan joka kysymystä ennen sanallisen asteikon. Koin, että pelkät numerot 1-4 antavat liian suuntaa-antavia vastauksia. Asteikon pidin tämän esilletuonti-vaikeuden vuoksi aina samansuuntaisena eli arvo 1 oli asteikon päädyssä ”ei ollenkaan” ja arvo 4 päädyssä ”paljon”.

Lopullinen kyselylomake on tarkasteltavissa liitteessä 1. Vastauksia kyselyyni sain yhteensä 104 kappaletta, joka on taitoluisteluvallmentajien ja ohjaajien arvioituun kokonaismäärään nähden suuri tulos, ja tekee sitä kautta tutkimukseni validiksi. Alla olevasta taulukoon 2 on listattu vastausten jakautuminen muuttujittain.

**Taulukko 2.** Vastaajamäärän (n=104) jakautuminen eri muuttujien osalta.

Alueet	Vastaa- jamäärä	Valmennus- tunnit / vko	Vastaa- jamäärä	Ikä	Vastaa- jamäärä
Helsingin alue	26	0-9	62	14-19	28
Hämeen alue	17	10-19	19	20-29	48
Uuden- maan alue	17	20-29	17	30-39	14
Lounais- Suomi	16	30-40	6	40-49	10
Itäinen alue	15			50-60	4
Pohjoinen alue	13				

Taulukosta 2 on nähtävissä, että vastaajien joukossa oli pari tuntia viikossa toimivista ohjaajista aivan valmentamista täysipäiväisenä työnä tekeviin ammattivalmentajiin. *Alueellinen jakauma* oli myös hyvä, vaikka selkeästi eniten vastaajia oli Helsingin alueelta. Tämä selittyy kyseisen alueen suurella harrastajamäärällä verrattuna muihin alueisiin. Kaiken kaikkiaan vastausten alueellinen jakautuminenkin on siis tasaista, joka puo-

lestaan mahdollistaa alueellisen vertailun. Lisäksi vertailen tuloksia *valmennustuntien* ja *valmentajien iän* mukaan, jotta saan näkökulmaa siihen, minkä tason valmentajat kaipaavat verkostoitumista eniten ja keille se olisi tärkeintä. Valmennustunnit jaoin ryhmiin 0-9 tuntia viikossa, 10-19 tuntia viikossa, 20-29 tuntia viikossa ja 30-40 tuntia viikossa valmentavat. Myös muuttujaan ikä tein luokat, jotka ovat 14-19-vuotiaat, 20-29-vuotiaat, 30-39-vuotiaat, 40-49-vuotiaat sekä 50-60-vuotiaat. Jakauma on kaikkien luokkien suhteen tasainen verrattuna kokemukseeni perustamaani arvioon valmentaja- ja ohjaajamäärään jokaisessa luokassa.

## 5.2 Taitoluistelupalmentajien lähtötaidot ja kanavien luontevuus

Tässä alaluvussa tarkastelen valmentajien ja ohjaajien lähtötaitoja sähköisten kanavien suhteen sekä eri kanavien mielekkyyttä. Koska useimmiten ihmiset käyttävät ensin kanavia, jotka ovat tuttuja tai mielekkäitä, lähtötaitojen ja kanavien mielekkyyden pohjalta voin tehdä päätelmiä siitä, mitkä kanavat olisivat todennäköisesti ensimmäisinä käytössä, jos niitä tarjottaisi. Tämän osion avulla peilaan myös johtopäätöksissä sitä, onko kanavan tunnettuudella tai mielekkyydellä vaikutusta siihen, halutaanko kyseistä kanavaa käyttää seuraten tai kirjoittaen.

### 5.2.1 Eri sähköisten kanavien tuttuus taitoluistelupalmentajien joukossa

Aluksi selvitin, kuinka tuttuja eri sähköiset kanavat taitoluistelupalmentajille ennestään ovat. Taulukosta 3 on nähtävissä, miten tunnettuja tutkimukseni keskeiset kanavat ovat. Taulukon prosentit on saatu suhteuttamalla kyseiseen kohtaan vastanneiden määrä kokonaisvastaajamäärään (n=104).

**Taulukko 3.** Kanavien tuttuus taitoluistelupalmentajille ja -ohjaajille (n=104).

	erittäin	melko	jokseenkin	ei ollenkaan	tyhjiä	yhteensä
Sähköposti	97 %	1 %	0 %	2 %	0 %	100 %
Pikaviestimet	65 %	17 %	4 %	13 %	1 %	100 %
Sosiaaliset sivustot	56 %	16 %	13 %	13 %	2 %	100 %
Wikit	38 %	35 %	20 %	6 %	2 %	100 %
Keskustelufoorumit	30 %	29 %	33 %	9 %	0 %	100 %
Skype	17 %	21 %	31 %	29 %	2 %	100 %
Blogit	14 %	18 %	39 %	27 %	1 %	100 %
Syötteet	8 %	9 %	29 %	53 %	2 %	100 %

Taulukosta 3 erottuu selkeästi, että sähköposti on suurimmalle osalle taitoluistelupalmentajista ja -ohjaajista ennestään tuttu kanava. Vain kaksi prosenttia vastaajista ei tuntenut sähköpostia entuudestaan ollenkaan. Toiseksi suurimmalle joukolle tuttuja ovat wikit ja kolmanneksi suurimmalle joukolle keskustelufoorumit. Kolme parhaiten tunnettua kanavaa ovat sähköposti, pikaviestimet ja sosiaaliset sivustot. Syötteet olivat vastaajille tuntemattomin kanava, niitä ei yli puolet vastaajista tuntenut ollenkaan. Wikit olivat pääsääntöisesti tutumpi kanava kuin keskustelufoorumit. Harva vastaajista vaikutti tuntevan syötteitä kunnolla, jonkin verran niitä tunsivat lähes kolmasosa vastanneista.

Muuttujien osalta kyselyn tulokset löytyvät taulukoituna liitteestä 2. **Alueittain** vertailtaessa kaikilla alueilla parhaiten tunnettu kanava oli sähköposti. Lisäksi ennestään tutuimpien kanavien joukossa oli wikit Hämeen alueella, itäisellä alueella ja pohjoisella alueella. Helsingin alueella ja Lounais-Suomessa wikit olivat toiseksi tutuimpia kanavia. Keskustelufoorumit puolestaan olivat tutuimpien kanavien joukossa Lounais-Suomessa ja pohjoisella alueella. Pikaviestimet olivat itäisellä ja pohjoisella alueella tutuimpia kanavia ja Hämeen alueella toiseksi tutuimpia. Sosiaaliset sivustot puolestaan olivat tutuimpia itäisellä ja pohjoisella alueella sekä toiseksi tutuimpia Helsingin ja Hämeen. Skype ja syötteet jakoivat mielipiteitä hieman enemmän, ja vain pohjoiselle alueelle Skype oli edes toiseksi tutuimpien kanavien joukossa ja syötteet kolmanneksi tutuimpien. Kokonaisvaltaisesti alueellista tunnettuusjakaumaa katsottaessa voi huomata, että itäisellä ja pohjoisella alueella tunnetaan eniten eri kanavia. Itäisellä alueella kaikki



vastaajista tunsivat neljä eri kanavaa edes jotenkin, ja pohjoisella alueella kaikki vastaajat puolestaan tunsivat ennestään viisi eri kanavaa. Uudellamaalla kanavien tunnettuus puolestaan jakautui eniten, ja jokainen kanava pystyttiin järjestämään omalle sijalleen tunnettuuden mukaan.

**Valmennustuntilähtöisen** vertailun mukaan syntyi jo hieman selkeämpää erottelua kanavien tuntemisen suhteen (ks. liite 2). Kaikki eri valmennustuntiryhmät tunsivat kanavista sähköpostin parhaiten ennestään. Lisäksi 10–19 tuntia viikossa valmentavat tunsivat keskustelufoorumit yhtä hyvin kuin sähköpostin ja yli 30 tuntia viikossa valmentavat tunsivat ne kanavista toiseksi parhaiten. Wikit tunnettiin kanavista toiseksi parhaiten alle 30 tuntia viikossa valmentavien joukossa. Pikaviestimet olivat toiseksi tutuimpien kanavien joukossa ainoastaan 10–19 tuntia viikossa valmentaville. Sosiaalisten sivustojen osalta vastaukset hajautuivat jo enemmän, sillä toiseksi tutuimpia kanavia ne olivat ainoastaan 10–19 tuntia viikossa valmentavien mielestä, muille vähemmän tuttujen joukossa. Syötteen, blogit ja Skype olivat tuntemattomimpia kanavia. Alle kymmenen tuntia viikossa valmentavilla kanavien tunnettuus korostui siten, että jokaiselle eri kanavalle löytyi oma sijaluku tunnettuuden suhteen. 10–19 tuntia viikossa valmentavien vastaukset olivat tasaisimpia, eli he tuntevat eri kanavia laajemmin kuin muut. Samoin he tuntevat useampia kanavia erittäin hyvin kuin muut vastaajat.

**Iän mukaan** vastauksia tutkittaessa tulee esille muutamia suuriakin eroja (ks. liite 2). Sähköposti on kaikille eri ikäluokille parhaiten tunnettu kanava. Yli 50-vuotiailla vastaajilla tunnetuimpien kanavien joukossa olivat myös keskustelufoorumit, wikit, syötteen, sosiaaliset sivustot, pikaviestimet ja Skype. Kaikki ikäluokan vastaajista tunsivat nämä kanavat jokseenkin tai paremmin. Kanavista vain blogit olivat osalle ikäluokan vastaajista ennestään tuntemattomia. Alle 20-vuotiaat vastaajat tunsivat yhtä hyvin myös pikaviestimet kuin sähköpostin, kun taas 20–29-vuotiaille pikaviestimet ovat toiseksi tutuin kanava. Wikit tunnetaan toiseksi parhaiten entuudestaan alle 40-vuotiaiden joukossa. Alle 20-vuotiaat ja 30–49-vuotiaat pitävät myös keskustelufoorumeja toiseksi tutuimpana kanavana. Heidän väliinsä sijoittuvat 20–29-vuotiaat vastaajat puolestaan pitävät sosiaalisia sivustoja toiseksi tutuimpana kanavana. Skype, blogit ja syötteen olivat pääsääntöisesti huonoiten ennalta tunnettuja kanavia, ja lisäksi niiden tunnettuussijat

heittelivät huomattavasti enemmän kuin muiden kanavien. Näiden kanavien osalta vastauksista ei siis voi luoda yhtenäistä linjaa. Ikäluokkien vastauksia keskenään vertailtaessa kaikkein huonoiten eri kanavia tunsivat 40–49-vuotiaat valmentajat. Laajin kanavaintuntemus oli yli 50-vuotiailla valmentajilla, ja he tunsivat myös eniten eri kanavia erittäin hyvin 20–29-vuotiaiden kanssa.

### 5.2.2 Eri kanavien tämän hetkisiä käyttötarkoituksia

Kanavien tämän hetkinen käyttö jakautuu taulukon 4 osoittamalla tavalla. Vertaillessani eri kanavien käyttötarkoituksia eri muuttujien mukaan, olen huomioinut vertailussani vain kunkin kanavan kolme tärkeintä käyttötarkoitusta. Taulukosta 4 sekä liitteestä 3 on nähtävissä, että kolme tärkeintä käyttötarkoitusta osoittavat suurimman massan käyttötarkoitukset, muut ovat lähinnä yksittäisiä tai vastaajaryhmän sisällä hyvin pienen ryhmän käyttötarkoituksia.

**Taulukko 4.** Eri kanavien käyttötarkoituksia (n=104).

	työ	harrastustoiminta	tiedonhaku	ajanviete	kommunikointi	En mihinkään näistä	en käytä ollenkaan
sähköposti	88 %	69 %	24 %	26 %	86 %	1 %	0 %
keskustelufoorumit	9 %	20 %	38 %	38 %	25 %	0 %	31 %
blogit	4 %	6 %	6 %	27 %	9 %	3 %	62 %
wikit	17 %	13 %	83 %	14 %	1 %	0 %	11 %
syötteet	9 %	7 %	13 %	14 %	2 %	0 %	69 %

Tutkimukseni aiheen kannalta tärkeimmät käyttötarkoitukset ovat työ, kommunikointi ja harrastustoiminta. Taulukosta 4 nähdään, että näihin tarkoituksiin käytettiin kaikista eniten sähköpostia. Tiedonhakuun käytettiin lähinnä wikejä. Ajanvietteeksi vahvin kanava oli taulukon mukaan keskustelufoorumit. Vaihtoehto ”en mihinkään näistä” antoi vastaajille mahdollisuuden esittää omia käyttötarkoituksiaan, mikäli mikään valmiista vaihtoehdoista ei sopinut. Muutama vastasikin tämän mukaisesti, mutta ei kuitenkaan selittänyt, mihin käyttää kyseistä kanavaa. Avoimista vastauksista selvisi, että sosiaali-

sia sivustoja ja pikaviestimiä (lähinnä MSN Messengeriä) käytetään päivittäin kommunikointiin kavereiden kanssa, joita voi olla missä päin maailmaa tahansa. Tarkempi jaottelu ja muuttujien mukaan taulukoidut tulokset löytyvät liitteestä 3.

**Sähköpostia** käytettiin kaikilla *alueilla* eniten harrastustoimintaan, työhön ja kommunikointiin (ks. liite 3). Pieniä jakaumaeroja tärkeysjärjestyksen suhteen alueilla ilmeni. Sähköpostin kaikkein tärkein käyttötarkoitus oli työ kaikilla muilla alueilla paitsi pohjoisella alueella, jossa sähköpostin tärkein funktio oli kommunikaatiovälineenä toimiminen (100 % vastanneista, n=13). Hämeen alueella työn lisäksi yhtä tärkeä käyttötarkoitus oli kommunikointi (100 %, n=17). Itäisellä alueella puolestaan kaikki kolme olivat täsmälleen yhtä tärkeitä käyttötarkoituksia (87 %, n=15). Pohjoisella alueella sähköpostia käytettiin toiseksi eniten harrastustoiminnassa. *Valmennustunteihin* pohjautuvan vertailun mukaan kaikki valmennustuntaryhmät käyttävät sähköpostia eniten kommunikointiin sekä apuna työssään. Valmentajat ja ohjaajat, joilla on 0–19 valmennustuntia viikossa, käyttävät sähköpostia paljon myös harrastustoiminnassa, kun taas valmentajat, joilla on 20–29 viikkotuntia, käyttävät sähköpostia paljon tiedonhakuun. Kaikki yli 20 tuntia viikossa valmentavista käyttävät sähköpostia työssään. *Iän mukaan* vertailtuna sähköpostia käyttävät työssään eniten yli 30-vuotiaat vastaajat (100 %, n=28) ja alle 20-vuotiaat vastaajat puolestaan käyttävät sähköpostia eniten kommunikointiin (88 %, n=28). Kaikki vastaajat kuitenkin käyttävät hyvin paljon sähköpostia sekä työ- että kommunikointivälineenä, kuten liitteestä 3 tarkemmin selviää. Kaikki muut paitsi yli 50-vuotiaat vastaajat käyttävät sähköpostia prosentuaalisesti paljon myös harrastustoiminnassa, mutta toisaalta taas yli 50-vuotiaat käyttävät sähköpostia ainoana ikäryhmänä suhteellisen paljon tiedonhakuun.

Liitteestä 3 on huomattavissa, että **wikien** käyttötarkoitukset hajautuivat enemmän *alueittaisessa* vertailussa. Kaikilla muilla alueilla paitsi itäisellä alueella wikejä käytettiin enimmäkseen tiedonhakuun ja apuna työssä. Helsingin alueella wikejä käytettiin runsaasti myös harrastustoimintaan (27 %, n=26). Lounais-Suomessa sekä Uudenmaan ja pohjoisen alueilla wikit olivat tärkeä ajanvietteen kanava. Uudenmaan alueella prosentuaalisesti suurin osa alueen vastaajista (65 %, n=17) ei käytä wikejä ollenkaan. Itäisellä alueella puolestaan wikejä käytettiin enimmäkseen ajanvietteenä. *Valmennustuntien*

osalta vertailtuna kaikki valmennustuntiryhmät käyttivät ensisijaisesti wikejä tiedonha-  
kuun. Yli 30 tuntia viikossa valmentavissa oli yhtä paljon vastaajia, jotka eivät käyttä-  
neet wikejä ollenkaan kuin vastaajia, jotka käyttivät wikejä tiedonhakuun (50 %, n=6).  
Alle 20 tuntia viikossa valmentavista suurin osa käyttää wikejä (95 %, n=81). Yli 20  
tuntia viikossa valmentavat käyttävät puolestaan wikejä paljon työssään apuna. Yli 30  
tuntia viikossa valmentavat käyttävät wikejä monipuolisesti, sillä he käyttävät niitä pal-  
jon tiedonhaun lisäksi myös harrastustoiminnassa ja ajanvietteenä. Lisäksi 10–19 tuntia  
viikossa valmentavat sekä yli 30 tuntia viikossa valmentavat käyttävät wikejä muihin  
verrattuna huomattavan paljon ajanvietteenä. *Ikäryhmittäin* vertailtuna kaikilla ikäryh-  
millä wikien suurimpana käyttötarkoituksena on tiedonhaku. Valmentajat, jotka ovat  
iältään 20–39-vuotiaita, käyttävät wikejä paljon lisäksi työssään (21 %, n=62). Suuri osa  
30–49-vuotiaista valmentajista ei käytä wikejä tällä hetkellä ollenkaan. Yli 50-vuotiailla  
valmentajilla wikien käyttö tiedonhaun lisäksi jakautuu harrastustoiminnan ja ajanviet-  
teen kesken. He ovat ainoita valmentajia, jotka käyttävät wikejä huomattavan paljon  
harrastustoiminnassa (75 %, n=4).

**Keskustelufoorumeille** löytyi monipuolisesti suosittuja käyttötarkoituksia *alueittain*  
vertailtaessa, kuten liitteestä 3 käy ilmi. Kaikkialla muualla paitsi Lounais-Suomen alu-  
eella keskustelufoorumeja käytettiin eniten ajanvietteenä. Lounais-Suomen osalta puolet  
alueen vastaajista ei käytä keskustelufoorumeja ollenkaan (50 %, n=16). Lounais-  
Suomessa suurimmat varsinaiset käyttötarkoitukset keskustelufoorumeille ovat kom-  
munikointi, tiedonhaku sekä foorumien käyttäminen apuvälineenä työssä (jokainen 19  
%, n=16). Kaikki muut alueet paitsi Hämeen alue käyttävät keskustelufoorumeja paljon  
kommunikointiin. Alueellisesti keskustelufoorumit ovat käytetyin Uudenmaan alueella.  
Kaikki eri *valmennustuntiluokat* käyttävät keskustelufoorumeja paljon tiedonhakuun.  
Muutoin käyttötarkoitukset eriytyvätkin enemmän. Alle 20 tuntia viikossa valmentavat  
käyttävät keskustelufoorumeja eniten ajanvietteenä (40 %, n=81). Heistä alle 10 tuntia  
viikossa valmentavat käyttävät kanavaa lisäksi kommunikointiin, kun taas suuri osa 10–  
19 tuntia viikossa valmentavista ei käytä keskustelufoorumeja ollenkaan (32 %, n= 19).  
Suuri osa myös 20–29 tuntia viikossa valmentavista ei käytä keskustelufoorumeja ol-  
lenkaan (47 %, n= 17), mutta ne jotka käyttävät, on käyttötarkoituksina lähinnä tiedon-  
haku ja ajanviete. Yli 30 tuntia viikossa valmentavat eivät puolestaan käytä keskustelu-

foorumeja niinkään ajanvietteenä, mutta heille yksi tärkeä käyttökohde on harrastustoiminta (33 %, n=6). *Eri ikäryhmissä* myös keskustelufoorumien käyttö hajautuu monen käyttötarkoituksen kesken. Eniten keskustelufoorumeja ajanvietteenä käyttävät 20–29-vuotiaat (48 % n=48) ja yli 50-vuotiaat valmentajat (75 %, n=4). Kaikista muista ikäryhmistä paitsi yli 50-vuotiaista suhteellisen suuri osa ei käytä keskustelufoorumeja ollenkaan. Ajanvietteenä puolestaan kaikki muut käyttävät keskustelufoorumeja prosentuaalisesti paljon, paitsi 40–49-vuotiaat. Tiedonhaku on myös tärkeänä keskustelufoorumien käyttötarkoituksena muilla paitsi alle 20-vuotiailla. Alle 20-vuotiaat (36 %, n=28) ja 30–39-vuotiaat (36 %, n=14) puolestaan kommunikoivat suhteellisen paljon keskustelufoorumien avulla. Harrastustoiminnassa tätä kanavaa käyttävät apuna eniten yli 40-vuotiaat valmentajat (43 %, n=14).

Kuten liitteestä 3 on nähtävissä, suurin osa vastaajista ei käytä **blogeja** ollenkaan muilla *alueilla*, paitsi Helsingin alueella. Helsingin alueella blogeja käytetään eniten ajanvietteenä (42 %, n=26), ja toiseksi suurin osa alueen vastaajista ei käytä blogeja ollenkaan. Muilla alueilla puolestaan suurin osa vastaajista ei käytä blogeja ollenkaan, ja niistä jotka käyttävät, suurin osa käyttää ajanvietteenä. *Valmennustuntilähtöisessä* vertailussa suuri osa muista paitsi 10–19 tuntia viikossa valmentavista ei käytä blogeja ollenkaan (67 %, n=85). Puolestaan nämä 10–19 tuntia viikossa valmentavat käyttävät blogeja eniten ajanvietteeksi (47 %, n=19). Ne, jotka muista valmennustuntiluokista käyttävät blogeja, on käyttötarkoituksena lähinnä ajanviette. Joitakin yksittäisiä, mutta kuitenkin prosenttiosuuksiltaan mainittavia blogien käyttötarkoituksia ovat myös yli 30 tuntia viikossa valmentavien vastaajien blogien käyttö harrastustoiminnassa (17 %, n=6) ja 20–29 viikkotuntia valmentavien vastaajien blogien käyttö tiedonhaussa (18 %, n=17). *Ikäryhmittäin* vertailtaessa suuri osa vastaajista ei käytä blogeja ollenkaan muissa ikäryhmissä paitsi yli 50-vuotiaissa valmentajissa (25 %, n=4). Kaikki ikäryhmät käyttävät blogeja huomattavan paljon ajanvietteenä. Yli 50-vuotiaat valmentajat käyttävät blogeja paljon myös harrastustoiminnassa (50 %, n=4) ja tiedonhaussa (50 %, n=4). Puolestaan 30–39-vuotiaat valmentajat käyttävät blogeja suhteellisen paljon kommunikointiin (21 %, n= 14).

*Alueittain* tarkasteltuna suurin osa jokaisen alueen vastaajista ei käytä **syötteitä** ollenkaan (liite 3). Pohjoisen alueen vastaajilla ei syötteille ole tällä hetkellä mainittavaa käyttötarkoitusta ollenkaan. Helsingin alueella ja itäisellä alueella syötteitä käytetään ajanvietteenä, Hämeen alueella ja Lounais-Suomessa puolestaan tiedonhaussa ja apuvälineenä työssä. Uudenmaan alueella syötteitä käytetään lähinnä harrastustoiminnassa. Myös *valmennustuntiryhmien* osalta yksimielisesti suurin osa ei käytä syötteitä ollenkaan. Alle 10 tuntia viikossa valmentavilla ei ole mainittavaa käyttöä syötteille ollenkaan. Yli 10 tuntia viikossa valmentavat käyttävät syötteitä ajanvietteenä. Lisäksi yli 20 tuntia viikossa valmentavat käyttävät syötteitä tiedonhakuun ja 20–29 viikkotuntia valmentavat käyttävät syötteitä jonkin verran työssään (12 %, n=17). *Ikäryhmittäin* vertailtaessa puolestaan muissa ikäryhmissä suurin osa ei käytä syötteitä ollenkaan, paitsi kaikki 50-vuotiaat vastaajat käyttävät syötteitä. Yli 30-vuotiaat valmentajat käyttävät syötteitä suhteellisen paljon ajanvietteenä (32 %, n=28). Lisäksi 30–49-vuotiaat käyttävät syötteitä paljon työssään (25 %, n=24). Yli 40-vuotiaille syötteet ovat apuna myös tiedonhaussa ja yli 50-vuotiaat valmentajat käyttävät syötteitä huomattavan paljon myös harrastustoiminnassa.

### 5.2.3 Luontevuus käyttää eri sähköisiä kanavia

Tutkimuksessani yksi oleellinen asia on, mikä kanava on taitoluisteluvallmentajille ja -ohjaajille luonteva käyttää. Luontevuus on tärkeää, koska jos kohderyhmä ei tunne verkostoitumisen kanavaa luontevaksi, on todennäköistä, että sen käyttäjämäärät jäävät pienemmiksi kuin kanavan, joka koetaan yleisemmin luontevaksi. Taulukosta 5 on nähtävissä koko vastaajajoukon luontevuusjakauma. Prosenttiosuudet on suhteutettu koko vastaajamäärään.

**Taulukko 5.** Eri sähköisten kanavien luontevuus koko vastaajajoukolle (n=104).

	erittäin	melko	jokseenkin	ei ollenkaan	tyhjiä
Sähköposti	94 %	5 %	1 %	0 %	0 %
MSN Messenger	60 %	12 %	14 %	13 %	2 %
Sosiaaliset sivustot	42 %	16 %	25 %	13 %	3 %
Wikit	36 %	30 %	18 %	14 %	2 %
Keskustelufoorumit	16 %	29 %	29 %	24 %	2 %
Skype	13 %	19 %	28 %	38 %	3 %
Blogit	8 %	9 %	31 %	52 %	1 %
Syötteet	8 %	7 %	23 %	62 %	1 %

Taitoluisteluvallmentajille ja -ohjaajille on yksimielisesti sähköposti luontevin kanava käyttää. Kaikkien vastanneiden mielestä se on edes jokseenkin luonteva käyttää, ja jopa 94 prosenttia vastanneista on sitä mieltä, että sähköpostia on erittäin luontevaa käyttää. Toiseksi luontevin kanava on pikaviestimet ja kolmanneksi luontevimpia ovat sekä sosiaaliset sivustot että wikit. Avoimissa vastauksissa mainittiin sosiaalisiin sivustoihin kuuluva IRC Galleria, joka tuntui muutamalle vastaajalle erittäin luontevalta, samoin pikaviestimistä MSN Messenger. Keskustelufoorumit arvotettiin vielä luontevaksi kanavaksi ja myös Skypen koki 60 prosenttia vastanneista edes jokseenkin luontevaksi. Avointen vastausten mukaan Skypen ahkeraan käyttöön ja sitä kautta myös luontevuuteen vaikuttaa sen taloudellisuus, ja paljon Skypeä käytetäänkin lähinnä ulkomaille soittaessa. Vain alle puolet vastanneista kokee blogit ja syötteet luonteviksi kanaviksi. Arvoasteikkoa tarkasteltaessa useimmiten erittäin luontevia kanavia valmentajille ovat sähköposti ja pikaviestimet, ja toisena vielä sosiaaliset sivustot ja wikit. Avoimista vastauksista on huomattavissa, että tuttujen suositellessa tiettyä kanavaa, pidetään sitä jopa kokeilematta hieman luontevampana kuin muita vieraita kanavia.

Muuttujittain taulukoidut tulokset luontevuuden suhteen löytyvät liitteestä 4. **Alueittaisessa** vertailussa kanavat järjestyvät selkeään luontevuusjärjestykseen. Sähköposti on kaikilla eri alueilla vastanneille selkeästi luontevin kanava. Sen lisäksi pohjoisella alueella sosiaaliset sivustot ovat yhtä luonteva kanava kuin sähköposti (kumpikin 100 %, n=13) ja itäisellä alueella puolestaan pikaviestimet ovat yhtä luonteva kanava kuin sähköposti (kumpikin 100 %, n=15). Sosiaaliset sivustot ovat Hämeen alueella ja itäisellä

alueella sekä Uudenmaan alueella toiseksi luontevin kanava käyttää, kun taas Helsingin, Hämeen ja Uudenmaan alueella sekä pohjoisella alueella pikaviestimet ovat toiseksi luontevin kanava. Helsingin alueella, Hämeen alueella, Lounais-Suomessa ja pohjoisella alueella wikit ovat toiseksi luontevin kanava. Uudenmaan alueella keskustelufoorumit ovat toiseksi luontevin kanava. Skype, blogit ja syötteet ovat selkeästi epäluontevimmasta päästä.

**Valmennustuntien** mukaisessa tarkastelussa kaikki eri valmennustuntiryhmät mainitsivat sähköpostin kaikkein luontevimmaksi kanavaksi sähköpostin (ks. liite 4). Vain alle kymmenen tuntia viikossa valmentavien joukossa kaksi prosenttia vastaajista (n=62) koki sähköpostin vain jokseenkin luontevaksi kanavaksi. Pikaviestimet olivat toiseksi luontevin kanava kaikille alle 30 tuntia viikossa valmentaville (n=98). Sosiaaliset sivustot ovat puolestaan alle 20 tuntia viikossa valmentaville toiseksi luontevin kanava (n=81). Vain 10–19 tuntia viikossa valmentavat (n=19) pitävät wikejä toiseksi luontevimpana kanavana. Keskustelufoorumit ovat toiseksi luontevin kanava ainoastaan yli 30 tuntia viikossa valmentaville (n=6). Blogit, syötteet ja Skype ovat jo epäluontevia vastanneille. Valmentajien, joilla on 20–29 valmennustuntia viikossa, vastauksien mukaan jokaiselle kanavalle löytyy oma luontevuussijansa, joten heille kanavien luontevuus on erityisen selkeä ja sitä kautta myös tärkeä asia.

**Iän mukaan** vertailtaessa selkeästi luontevin kanava kaikille eri ikäluokille on vastaajille sähköposti (ks. liite 4). Luontevimpien kanavien joukkoon kuuluu myös molemmilla ikä-ääripäillä eli alle 20-vuotiailla (n=28) ja yli 50-vuotiailla (n=4) pikaviestimet, jotka on heidän keskuudessaan mielletty yhtä luonteviksi kanaviksi kuin sähköposti. Muille ikäluokille pikaviestimet ovat hieman vähemmän luontevia, paitsi vielä 20–29-vuotiaille (n=48), joille kanava toiseksi luontevin. Yli 50-vuotiailla sähköpostin ja pikaviestinten lisäksi yhtä luonteva kanava ovat syötteet. Muille ikäluokille syötteet ovat selkeästi epäluontevia. Sosiaaliset sivustot ovat toiseksi luontevimpien kanavien joukossa alle 30-vuotiailla vastaajilla (n=76). Wikit ovat jopa toiseksi luontevin kanava yli 50-vuotiaille, kun muille se on kolmanneksi luonteva. Yli 30-vuotiaat (n=28) vastaajat puolestaan kokevat keskustelufoorumit toiseksi luontevimmaksi kanavaksi. Skype ja blogit ovat kanavina toiseksi luontevimpien joukossa ainoastaan yli 50-vuotiailla vastaajilla.

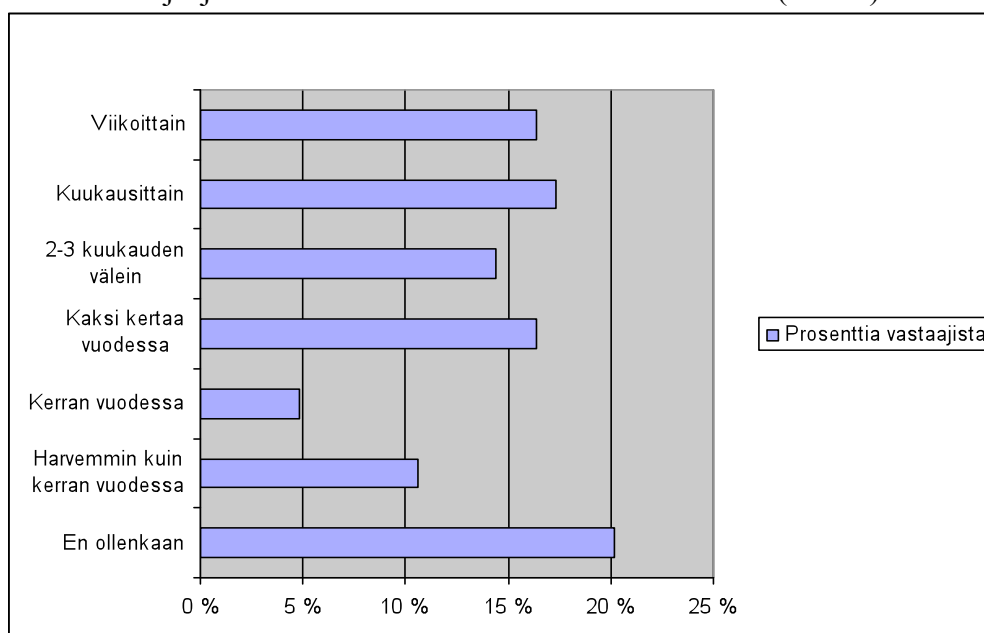


Ylipäättään eri ikäluokkien vastauksia vertailtaessa alle 30-vuotiaiden vastauksista (n=76) sai selkeän jaon sille, mille luontevuussijalle mikin kanava sijoittuu. Puolestaan 40–49-vuotiaille vastaajille (n=10) oikeastaan mikään kanava ei ollut kovin luonteva, paitsi sähköposti. Yli 50-vuotiaat vastaajat (n=4) taas arvottivat hyvin monia kanavista luonteviksi. Tästä voisikin päätellä että 40–49-vuotiaille sähköiset kanavat eivät ole kovin luontevia verkostoitumisen apuvälineitä, alle 30-vuotiaille puolestaan on hyvin tärkeää, mitä kanavaa verkostoitumiseen käytetään, ja yli 50-vuotiaille kanavalla ei ole niinkään merkitystä.

### 5.3 Kontaktit ja verkostoituminen

Tähän mennessä olen tutkinut eri kanavien tuttuutta, luontevuutta sekä käyttötarkoituksia. Tästä siirryn tutkimukseni osioon, jossa kiinnitetään huomio kontaktien määrään ja kanavaan, jota kautta kontakteja otetaan. Kuvio 2 on nähtävissä, kuinka usein taitoluisteluvallmentajat ja -ohjaajat ovat olleet yhteyksissä toisen seuran valmentajiin ja ohjaajiin kuluneen vuoden aikana.

**Kuvio 2.** Taitoluisteluvallmentajien ja -ohjaajien yhteydet toisen seuran valmentajiin ja ohjaajiin viimeksi kuluneen 12 kuukauden aikana (n=104).



Vastaukset hajautuivat jokaiselle vastausvaihtoehdolle, kuitenkin siten, että selkeitä eroavaisuuksia on nähtävissä. Eniten on valmentajia ja ohjaajia, jotka eivät ole ollenkaan yhteyksissä toisen seuran valmentajaan tai ohjaajaan. Kuitenkin löytyy paljon myös sellaisia vastaajia, jotka ovat yhteydessä toisen seuran valmentajiin ja ohjaajiin jopa viikoittain tai kerran kuukaudessa. Suuri osa valmentajista ja ohjaajista on yhteydessä toisen seuran valmentajaan kaksi kertaa vuodessa tai kahden tai kolmen kuukauden välein. Seuraavaksi tarkastelen tuloksia tarkemmin muuttujittain.

**Taulukko 6.** Kontaktien määrä alueittain jaoteltuna.

	En ollenkaan	Harvemmin kuin kerran vuodessa	Kerran vuodessa	Kaksi kertaa vuodessa	2-3 kuukauden välein	Kuukausittain	Viikoittain
Helsingin alue	15 %	4 %	4 %	12 %	4 %	31 %	31 %
Hämeen alue	35 %	6 %	0 %	12 %	18 %	12 %	18 %
Itäinen alue	27 %	7 %	0 %	33 %	13 %	7 %	13 %
Lounais-Suomi	13 %	13 %	6 %	19 %	25 %	13 %	13 %
Pohjoinen alue	23 %	15 %	15 %	23 %	8 %	8 %	8 %
Uudenmaan alue	12 %	24 %	6 %	6 %	24 %	24 %	6 %

Taulukosta 6 huomataan, että **alueittain tarkasteltuna** Helsingin alueella hieman alle kolmasosa valmentajista on yhteydessä toisen seuran valmentajaan viikoittain ja samaverran pitää yhteyttä toiseen seuraan kerran kuukaudessa. Uudenmaan alueella lähes neljäsosa pitää yhteyttä toisen seuran valmentajaan kuukausittain, toinen lähes neljäsosa kahden tai kolmen kuukauden välein ja kolmas lähes neljäsosa puolestaan harvemmin kuin kerran vuodessa. Hämeen alueella suurin osa vastaajista ei ole ollenkaan yhteydessä toisen seuran valmentajaan tai ohjaajaan. Alle viidesosa Hämeen alueen vastaajista on yhteydessä toisen seuran valmentajaan jopa viikoittain ja toinen alle viidesosa kahden tai kolmen kuukauden välein. Itäisellä alueella puolestaan kolmasosa vastaajista on yhteydessä toisen seuran valmentajaan kaksi tai kolme kertaa vuodessa, kun taas reilu neljännes ei ole ollenkaan yhteydessä toisen seuran valmentajaan. Lounais-Suomesta neljännes vastanneista on ollut yhteydessä toisen seuran valmentajaan kahden tai kol-

men kuukauden välein ja hieman alle viidennes kaksi kertaa vuodessa. Pohjoisella alueella puolestaan hieman alle neljännes ei ole ollenkaan yhteydessä toisen seuran valmentajaan, ja saman verran on yhteydessä kaksi tai kolme kertaa kuukaudessa. Taulukosta 6 voidaan päätellä, että seurarajat ylittäviä kontakteja on Etelä-Suomessa enemmän kuin Pohjois-Suomessa.

**Taulukko 7.** Kontaktien määrä valmennustunneittain tarkasteltuna.

tunnit / vko	En ollenkaan	Harvemmin kuin kerran vuodessa	Kerran vuodessa	Kaksi kertaa vuodessa	2-3 kuukauden välein	Kuukausittain	Viikoittain
0 - 09	31 %	16 %	3 %	16 %	13 %	10 %	11 %
10 - 19	0 %	5 %	5 %	32 %	32 %	16 %	11 %
20 - 29	12 %	0 %	12 %	6 %	6 %	41 %	24 %
30 - 40	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	33 %	67 %

Taulukosta 7 voidaan päätellä kontaktien määrän selkeästi kasvavan, mitä enemmän valmentajalla tai ohjaajalla on **viikkotunteja**. Alle kymmenen tuntia viikossa valmentavat eivät useimmiten ole ollenkaan kontaktissa toisen seuran valmentajaan tai ohjaajaan. Jo 10–19 tuntia viikossa valmentavista lähes kolmannes on yhteydessä toisen seuran valmentajaan kaksi kertaa vuodessa ja saman verran vastaajista kahden tai kolmen kuukauden välein. Puolestaan 20–29 tuntia viikossa valmentavat ovat yhteydessä toisen seuran valmentajiin kuukausittain ja yli 30 tuntia valmentavat yleensä viikoittain. Tässä vaikuttaa jo kontaktien mahdollinen määrä. Usein vähemmän valmentavilla on toistaiseksi vähemmän kontakteja juuri sen vuoksi, että he eivät vietä niin paljon aikaa valmennustoiminnassa. Toisaalta taas päätoimisilla valmentajilla valmentaminen on työtä, jota kautta syntyy uusia kontakteja, kuten muunkinlaisessa työssä. He ovat niin paljon valmennustoiminnassa mukana, että heille uusien kontaktien luominen on helpompaa.

**Taulukko 8.** Kontaktien määrä iän mukaan tarkasteltuna.

ikä	En ollenkaan	Harvemmin kuin kerran vuodessa	Kerran vuodessa	Kaksi kertaa vuodessa	2-3 kuukauden välein	Kuukausittain	Viikoittain
14–19-v.	36 %	11 %	11 %	14 %	4 %	7 %	18 %
20–29-v.	21 %	13 %	4 %	23 %	23 %	10 %	6 %
30–39-v.	7 %	7 %	0 %	7 %	21 %	21 %	36 %
40–49-v.	0 %	10 %	0 %	10 %	0 %	50 %	30 %
50–60-v.	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	75 %	25 %

Kuten taulukosta 8 huomataan, myös **ikä** näyttää vaikuttaa jonkin verran seurarajoja ylittävien kontaktien määrään, joskaan ei niin selkeästi kuin valmennustunnit. Alle 20-vuotiaista valmentajista lähes kaksi viidesosaa ei ole yhteydessä toisen seuran valmentajiin ollenkaan. 20–29-vuotiaiden yhteydenpito jakautuu puolestaan useammalle taholle: lähes neljännes heistä pitää yhteyttä toisen seuran valmentajaan kaksi kertaa vuodessa ja saman verran kahden tai kolmen kuukauden välein. Reilulla viidesosalla heistä puolestaan ei ole ollenkaan kontakteja toisen seuran valmentajiin. Eniten viikoittaisia kontakteja on 30–39-vuotiailla valmentajilla, joista lähes kaksi viidesosaa on viikoittaisessa yhteydessä toisen seuran valmentajaan. Yli 40-vuotiaat valmentajat ovat puolestaan yhteydessä toisen seuran valmentajiin kuukausittain, 40–49-vuotiaista vastaajista noin puolet ja yli 50-vuotiaista vastaajista kolme neljänestä.

Ylipäättään 55 prosenttia vastanneista valmentajista ja ohjaajista on sitä mieltä, että heidän kontaktiensa määrä ei ole riittävä. Helsingin alueen valmentajat (n=26) ovat kaikkein tyytyväisimpiä kontaktiensa määrään, heistä 54 prosenttia on sitä mieltä, että kontaktien määrä on riittävä. Muilla alueilla selkeästi yli puolet vastanneista kaipaa lisää kontakteja. Erityisen tyytymättömiä ovat pohjoisen alueen vastaajat (n=13), joista 69 prosentin mukaan kontaktien määrä on riittämätön. Valmennustunteja tarkasteltaessa tyytyväisimpiä ovat yli 30 tuntia viikossa valmentavat (n=6), joista 83 prosenttia on sitä mieltä, että kontaktien määrä on riittävä. Kaikki alle 30 tuntia viikossa valmentavat (n=98) puolestaan haluavat lisää kontakteja toisen seuran valmentajiin, erityisesti 10–19

(n=19) tuntia viikossa valmentavat. Heistä jopa kolme neljästä kaipaa lisää kontakteja. Valmentajien ikään suhteutettuna yli 30-vuotiaat valmentajat (n=28) eivät kaipaa lisää kontakteja toisen seuran valmentajiin. Kaikista tyytyväisimpiä tämän hetkiseen tilanteeseen ovat 40–49-vuotiaat valmentajat (n=10). Alle 30-vuotiaat (n=62) puolestaan kaipaavat lisää kontakteja, erityisesti 20–29-vuotiaat (n=48).

Sähköisen verkostoitumisen kokee jokseenkin tai enemmän tarpeelliseksi lähes kaikki vastaajista. Lähes puolet vastaajista kokee sähköisen verkostoitumisen jokseenkin tarpeelliseksi (46 %, n=104) ja kaksi viidesosaa puolestaan melko tarpeelliseksi (38 %, n=104). **Alueellisesti** tarkasteltuna kaikki alueet kokevat taitoluistelupalmentajien sähköisen verkostoitumisen tarpeelliseksi, erityisesti Helsingin alue, itäinen alue, pohjoinen alue ja Uudenmaan alue, joiden kaikki vastaajat kokivat sähköisen verkostoitumisen jokseenkin tai enemmän tarpeelliseksi. **Valmennustunneittain** jaoteltuna myös kaikki tuntiryhmät kokivat sähköisen verkostoitumisen tarpeelliseksi, erityisesti yli 20 tuntia viikossa valmentavat. Heistä kaikki vastasivat sähköisen verkostoitumisen olevan jokseenkin tai enemmän tarpeelliseksi. **Iän mukaan** tarkasteltuna sähköistä verkostoitumista kannattivat eniten 30–39-vuotiaat (100 %, n=14) ja yli 50-vuotiaat valmentajat (100 %, n=4). Myös alle 30-vuotiaista 96 prosenttia mielsi sähköisen verkostoitumisen jokseenkin tai enemmän tarpeelliseksi (n=62). Vähiten sähköistä verkostoitumista kannattivat 40–49-vuotiaat valmentajat, joskin heistäkin 90 prosenttia vastasi sähköisen verkostoitumisen olevan tarpeellista. Näin siis suuria eroja iän mukaan tarkasteltuna ei tutkimuksessa selvinnyt.

### 5.3.1 Verkostoitumisen kanavat

Kontaktien määrän jälkeen käsittelen eri kanavien tämänhetkisen käytön. Taulukkoon 9 on kerätty kanavat, joita taitoluistelupalmentajat ja -ohjaajat käyttävät verkostoitumisensa tällä hetkellä. Prosentit on laskettu suhteutettuna koko vastaajamäärään.

**Taulukko 9.** Kanavien käyttö tällä hetkellä (n=104).

	usein	melko usein	joskus	en ollenkaan	tyhjiä	yhteensä
sähköposti	13 %	17 %	34 %	33 %	3 %	100 %
keskustelufoorumit	0 %	2 %	12 %	82 %	5 %	100 %
wiki-sovellukset	0 %	1 %	3 %	90 %	6 %	100 %
blogipalvelut	0 %	0 %	3 %	91 %	6 %	100 %
sosiaaliset sivustot	5 %	9 %	13 %	68 %	6 %	100 %
pikaviestimet	5 %	8 %	10 %	72 %	6 %	100 %
Skype	1 %	3 %	3 %	88 %	6 %	100 %
henkilökohtaiset tapaamiset	14 %	13 %	33 %	37 %	3 %	100 %
puhelinontaktit	13 %	20 %	28 %	37 %	3 %	100 %
tapahtumat, koulutukset	9 %	30 %	44 %	14 %	3 %	100 %
messut	0 %	2 %	13 %	81 %	4 %	100 %

Kuten taulukosta 9 huomataan, tällä hetkellä taitoluisteluvallmentajat ja -ohjaajat verkostoituvat selkeästi eniten erilaisissa tapahtumissa ja koulutuksissa. Avoimissa vastauksissa tosin mainitaan, että yhteisille tapaamisille löytyy harvoin aikaa, ja olisikin mahdollisesti hyvä yhdistää niitä kaksipäiväisten kilpailujen yhteyteen, jolloin valmentajat ovat jo valmiiksi koolla. Tapahtumien, kuten koulutusten ja kilpailujen yhteydessä verkostoitumisen kerrotaan olevan luontevaa, sillä se tapahtuu lähes automaattisesti. Sähköposti on kanavissa toisena ja kolmanneksi suosituimmat kanavat ovat henkilökohtaiset tapaamiset ja puhelinontaktit. Sähköisistä verkostoitumisen kanavista eniten tällä hetkellä ovat sähköpostin lisäksi käytössä sosiaaliset sivustot ja pikaviestimet. Sähköpostia käyttää noin kaksi kolmasosaa vastaajista, sosiaalisia sivustoja reilu neljäsosa ja pikaviestimiä reilu viidesosa. Avoimista vastauksista on nähtävissä myös syitä tälle jakaumalle. Vastauksissa kerrotaan, että verkosta ei löydy paikkaa, jossa olisi muita taitoluisteluvallmentajia, saati paikkaa, joka olisi vain taitoluisteluvallmentajille. Tällaista sivustoa kuitenkin useiden avointen vastausten perusteella käytettäisi. Osa valmentajista ei puolestaan koe vielä tarpeelliseksi pitää yllä kontakteja toisten seurojen valmentajiin, ennen kuin he aloittavat valmentamisen täysipäiväisesti. Vastauksista löytyy myös valmentajia, joille oman seuran kontaktit riittävät, ja tällöin on usein kyse suuremmista

seuroista. Osalla valmentajista on olemassa tiivis verkosto esimerkiksi edellisistä seuraustyöpaikoista sekä erilaisista tapahtumista.

**Alueittain vertailtuna** kaikilla alueilla tällä hetkellä suosituimmat verkostoitumisen eri kanavista ovat tapahtumat ja koulutukset, puhelinkontaktit, henkilökohtaiset tapaamiset sekä sähköposti (ks. liite 5). Pohjoinen alue eroaa tässä sen verran, että lisäksi siellä on yhtä suosittuna kanavana sosiaaliset sivustot kuin sähköposti. Sähköisen verkostoitumisen kanavista puolestaan suosituimmat ovat alueilla myös pääsääntöisesti samat, eli kaikilla alueilla suosituimpia ovat sähköposti, sosiaaliset sivustot ja pikaviestimet. Lisäksi Hämeen alueella ja Lounais-Suomessa keskustelufoorumit ovat suosituimpien joukossa.

Liitteestä 5 on nähtävissä, että **valmennustunneittain** vertailtuna kaikille valmennustuntiryhmille suosituimmat verkostoitumisen kanavat ovat tällä hetkellä tapahtumat ja koulutukset, henkilökohtaiset kontaktit, puhelinkontaktit sekä sähköposti, eli täysin samat kuin alueittaisessakin vertailussa. Sähköisen verkostoitumisen kanavissa on jo näkyvissä hieman eriävyyttä suosituimmuudessa. Sähköisen verkostoitumisen kanavista on tällä hetkellä eniten käytössä kaikilla valmennustuntiryhmillä sähköposti. Lisäksi kaikilla muilla, paitsi 20–29 tuntia viikossa valmentavilla on suosituimpien sähköisten kanavien joukossa sosiaaliset sivustot ja pikaviestimet. Valmentajilla, joilla on 20–29 valmennustuntia viikossa, on puolestaan suosituimpien kanavien joukossa Skype. Valmennustuntien mukaista eroavuutta löytyy myös sen suhteen, että tiettyjä kanavia käyttävät eniten tietyn tuntimäärän valmentajat. Henkilökohtaisia tapaamisia, puhelinkontakteja ja sähköpostia verkostoitumiseen käyttävät muita enemmän yli 30 tuntia viikossa valmentavat, kun taas 20–29 tuntia viikossa valmentavat käyttävät muita huomattavasti enemmän Skypeä ja messuja kontakteihin. Sosiaalisia sivustoja ja pikaviestimiä puolestaan käyttävät 10–19 tuntia viikossa valmentavat huomattavasti muita tuntiryhmiä enemmän. Alle kymmenen tuntia viikossa valmentavat tukeutuvat tapahtumiin ja koulutuksiin muita valmentajia enemmän.

**Iän mukaan** tarkasteltuna suosituimpien verkostoitumisen kanavien jakauma on lähes tulkoon samanlainen kuin yllä olevissa muuttujissakin (liite 5). Kaikki ikäluokat käyt-

tävät verkostoitumiseen tällä hetkellä eniten tapahtumia ja koulutuksia, henkilökohtaisia kontakteja, puhelinkontakteja ja sähköpostia, jotka ovat samat kuin alueittaisen ja valmennustuntienkin mukaisen vertailun kaikkien käyttämät kanavat. Sähköisen verkostoitumisen kanavista kaikille ikäryhmille suosituin on sähköposti. Yli 30-vuotiaiden joukossa suosittuja kanavia ovat myös keskustelufoorumit ja Skype. Kaikkien muiden ikäluokkien, paitsi 40–49-vuotiaiden suosimiin sähköisen verkostoitumisen kanaviin kuuluvat myös sosiaaliset sivustot ja pikaviestimet. Joitakin eroavuuksia esiintyi ikäluokissa myös kanavakohtaisesti. Huomattavasti muita enemmän yli 50-vuotiaat käyttävät sähköpostia, keskustelufoorumeja, Skypeä, henkilökohtaisia tapaamisia, puhelinkontakteja, tapahtumia ja koulutuksia sekä messuja verkostoitumiseen. Näin siis yli 50-vuotiaat valmentajat verkostoituvat kaikkein moninaisimmin eri kanavien kautta. 20–29-vuotiaat valmentajat puolestaan käyttävät muita ikäluokkia enemmän sosiaalisia sivustoja ja pikaviestimiä verkostoitumisessaan

### 5.3.2 Eri kanavien mielekkyys

Kun edellä tarkastelin sitä, kuinka hyvin valmentajat tuntevat eri kanavat ja sitä, kuinka luontevina he niiden käytön kokevat, seuraavassa siirryn tarkastelemaan sitä, kuinka **mielekkäitä** eri sähköiset kanavat taitoluistelupalmentajille ja -ohjaajille ovat.

**Taulukko 10.** Mielekkäin sähköinen kanava (n=104).

	erittäin	melko	jokseenkin	ei ollenkaan	tyhjiä
sähköposti	46 %	33 %	13 %	5 %	3 %
MSN Messenger	14 %	20 %	38 %	22 %	5 %
keskustelufoorumit	15 %	26 %	28 %	27 %	4 %
sosiaaliset sivustot	14 %	17 %	27 %	36 %	6 %
Skype	7 %	6 %	22 %	61 %	5 %
blogit	2 %	7 %	24 %	62 %	6 %
wiki-sovellukset	3 %	4 %	22 %	65 %	6 %



Kaikista vastauksista koottu mielekkyysjakauma on tarkasteltavissa taulukossa 10. Mielekkäin kanava sähköiselle verkostoitumiselle on sähköposti. Sen parhaana puolena pidetään yksityisyyttä, jolloin luottamukselliset asiat ei pääse julkisuuteen. Sähköpostin jälkeen mielekkäitä ovat myös pikaviestimet ja keskustelufoorumit. Keskustelufoorumien hyvinä puolina pidetään taloudellisuutta, mahdollisuutta käydä keskustelua nimettömänä sekä tiedon jakaantumista mahdollisimman suurelle käyttäjäkunnalle. Lisäksi avoimissa vastauksissa huomautetaan, että keskustelufoorumeilta on helppo etsiä aihealueen mukaan asioita, eikä keskusteluun välttämättä tarvitsisi osallistua, ja silti se voisi hyödyttää. Sosiaaliset sivustot saavat puolestaan kannatusta vielä yli puolelta valmentajista ja ohjaajista. Avoimista vastauksista on huomattavissa, että sosiaalisia sivustoja käytetään muutenkin, joten niitä käytettäisi mielellään samalla myös oman lajin parissa verkostoitumiseen. Blogija ja Skypeä verkostoitumisen kanavana kannattaa kolmannes vastaajista ja wikejä vain hieman alle kolmannes. Erilaisissa yleisissä kanavissa valmentajia mietityttää negatiivisista asioista puhuminen, sillä moni ei uskalla negatiivisista asioista julkisesti puhua. Erilaisia tapahtumia ja koulutuksia pidetään tärkeinä verkoston luomisen kannalta, lisäksi kasvokkaisviestintää pidetään helpompana, nopeampana ja täydellisempänä kuin kirjallista viestintää. Tapahtumista ja koulutuksista kuitenkin monissa vastauksissa huomautetaan, että niitä järjestetään liian vähän ja ne keskittyvät Etelä-Suomeen, ja niihin on siksi vaikea ehtiä. Muuttujittain taulukoidut tulokset on nähtävissä liitteessä 6.

**Alueen mukaan** tuloksia tarkasteltaessa kaikille alueille mielekkäin sähköisen verkostoitumisen kanava on sähköposti (ks. liite 6). Lisäksi pohjoisella alueella sosiaalisia sivustoja pidettiin yhtä mielekkäänä verkostoitumisen välineenä kuin sähköpostia (92 %, n=13). Muille alueille sosiaaliset sivustot eivät ole yhtä mielekäs: Helsingin alueelle ja itäiselle alueelle ne ovat toiseksi mieluisin, muille alueille vielä vähemmän mielekäs kanava. Keskustelufoorumit on toiseksi mielekäs verkostoitumisen kanava itäisellä alueella (80 %, n=15), pohjoisella alueella (85 %, n=13) ja Uudenmaan alueella (82 %, n=17). Pikaviestimet ovat toiseksi mielekkäimpiä Hämeen alueella (76 %, n=17) ja Lounais-Suomen alueella (81 %, n=16). Wikit, blogit ja Skypet eivät ole kovin mielekkäitä verkostoitumisen kanavia. Alueittain nousi esiin selviä eroavuuksia siinä, kuinka mielekkääksi kanava koetaan. Pohjoisen alueen vastauksissa on huomattavissa erityisen

positiivinen suhtautuminen sosiaalisiin sivustoihin, keskustelufoorumeihin, wikeihin, blogeihin ja Skypeen. Toisesta ääripäästä taas Hämeen alueen erityisen negatiivinen suhtautuminen näkyy selkeästi sähköpostin, keskustelufoorumeiden, wikien ja sosiaalisten sivustojen kohdalla.

**Valmennustuntilähtöisessä** vertailussa kanavien mielekkyyssjärjestys on samansuuntainen kuin alueittainkin vertailtaessa (liite 6). Joitakin eroavaisuuksia kuitenkin esiintyy. Yhtäläillä kaikille eri tunti luokille mielekkäin sähköisen verkostoitumisen kanava on sähköposti. Lisäksi yli 30 tuntia viikossa valmentaville Skype on yhtä mielekäs verkostoitumisen väline kuin sähköposti (100 %, n=6). Keskustelufoorumienkin suhteen eri valmennustuntaryhmät ovat yksimielisiä niiden olevan toiseksi mielekkäin kanava verkostoitumiselle. Lisäksi 20–29 tuntia viikossa valmentaville Skype on yhtä mielekäs kanava kuin keskustelufooromit (53 %, n=17). Wikit eivät verkostoitumisen kanavana saaneet kovin paljon kannatusta. Huomattavan paljon sähköposti sai kannatusta yli 20 tuntia viikossa valmentavilta (100 %, n=23), kun taas sosiaaliset sivustot alle 20 tuntia viikossa valmentavilta (65 %, n=81). Keskustelufooromit (79 %, n=19) ja blogit (42 %, n=19) puolestaan saivat erityisen positiivisen suhtautumisen 10–19 tuntia viikossa valmentavilta. Yli 30 tuntia viikossa valmentavat suhtautuivat muita positiivisemmin Skypeen (100 %, n=6). Muita negatiivisemmin he suhtautuivat sosiaalisiin sivustoihin ja blogeihin. Heille kuitenkin moni kanava oli lähes yhtä mielekäs, sillä heidän vastauksensa jakautuivat tasaisesti eri kanavien kesken, ja näin kanavien mielekkyydelle ei tullut eroja. Alle 10 tuntia viikossa valmentavien tuloksissa oli puolestaan selkeitä eroja kanavien mielekkyyden välillä ja todennäköisesti heille verkostoitumisen kanavalla onkin suurempi merkitys, sillä heille ovat mielekkäitä vain tietyt kanavat. Tiivistäen siis paljon valmentavat pitävät tasaisen mielekkäinä eri kanavia, kun taas vähän valmentavat pitävät tiettyjä kanavia enemmän mielekkäinä. Vähän valmentaville mielekkäitä kanavia ovat pääsääntöisesti web 2.0 -aikakauden tuomat verkostoitumisen kanavat.

**Iän mukaisessa** vertailussa on nähtävissä paikoin aiemmista erilaisiakin tuloksia, joita voi tarkemmin vertailla liitteessä 6. Kaikille ikäluokille mielekkäin kanava verkostoitumiselle on sähköposti. Toiseksi mielekkäin kanava kaikille muille paitsi yli 50-vuotiaille on keskustelufooromit. Yli 50-vuotiaille puolestaan toiseksi mielekkäimpiä

kanavia ovat pikaviestimet (75 %, n=4) ja Skype (75 %, n=4). Sähköpostin ja keskustelufoorumien jälkeen tulosten hajonta onkin jo runsaampaa. Pikaviestimet ovat yli 30-vuotiaille toiseksi mielekkäin (39 %, n=28). Yli 50-vuotiaiden vastaukset jakautuvat hyvin tasapuolisesti muiden kanavien paitsi sähköpostin osalta, josta voi päätellä, että verkostoitumisen kanavalla ei ole heille niin suurta merkitystä muutoin kuin sen osalta, että sähköposti olisi kaikkein mieluisin. Erityisen mielekäs sähköposti olisi juuri yli 40-vuotiaille (100 %, n=14), kun taas selkeästi negatiivisimmin sähköpostin mielekkyyteen verkostoitumisen kanavana suhtautuivat 20–29-vuotiaat (88 %, n=48). Alle 20-vuotiaat suhtautuvat muita ikäluokkia huomattavasti positiivisemmin keskustelufoorumeihin, wikeihin, blogeihin, sosiaalisiin sivustoihin ja pikaviestimiin. Yli 50-vuotiaat suhtautuvat puolestaan positiivisemmin Skypeen kuin muut ikäluokat, kun taas alle 20-vuotiaat suhtautuvat tähän kanavaan muita negatiivisemmin. Vanhemmat valmentajat pitivät pääsääntöisesti mielekkäämpiä kahdenkeskisiä kanavia tai valmiita yhteystietoja vaativia kanavia. Nuoremmat valmentajat puolestaan näkivät mieluisampana sellaisia kanavia, joissa ei keskustelua käydä reaaliaikaisesti ja toisen osapuolen yhteystietoja ei välttämättä keskusteluun pääsemiseksi tarvita.

### 5.3.3 Kanavien käyttö niitä tarjottaessa

Kanavien käytön analysoinnin jaan kahteen eri osaan. Ensimmäisessä osassa analysoin käyttöä, joka käsittää kanavan seuraamisen, tilaamisen tai lukemisen eli **passiivista käyttöä**. Toisessa osassa käsittelen **aktiivista käyttöä**, eli kanavaan kirjoittamista, sisällön tuottamista tai kanavalla soittamista. Tämän eron kyselylomakkeen testaustulosten mukaan, sillä testiryhmä selkeästi erotti vastauksissaan nämä eri käyttöasteet. Taulukosta 11 selviää, mitä kanavia taitoluisteluvalmentajat ja -ohjaajat seuraisivat, jos kanavia olisi tarjolla.

**Taulukko 11.** Kanavien passiivinen käyttö niitä tarjottaessa (n=104).

	erittäin paljon	melko paljon	jonkin verran	en ollenkaan	tyhjiä	yhteensä
Sähköpostilista	36 %	27 %	28 %	7 %	3 %	100 %
Keskustelufoorumit	26 %	35 %	30 %	8 %	2 %	100 %
Sosiaalinen sivusto	15 %	31 %	35 %	14 %	5 %	100 %
Taitoluisteluun liittyvät syötteet	11 %	28 %	39 %	20 %	2 %	100 %
Wikipalvelu	8 %	15 %	46 %	26 %	5 %	100 %
Blogipalvelu	8 %	19 %	37 %	32 %	5 %	100 %

**Passiivisesta käytöstä** on taulukosta 11 huomattavissa, että taitoluisteluvalmentajat ja -ohjaajat käyttäisivät eniten sähköpostilistaa ja keskustelufoorumeja, jos tällaiset olisivat tarjolla. Sähköpostin osalta edelleen painotetaan sitä, että sen avulla viestintä pysyy henkilökohtaisena ja luottamus säilyy. Keskustelufoorumeissa puolestaan nähdään hyväksi se, että niitä on helppo seurata, jos niiden aihealueet on rajattu selvästi. Avoimissa vastauksissa toivotaan näiden kahden kanavan yleisempää käyttöä, jotta tiedotus olisi avoimempaa. Tämän huomautetaan myös lisäävän lajikehitystä. Toiseksi eniten valmentajat ja ohjaajat käyttäisivät sosiaalisia sivustoja verkostoitumiseen, mutta löytyy myös valmentajia, jotka eivät sivustoja käytä ollenkaan. Vaikka syötteet ovat muutoin saaneet negatiivista suhtautumista tutkimuksessani osakseen, jos olisi tarjolla mahdollisuus käyttää taitoluisteluun liittyviä syötteitä, niitä käyttäisi jopa lähes neljä viidestä valmentajasta, tehden syötteistä kolmanneksi suosituimman kanavan. Myös kahta viimeistä kanavaa wikipalvelua ja blogipalvelua käyttäisi joka tapauksessa yli puolet vastanneista. Epäilyksiä herätti vastauksissa lähinnä kaikkien valmentajien saaminen mukaan verkostoitumiseen. Todellista ammattitaitoa on nimittäin myös valmentajilla, jotka eivät ole kovin tottuneita käyttämään tietoverkkoja, joten viestinnän pitäisi olla helppoa ja yksinkertaista, jotta hekin osallistuisivat.

**Alueen mukaan** tarkasteltuna passiivinen käyttö eri kanavia tarjottaessa hajautuu enemmän kuin yhteistuloksissa (liite 7). Helsingin alueella ja Lounais-Suomessa sähköpostilista olisi eniten käytössä, kun taas muilla alueilla sähköpostilista olisi vasta toiseksi eniten käytössä. Keskustelufoorumeja seurattaisi mieluiten Hämeen alueella, itäisellä

alueella ja Uudenmaan alueella. Muilla alueilla keskustelufoorumeja seurattaisi toiseksi mieluiten. Sosiaalisia sivustoja seurailisivat mieluiten itäisen ja pohjoisen alueiden valmentajat. Taitoluisteluun liittyvät syötteet puolestaan olisivat kanavista toiseksi eniten passiivisessa käytössä pohjoisella alueella, muilla alueilla taas kolmanneksi eniten. Hämeen alueen ja Uudenmaan alueen valmentajat seuraisivat muita enemmän keskustelufoorumeja. Itäisellä alueella puolestaan seurailtaisi wikipalvelua enemmän kuin muilla alueilla. Syötteet ja sosiaaliset sivustot olisivat puolestaan pohjoisella alueella huomattavasti enemmän käytössä kuin muilla alueilla. Itäisen alueen vastaukset jakaantuvat hyvin tasaisesti kaikkien kanavien kesken, joten todennäköisesti alueella olisivat kaikki kanavat tasaisessa käytössä. Lisäksi mikään kanavista ei saanut yhdelläkään alueella alle 50 prosentin kannatusta, joten kaikkia kanavia hyvin todennäköisesti seurattaisi, jos jokin niistä olisi tarjolla.

Liitteestä 7 huomataan, että **valmennustunneittain** tarkasteltuna passiivisen käytön tulokset eivät hajoa aivan niin paljon kuin alueen mukaisessa vertailussa. Sähköpostilista olisi yli 20 tuntia viikossa valmentavilla käytetyin kanava, ja alle 10 tuntia valmentavilla käytetyin kanava olisi keskustelufoorumit. Väliin jäävillä 10–19 tuntia viikossa valmentavilla käytetyin kanava olisi puolestaan syötteet. Alle 20 tuntia viikossa valmentaville sähköpostilista olisi toiseksi käytetyin kanava. Keskustelufoorumit olisivat 20–29 tuntia viikossa valmentaville toiseksi käytetyin kanava. Syötteet hajauttavat mielipiteet täysin: sen lisäksi että ne olisivat 10–19 tuntia viikossa valmentavilla käytetyin kanava, toiseksi käytetyin ne olisivat yli 30 tuntia viikossa valmentavilla, ja lopuilla vähemmän käytetty kanava. Wikipalvelu olisi yli 30 tuntia viikossa valmentavilla toiseksi eniten käytössä, muilla vähemmän. Yli 30 tuntia viikossa valmentavat käyttäisivät muita huomattavasti enemmän sähköpostilistaa. Alle 20 tuntia viikossa valmentavat puolestaan käyttäisivät muita enemmän keskustelufoorumeja. Näistä valmentajista 10–19 tuntia viikossa valmentavat käyttäisivät muita enemmän lisäksi blogipalvelua, wikipalvelua, syötteitä ja sosiaalisia sivustoja. Näin siis 10–19 tuntia viikossa valmentavat käyttäisivät todennäköisesti hyvin monipuolisesti kaikkia kanavia. 20–29 tuntia viikossa valmentavien vastauksissa oli huomattavan tasainen jakauma eri kanavien kesken, ja tästä voikin päätellä, että heille verkostoitumisen kanavalla ei ole niin suurta merkitystä, kunhan kanava olisi tarjolla. Myös yli 30 tuntia viikossa valmentavien vastaukset jakautuivat

tasaisesti, kuitenkin siten, että sähköpostilistat nousivat selkeästi kärkeen eri kanavista. Ainoana kanavana blogipalvelu sai yli 30 tuntia viikossa valmentavien joukossa alle 50 prosenttisen kannatuksen.

**Iän mukaan** tarkasteltuna tiettyjen kanavien kohdalla on selkeästi nähtävissä iän tuomat erot tuloksissa (liite 7). Näin varsinkin sähköpostilistoissa, joiden merkitys kasvaa selkeästi, mitä vanhemmasta valmentajasta on kysymys. Sähköpostilista olisi käytetyin kanava yli 30-vuotiaille valmentajille, joista yli 50-vuotiaille yhtä tärkeitä kanavia olisivat myös keskustelufoorumit, wikipalvelu ja syötteet. Lisäksi vielä 30–39-vuotiaille valmentajille sähköpostilistan kanssa syötteet olisi yhtä käytetty kanava. Keskustelufoorumit olisivat käytetyin kanava paitsi yli 50-vuotiaille valmentajille, myös alle 30-vuotiaille valmentajille. Toiseksi käytetyin kanava ne olisivat 30–39-vuotiaille valmentajille, ja 20–29-vuotiaille valmentajille puolestaan sosiaaliset sivustot olisivat toiseksi käytetyin kanava. Yli 40-vuotiaat valmentajat käyttäisivät muita ikäluokkia huomattavasti enemmän sähköpostia. Heistä yli 50-vuotiaat valmentajat käyttäisivät lisäksi muita enemmän keskustelufoorumia, wikipalveluita ja syötteitä. Kaikkia neljää kanavaa käyttäisi kaikki tuon ikäryhmän vastaajista. Alle 30-vuotiaat valmentajat puolestaan käyttäisivät muita enemmän sosiaalisia sivustoja. Eri ikäluokista 30–39-vuotiaat valmentajat arvottavat suhteellisen tasaisesti eri kanavia, joten tästä voi päätellä, että heille verkostoitumisen kanavilla ei niinkään ole merkitystä. Erityisen tasaisesti kanavien käyttämistä arvioivat yli 50-vuotiaat valmentajat, ja heistä moni käyttäisi eri kanavia määrällisesti huomattavan paljon.

Seuraavaksi tarkastelen **aktiivista käyttöä**. Selkeästi eniten taitoluisteluvalmentajat ja -ohjaajat kirjoittaisivat sähköpostia. Toiseksi eniten kirjoitettaisiin keskustelufoorumeille. Näiden jälkeen olisivat ahkerimmin kirjoitusikäytössä sosiaaliset sivustot ja pikaviestimet. Blogi- ja wikipalveluun kirjoitettaisiin vielä hieman yli puolet vastanneista, mutta Skypellä kirjoitettaisiin tai soittaisiin vain kolmasosa vastanneista. Taulukkoon 12 on kerätty, kuinka aktiivisesti vastaajat kirjoittaisivat eri kanaviin, jos kanavia olisi tarjolla.

**Taulukko 12.** Kanavien aktiivinen käyttö niitä tarjottaessa (n=104).

	erittäin paljon	melko paljon	jonkin verran	en ollenkaan	tyhjiä	yhteensä
Sähköposti	27 %	24 %	36 %	11 %	3 %	100 %
Keskustelufoorumi	18 %	25 %	41 %	13 %	2 %	100 %
Blogipalvelu	6 %	5 %	34 %	53 %	3 %	100 %
Wikisovellus	3 %	6 %	36 %	51 %	5 %	100 %
Sosiaaliset sivustot	14 %	22 %	30 %	31 %	3 %	100 %
MSN Messenger	13 %	21 %	28 %	32 %	7 %	100 %
Skype	5 %	7 %	21 %	61 %	7 %	100 %

Avoimissa vastauksissa on huomattavissa kiinnostus aktiivisesti käyttää eri kanavia. Eräs huomio avointen vastausten perusteella on, että eri kanavien seuraaminen on aina astetta helpompaa kuin niihin kirjoittaminen. Kuitenkin kirjoittamisen arvioidaan lisääntyvän valmennuskokemusten karttuessa. Keskustelufoorumeita kannatetaan erityisesti avoimissa vastauksissa, sillä ne mielletään hyviksi kanaviksi ajatustenvaihdolle ja tietotaidon eteenpäin viemiselle. Wikipalveluun arvellaan olevan astetta korkeampi kynns kirjoittaa kuin keskustelufoorumeille. Lisäksi sähköpostia pidetään jo siitä syystä hyvänä kanavana, että moni seuraa sitä päivittäin. Myös blogipalvelu saa kannatusta avointen vastausten puolella. Jälleen vastauksista on löydettävissä huoli, osaavatko kaikki käyttää näitä eri kanavia, vaikka halukkuutta osallistumiseen olisikin. Toisaalta taas löytyy valmentajia, jotka haluavat verkostoitua mieluiten kasvokkain. Tarkempi erittely on nähtävissä liitteessä 8.

**Alueittain** vertailtaessa kaikki alueet käyttäisivät aktiivisesti eniten sähköpostia. Lisäksi Helsingin alueella, itäisellä alueella, pohjoisella alueella ja Uudenmaan alueella olisivat yhtä suuressa aktiivisessa käytössä myös keskustelufoorumit. Hämeen alueella ja Lounais-Suomessa puolestaan kirjoitettaisi keskustelufoorumeille toiseksi eniten kanavista. Pohjoisella alueella sosiaaliset sivustot olisivat eniten aktiivisessa käytössä sähköpostin ja keskustelufoorumien lisäksi. Samoin itäisellä alueella käytettäisi yhtä paljon pikaviestimiä kuin kirjoitettaisi sähköpostia tai keskustelufoorumeille. Sosiaaliset sivustot olisivat Helsingin alueella, itäisellä alueella ja Uudenmaan alueella kanavista toiseksi

eniten aktiivisessa käytössä. Pikaviestimet olisivat pohjoisella alueella toiseksi eniten. Sähköpostia kirjoittaisivat muita selkeästi enemmän Hämeen alueen valmentajat, kun taas wiki-sovelluksia käytettäisi aktiivisesti muita alueita enemmän Helsingin alueella. Keskustelufoorumeille kirjoittaisivat Hämeen alueen ja pohjoisen alueen valmentajat muita alueita enemmän. Lisäksi pohjoisen alueen valmentajat kirjoittaisivat sosiaalisiin sivustoihin ja käyttäisivät aktiivisesti Skypeä huomattavasti muita alueita enemmän. Ylipäätään itäisellä ja pohjoisella alueella kirjoittamisen jakautuminen olisi hyvin tasaista tulosten mukaan, sillä molemmat alueet mainitsevat kolme kanavaa, jotka olisivat eniten käytössä. Lounais-Suomen valmentajille puolestaan kirjoittamisen kanava on selkeästi merkitsevämpi, sillä heidän vastauksistaan löytyi selkeä jakauma, mikä kanava saisi minkä verran mahdollisia kirjoittajia.

**Valmennustuntiluokittain** tarkasteltuna näyttää eroja eri kanavien aktiivisessa käytössä jo syntyvän (liite 8). Lisäksi tulokset ovat selkeästi hajautuneempia eniten käytettyihin ja vähiten käytettyihin kanaviin kuin alueittaisessa vertailussa. Kanavista eniten sähköpostia kirjoittaisivat molemmat ääripäät eli alle kymmenen tuntia viikossa valmentavat (87 %, n=62) ja yli 30 tuntia viikossa valmentavat (100 %, n=6). Väliin jääville 10–29 tuntia viikossa valmentaville sähköposti olisi kanavista toiseksi eniten kirjoituskäytössä, sillä heille puolestaan eniten kirjoituskäytössä olisivat keskustelufoorumit (89 %, n=36). Sosiaaliset sivustot olisivat kanavista toiseksi eniten kirjoituskäytössä yli 30 tuntia viikossa valmentavilla (50 %, n=6). Ylipäätään valmennustunneittain tarkasteltaessa sähköpostia kirjoittaisi valmennustuntiryhmistä eniten yli 30 tuntia viikossa valmentavat, mutta keskustelufoorumeja he käyttäisivät muita selkeästi vähemmän. Keskusteluryhmiin kirjoittaisi muita enemmän 10–29 tuntia viikossa valmentavat, ja heistä 10–19 tuntia viikossa valmentavat kirjoittaisivat lisäksi blogipalveluun, wikipalveluun, sosiaalisille sivustoille ja pikaviestimiin sekä soittaisivat tai kirjoittaisivat Skypellä muita enemmän. Yli 30 tuntia viikossa valmentavat kirjoittaisivat wikipalveluun ja pikaviestimiin sekä soittaisivat tai kirjoittaisivat Skypellä huomattavasti muita valmennustuntiryhmiä vähemmän. Valmennustuntiluokista 10–19 tuntia viikossa valmentavat todennäköisesti käyttäisivät kaikkia mahdollisia verkostoitumisen kanavia mahdollisimman monipuolisesti, kun taas muille tietyt kanavat olisivat etusijalla.



**Iän mukaan** vertailtuna nousevat jälleen tietyt iälle ominaiset eroavuudet eri kanavien aktiivisen käyttöhalukkuuden osalta (liite 8). Sähköposti olisi eniten aktiivisessa käytössä 20–49-vuotiailla valmentajilla, toiseksi eniten puolestaan molemmilla ääripäillä, eli alle 20-vuotiailla valmentajilla ja yli 50-vuotiailla valmentajilla. Alle 30-vuotiaat valmentajat kirjoittaisivat kanavista eniten keskustelufoorumeihin (87 %, n=76), kuten myös yli 50-vuotiaat valmentajat (100 %, n=4). 30–49-vuotiaat valmentajat puolestaan kirjoittaisivat tähän kanavaan toiseksi eniten. Sosiaalisille sivustoille kirjoittaisivat eri kanavista toiseksi eniten 20–29-vuotiaat valmentajat, muut kirjoittaisivat näille vähemmän. Alle 20-vuotiaat valmentajat kirjoittaisivat kanavista eniten keskustelufoorumeiden lisäksi myös pikaviestimiin. Yli 50-vuotiaiden joukossa kirjoitettaisiin kanavista toiseksi eniten blogeihin ja wikeihin, vaikka yleisesti katsottuna nämä kanavat eivät olleet kovin suosittuja. 40–49-vuotiaat valmentajat kirjoittaisivat huomattavasti muita enemmän sähköpostia. Yli 50-vuotiaat valmentajat puolestaan kirjoittaisivat huomattavasti muita ikäluokkia enemmän keskustelufoorumeihin, blogeihin, wikeihin ja soittaisivat tai kirjoittaisivat Skypellä. Alle 20-vuotiaat valmentajat puolestaan kirjoittaisivat muita selkeästi enemmän sosiaalisiin sivustoihin ja pikaviestimiin. Yleisesti tarkasteltuna yli 50-vuotiaiden valmentajien vastauksen jakautuivat hyvin tasaisesti ja selkeää eroa kanavien suosituimmuuden välille ei päässyt syntymään.

#### 5.3.4 Verkostoitumisen saavutukset ja sisältö

Tähän mennessä olen tutkinut kanavien tuttuutta, luontevuutta ja mielekkyyttä sekä sähköisen verkostoitumisen tarpeellisuutta. Käytännön toteutuksen kannalta on kanavavalinnassa hyvä tietää, mitä verkostoitumiselta ylipäätään kaivataan. Tutkimuksessani selviää, että verkostoitumisesta halutaan eniten saada uusia ideoita omaan toimintaan sekä mahdollisuus vertaiskeskusteluun. Ensimmäinen antaisi tukea avointen vastausten perusteella varsinkin luistelukouluohjaajille, ja jälkimmäinen on tärkeä varsinkin sitoutuneemman valmentamisen juuri aloittaneille sekä pienempien seurojen valmentajille. Lisäksi erittäin paljon toivotaan tekniikkaneuvoja ja muutoinkin keskustelua lajin teknisistä asioista. Myös keskustelu lajikehityksestä on erityisesti toivottua. Hieman vähemmän toivotaan keskustelua kilpailuista, lajin muista tapahtumista tai vapaata keskustelua. Eri asioiden tarkempi jakauma on nähtävissä taulukossa 13.

**Taulukko 13.** Verkostoitumisen saavutukset (n=104).

	erittäin paljon	melko paljon	jonkin verran	en ollenkaan	tyhjiä
Uusia ideoita	42 %	38 %	16 %	1 %	2 %
Vertaiskeskustelua	36 %	35 %	26 %	4 %	0 %
Tekniikkaneuvoja	23 %	41 %	30 %	5 %	1 %
Keskustelua lajin teknisistä asioista	26 %	35 %	32 %	6 %	2 %
Keskustelua kilpailuista	17 %	30 %	40 %	12 %	1 %
Keskustelua lajin muista tapahtumista	10 %	38 %	40 %	12 %	1 %
Keskustelua lajikehityksestä	25 %	29 %	37 %	10 %	0 %
Vapaata keskustelua	23 %	26 %	39 %	10 %	2 %

Avointen vastausten mukaan valmentajat haluaisivat myös tietää eri seurojen luistelijoiden kuulumisia sekä seurata heidän kehitystään. Myös valmennuksen toimivuus eri seuroissa kiinnostaa. Näistä varsinkin jälkimmäinen on tosin asia, jota seurat eivät halua oman kokemukseni mukaan tuoda julki, koska sillä voi olla vaikutuksia myös seuran markkinointitoimenpiteisiin. Valmentajien tarve eli mahdolliset työpaikat eri seuroissa nousee esille avoimissa vastauksissa tärkeänä sisältönä. Verkostoitumisesta kaivataan avointen vastausten perusteella myös hyötyjä, jotka koskevat lajia. Moni vastaajista huomauttaa, että onnistunut verkostoituminen olisi hyödyksi lajikehitykselle, sillä lajiin liittyvät tiedot jakautuisivat nopeasti ja kattavasti. Verkostoitumisen avulla voisi lajiin tuoda myös uusia asioita ja siten kehittää sitä. Näin siis varsinkin kokemukset työstä, tekniikasta ja ideoista koetaan arvokkaina. Koulutukseen rajoittuvaa yhteydenpitoa ja ideoiden vaihtamista pidetään vastauksissa riittämättömänä verkostoitumisena.

Koska tulokset olivat hyvin tasaisia sen suhteen, mitä valmentajat haluavat verkostoitumiseltaan saavuttaa, lähdän purkamaan tuloksia toiselta näkökulmalta kuin aikaisemmin eli tarkastelen, mitkä asiat eivät ole tärkeitä vähintään viidesosalle vastaajista. Tämän osion tarkat tulokset on nähtävissä liitteessä 9. **Alueittain** vertailtuna pohjoisella alueella 23 % vastaajista (n=13) ei pidä vapaata keskustelua tärkeänä. **Valmennustun-**

**neittain** tarkasteltuna yli 30 tuntia viikossa valmentavista kolmasosa (33 %, n= 6) ei puolestaan koe tärkeänä keskustelua taitoluisteluun liittyvistä tapahtumista, pois lukien kilpailut. Huomioitavaa valmennustuntiluokittain jaotelluissa tuloksissa on, että laajalaisimmin eri asioita toivovat valmentajat, joilla on 20–29 valmennustuntia viikossa, kun taas kapeimmin molemmat ääripäät eli alle kymmenen tuntia viikossa valmentavat ja yli 30 tuntia viikossa valmentavat. **Iän mukaan** vertailtuna yli 50-vuotiaista valmentajista puolet (n=4) ei pidä tärkeänä verkostoitumisen hyötynä tekniikkaneuvoja, kun taas alle 20-vuotiaat valmentajat eivät niinkään arvosta vapaata keskustelua (21 %, n=28) verkostoitumisen hyötynä. Kokonaisvaltaisesti ikätuloksia tarkastellessani huomasin, että yli 50-vuotiaat valmentajat pitävät hyvin monia eri verkostoitumisen saavutuksia tärkeinä.

Verkkoviestinnän sisällöksi puolestaan kaivataan yleisesti eniten keskusteluja. Erittäin paljon verkkoviestintään toivotaan myös tietopankkeja ja harjoitusohjelmia. Näiden jälkeen sisällöksi halutaan vielä yhteistä videoiden katselu- ja jakamismahdollisuutta sekä ravinto-ohjeita. Taulukosta 14 on nähtävissä tarkempi sisällön jakautuminen.

**Taulukko 14.** Verkostoitumisen sisällöt (n=104).

	erittäin paljon	melko paljon	jonkin verran	en ollenkaan	tyhjiä
Videoiden katselu ja jakaminen	35 %	30 %	25 %	11 %	0 %
Keskustelut	23 %	45 %	29 %	2 %	1 %
Tietopankit	32 %	34 %	29 %	5 %	1 %
Ravinto-ohjeet	11 %	37 %	40 %	11 %	2 %
Harjoitusohjelmat	31 %	39 %	23 %	5 %	2 %

Avoimien vastausten perusteella sisällöksi halutaan myös erilaisia ”markkinatoreja”, kuten työpaikkapalsta, ostetaan/myydään -palsta sekä tapahtumapalsta. Harjoitusohjelmiin liittyy avointen vastausten mukaan se, että valmentajat omasta mielestään usein juuttuvat tietynlaisiin harjoitteisiin, ja haluaisivat enemmän variaatioita sekä jää- että oheistunteihin. Harjoitusvideot herättävät kiinnostusta sen suhteen, että niistä voisi löy-

tää vinkkejä opetukseen, sekä niistä voisi oppia luomaan ja tunnistamaan tietyntasoisia elementtejä ja elementtisarjoja. Epäilykset kohdistuvat lähinnä siihen, kuinka moni laitaisi näitä videoita verkkoon. Edelleen harjoitteiden monipuolisuuteen liittyy avoimissa vastauksissa herännyt mielenkiinto liikepankkeihin, joissa liikkeitä selitettäisi ja sieltä voisi poimia harjoitteluun sopivia liikkeitä tai tarkastaa epäselvyyksiä. Liikepankin yhteyteen toivotaan myös keskustelua liikkeistä. Avoimissa vastauksissa toivotaan nimenomaan mahdollisimman monentasoista materiaalia verkkoon, eli luistelukouluideoista aina esimerkiksi tekniikkaklinikan tyyliseen toimintaan asti. Näin mahdollisimman moni valmentaja ja ohjaaja hyötyisivät verkkoviestinnän sisällöstä.

Koska verkostoitumisen sisältöä koskevat tulokset olivat erittäin tasaisia, tarkastelen tämänkin osion käänteisesti pohtien, mitä sisältöjä vähintään viidesosa vastanneista ei ole kaivannut verkkoviestintään. Sisältöä koskevat tutkimustulokset löytyvät liitteestä 10. **Alueittain** tarkasteltuna tosin ei löytynyt yhtään osa-aluetta, jossa olisi edes viidesosa vastanneista pitänyt tiettyä sisältöä tarpeettomana. Lähimpänä tätä kriteeriä oli se, että Lounais-Suomen vastaajista ei 19 prosenttia ( $n=16$ ) pidä ravinto-ohjeita tärkeänä sisältönä. **Valmennustuntiluokittelun** mukaisen tarkastelun pohjalta tulokset ovat vielä tasaisempia kuin alueiden pohjalta tehdyssä vertailussa ja sisällöistä ei löydykään sellaista, jota viidesosa eri luokan vastanneista ei pitäisi tärkeänä. Yli 30 tuntia viikossa valmentavista löytyy 17 prosenttia ( $n=6$ ), jotka eivät pidä harjoitusvideoiden jakoa ja katselua sekä harjoitusohjelmien löytymistä verkosta oleellisena. Kaikille valmennustuntiryhmille on keskustelut tärkein sisältö verkkoviestintään. Valmentajien, joilla on 10–19 tai yli 30 valmennustuntia viikossa, vastaukset verkkoviestinnän sisällön suhteen ovat tasaisia. Erittäin tasaisia ovat 20–29 tuntia viikossa valmentavien vastaukset, ja vaikuttaakin, että he kaipaisivat verkkoviestinnän sisällöksi lähes kaikkea. **Iän mukaan** vertailtuna löytyy tuloksista ainoa sisältö, joka ei ole tärkeä yli viidesosalle tietyn ikäluokan vastaajista. Yli 50-vuotiaista 25 prosenttia ( $n=4$ ) ei pidä ravinto-ohjeiden löytymistä verkosta kovin tärkeänä. Yli 30-vuotiaiden valmentajien vastaukset olivat tasaisemmin kaikkien sisältöjen kannalla kuin nuorempien. Erityisen tasaisia vastauksia oli yli 50-vuotiailla, jotka arvottivat lähes kaikki sisällöt tärkeimmäksi.

Kyselylomakkeeni päättyi täysin avoimeen kohtaan, jossa vastaajille annettiin vapaa sana taitoluisteluvalmentajien verkostoitumisen suhteen, sekä mahdollisuus kertoa toiveita ja ideoita asian tiimoilta. Tähän kohtaan vastasi lähes neljäsosa (n=104) kaikista vastanneista. Osa valmentajista ajattelee, että seurakilpailun vuoksi verkostoituminen voi olla hieman kyseenalaista. Seuroja verrataan vastauksissa kilpaileviin yrityksiin, joilla on yrityssalaisuutensa. Tämän vuoksi tietoa ei haluta jakaa. Toisaalta taas vastauksissa huomautetaan tämän käsityksen olevan jo vanhanaikainen, ja nykyään ymmärrettävän, että tietojen ja neuvojen monipuolinen vaihto vie eteenpäin sekä seurojen toimintaa että koko Suomen taitoluistelua kansainvälisellä tasolla. Juuri lajikehityksen nimissä halutaan kehittää yli seurarajojen ja alueiden rajojen ulottuvaa verkostoitumista. Lisäksi tiedonjakoon vaikuttaa avointen vastausten perusteella myös valmentajien keskuudessa vallitseva hierarkiasysteemi, jonka seurauksena kaikki eivät halua tai uskalla sanoa mitään. Osa valmentajista puolestaan ei kaipaa kontakteja toisen seuran valmentajiin, sillä ei koe saavansa siitä sen enempää lisähyötyä, mitä saa oman seuransa sisäisistä kontakteista. Osa heistäkin tosin puoltaa verkostoitumista yleisellä tasolla, sillä he toteavat siitä varmasti olevan hyötyä muille esimerkiksi tiedonjakamisen kannalta. Tapahdumia ja koulutuksia pitää osa valmentajista edelleen parhaana verkostoitumisen kanavana, mutta suurin osa huomauttaa, että niihin on vaikea päästä tai ehtiä.

Vapaan sanan vastauksissa nostetaan vielä muutamia yksittäisiä kanavia esille. Esimerkiksi wikisovelluksia, sosiaalisia sivustoja ja keskustelufoorumeita kannatetaan, jotta valmentajat pysyvät entistä paremmin tietoisina muutoksista sekä mukana lajikehityksessä. Erityisesti keskustelufoorumit nousevat avoimissa vastauksissa esille, koska ne eivät tuki omaa sähköpostia. Keskustelufoorumien hyödyksi esitetään myös se, että moni valmentaja kysyy varmasti samoja asioita esimerkiksi liitolta ja tuomareilta, kun taas yhdeltä kootulta keskustelufoorumilta olisi mahdollisuus saada vastaus heti ja kuormittamatta edellä mainittuja tahoja. Lisäksi ylipäätään taitoluisteluun liittyvää tietoa internetiin tietyille sivustolle koottuna nähdään hyvänä edistyskenä. Edelleen vastauksissa korostetaan, että kaikki valmentajien välinen viestintä ei ole julkista, ja siksi sähköposti onkin suosittujen joukossa. Eräs ehdotus ongelmaan, että sähköpostiyhteystietoja ei ole, on osoitepankki, josta löytyisi kaikkien valmentajien sähköpostiosoitteet. Myös harjoitusvideoiden jakaminen ja tietopankit herättävät kiinnostusta vielä vapaankin sanan osi-

ossa. Lisäksi vastauksissa ehdotetaan suljettua sivustoa, johon olisi ainoastaan valmentajilla pääsy, ja sivustoille saisi tunnukset automaattisesti Suomen Taitoluisteluliitolta, kun on jossakin seurassa töissä.

Vertaistuki on selkeästi erittäin tärkeää taitoluisteluvalmentajille, varsinkin erilaiset kokemukset lasten ja vanhempien käyttäytymisestä. Lisäksi toisten valmentajien tapaminen ja yhdessä ajan viettäminen vaikuttaa myös tärkeältä. Avoimissa vastauksissa on hyvä huomio myös koulutuksista: niissä usein Helsingissä luistelleet tuntevat suuren osan muista koulutuksiin osallistuvista valmentajista, mutta usein Helsingin ulkopuolella luistelleet ja valmentajana työskennelleet voivat helposti jäädä hieman ulkopuolisiksi. Myös ideoiden jakamista pidetään tärkeänä juuri tekniikan ja harjoitusvideoiden kautta. Toisaalta taas toisten vastaajien mielestä tärkeämpää on kehitellä omia uusia ideoita, kuin toteuttaa toisten ideoita. Verkostoitumisen mahdolliseksi hyödyksi ehdotetaan jopa tuntisijaisen helpompaa löytyvyyttä.

#### 5.4 Yhteenveto

Tutkimuksessani selvitin Suomen taitoluisteluvalmentajien ja -ohjaajien mielipiteitä verkostoitumisen tämän hetkisestä riittävydestä, parantamisen tarpeellisuudesta sekä verkkoviestinnän mahdollisuuksista verkostoitumisen lisäämiseen. Lisäksi selvitin, mitä sisältöjä valmentajat ja ohjaajat kaipaavat verkkoviestintään. Lähetin Suomen taitoluistelu-seurojen puheenjohtajille linkin verkkokyselylomakkeeseeni, jonka he välittivät eteenpäin seuransa valmentajille ja ohjaajille. Vastauksia tuli yhteensä 104. Muuttujina tutkimuksessani ovat maantieteellinen alue, viikoittaiset valmennustunnit ja valmentajan ikä.

Yli puolet taitoluisteluvalmentajista ja -ohjaajista kokee **kontaktien määrän** riittämättömäksi. Kontaktimäärän kokeminen riittämättömäksi ei ollut täysin sidoksissa todelliseen kontaktien määrään, sillä jopa osa niistä valmentajista, jotka pitivät toisiin valmentajiin yhteyttä viikoittain, kokivat sen riittämättömäksi. Toisaalta taas on myös valmentajia, joilla ei ole koskaan kontakteja toisen seuran valmentajiin, mutta he ovat tyytyväi-

siä tilanteeseen. Kaikki kolme muuttujaa (maantieteellinen alue, viikoittaiset valmennustunnit ja valmentajan ikä) puolestaan näyttivät vaikuttavan siihen, kokivatko valmentajat kontaktien määrän riittävänä. Helsingin alueella kontaktit koettiin riittäviksi, kuten myös yli 30 tuntia viikossa valmentavat sekä yli 30-vuotiaat valmentajat.

**Sähköistä verkostoitumista** kannatettiin selkeästi taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien keskuudessa. Eri muuttujittain katsottuna tämä tulos pysyi samana eikä suurta eroavuutta muuttujien välille syntynyt. Erityisesti Helsingin alue, itäinen alue, pohjoinen alue ja Uudenmaan alue kokivat sähköisen verkostoitumisen tarpeelliseksi. Valmennustunneittain tarkasteltuna puolestaan sähköisen verkostoitumisen kokivat erityisen tärkeäksi yli 20 tuntia viikossa valmentavat vastaajat. Iän suhteen taas sähköinen verkostoituminen oli tärkeintä 30–39-vuotiaille ja yli 50-vuotiaille valmentajille. Kontaktien määrällä, kontaktien määrän riittävyydellä ja sähköisen verkostoitumisen tarpeellisuudella ei ole nähtävissä verrannollista suhdetta, sillä analyysia syvemmälle tarkasteltaessa voidaan huomata, että sähköistä verkostoitumista kannattavat pääsääntöisesti eniten valmentajat, jotka ovat tyytyväisiä kontaktiensa tämänhetkiseen määrään. Tästä voisikin päätellä, että ne, joilla ei ole kontakteja yhtä paljon, eivät välttämättä tunnista myöskään niiden tarvetta.

**Passiivista käyttöä** tarkasteltuna yli puolet vastaajista seurailisi kaikkia kysytyjä foorumeita: sähköpostia, keskustelufoorumia, sosiaalista sivustoa, syötteitä, wikejä ja blogeja. Itäisellä alueella olisi passiivisessa käytössä eniten kanavia. Valmennustunneittain tarkasteltuna 10–19 tuntia viikossa valmentavat seuraisivat monipuolisesti kaikkia tarjottuja kanavia, samoin 20–29 tuntia viikossa valmentaville verkostoitumisen kanavalla ei ole suurta merkitystä. Yli 50-vuotiaat valmentajat seuraisivat paljon eri kanavia ja 30–39-vuotiaille verkostoitumisen kanava ei merkitse, kunhan mahdollisuus verkostoitumiseen on. **Aktiiviseen käyttöön** siirryttäessä halukkuus putoaa hieman, mutta ei merkittävästi. Yli puolet vastanneista käyttäisi aktiivisesti sähköpostia, keskustelufoorumia, sosiaalisia sivustoja sekä pikaviestimiä. Itäinen ja pohjoinen alue käyttäisi aktiivisesti suurinta määrää eri kanavia, kun taas Lounais-Suomen valmentajat valitsisivat tietyn kanavan, jota aktiivisesti käyttää. Valmennustunneittain tarkasteltaessa 10–19 tuntia viikossa valmentavat käyttäisivät kaikkia mahdollisia kanavia, kun muille tunti-

luokille kanavalla on enemmän merkitystä. Yli 50-vuotiaat valmentajat käyttäisivät aktiivisesti mielellään mahdollisimman monia kanavia.

Kokonaisvastaajamäärästä yli puolet **tunsi ennestään** sähköpostin, wikit, keskustelufoorumit, pikaviestimet, sosiaaliset sivustot, blogit ja Skypen. Syötteet tunsi alle puolet vastaajista ennestään. Alueittain tarkasteltuna itäisellä ja pohjoisella alueella tunnettiin eniten eri kanavia, kun taas Uudenmaan alueella kanavat asetettiin tarkkaan tuttuusjärjestykseen. Valmennustunneittain tarkasteltuna 10–19 tuntia viikossa valmentavat tunsivat eniten eri kanavia, mutta alle kymmenen tuntia viikossa valmentavat vähiten. Ikäluokista puolestaan eniten eri kanavia tunsivat yli 50-vuotiaat sekä 20–29-vuotiaat valmentajat, ja vähiten 40–49-vuotiaat valmentajat. Oletus, että tuttuja kanavia käytettäisi eniten sekä aktiivisesti että passiivisesti ei tutkimuksen tuloksiin nojaten toteudu. Vaikka wikit tuntee toiseksi suurin määrä vastaajista edes jotenkin, eivät ne yllä käytetyimpien kanavien joukkoon. Toisaalta taas syötteet, joita tunsi vain alle puolet vastaajista, saavat suurempaa kiinnostusta osakseen kuin wikit.

**Luontevina** yli puolet vastaajista piti lähes kaikkia kysytyjä kanavia: sähköpostia, pikaviestimiä, sosiaalisia sivustoja, wikejä, keskustelufoorumeja ja Skypeä. Vain blogit ja syötteet koki luonteviksi alle puolet vastanneista. Alueittain ei tähän jakaumaan tullut merkittäviä muutoksia. Valmennustunneittain tarkasteltuna 20–29 tuntia viikossa valmentaville kanavien luontevuus vaikutti tärkeämmältä asialta kuin muille tunti- tai viikkoluokituksille. Ikä toi puolestaan tuloksiin jo luonnollistakin jakaumaa. Yli 50-vuotiaille eri kanavat ovat lähes yhtä luontevia, alle 30-vuotiaille puolestaan tietyt kanavat ovat selkeästi toisia luontevampia ja siksi luontevuus on heille tärkeä asia. Lisäksi 40–49-vuotiaille valmentajille ei oikein mikään sähköisistä kanavista ole luonteva. Voisi olettaa, että mitä luontevampi kanava on, sitä enemmän sitä käytettäisi sekä passiivisesti että aktiivisesti. Tulosten vertailu osoittaa, että suhde ei ole näin suoraviivainen. Wikit ovat sijoittuneet kolmanneksi luonteviksi, mutta niitä käytettäisi sekä aktiivisesti että passiivisesti toiseksi vähiten. Tosin passiivinen käyttäjäprosentti olisi 69 ja aktiivinen 44. Keskustelufoorumit sijoittuvat puolestaan vasta neljänneksi luonteviksi, mutta silti niitä käytettäisi sekä aktiivisesti että passiivisesti toiseksi eniten. Syötteet ovat vastaajille vähiten luonteva kanava, mutta silti niitä kohtaan vaikutti olevan vankkaa kiinnostusta, sillä



niitä käytettäisi passiivisesti enemmän kuin wikejä. Kanavan luontevuuteen vaikuttaa kuitenkin selkeästi se, kuinka hyvin kanava ennestään tunnetaan, sillä tunnettuusjakauma ja luontevuusjakauma muistuttavat selkeästi toisiaan.

**Kanavien mielekkyys** ryhmittää kanavat kolmeen eri ryhmään. Sähköposti on valmentajille kaikkein mielekkäin kanava. Toisessa ryhmässä ovat järjestyksessä pikaviestimet, keskustelufoorumit ja sosiaaliset sivustot, joita kaikkia yli puolet vastaajista pitää mielekkäinä. Alle puolet vastaajista kokee Skypen, blogit ja wikit mielekkäiksi kanaviksi. Pohjoisella alueella suhtauduttiin erityisen positiivisesti moneen kanavaan, kun taas Hämeen alueella negatiivisesti. Yli 30 tuntia viikossa valmentavat suhtautuvat moniin eri kanaviin yhtä mielekkäinä, kun taas alle 10 tuntia viikossa valmentaville vain tietyt kanavat ovat mielekkäitä. Ikä tuo jälleen luonnollista jakaumaa tuloksiin, eli vanhemmat valmentajat pitävät henkilökohtaisia kanavia mielekkäämpinä, kun taas nuoremmat valmentajat kokevat kollektiiviset ja yhteisölliset kanavat mielekkäämmiksi. Kanavien mielekkyydellä näyttää olevan vaikutuksia enemmän kanavien passiiviseen käyttöön kuin aktiiviseen käyttöön. Mielekkyysjakauma ja kanavien passiivisen käytön jakauma muistuttavat selkeästi toisiaan. Eroja tulee näkyviin lähinnä aktiivisessa käytössä. Vaikka pikaviestimet ovat vastaajille toiseksi mielekkäin kanava, aktiivisesti sitä käytettäisi vasta neljänneksi eniten. Wikejä taas ei pidetä lähes ollenkaan mielekkäänä kanavana, mutta silti sitä käytettäisi yli kaksi viidesosaa vastanneista aktiivisesti. Kanavien luontevuus ja mielekkyys muistuttavat joiltain osin toisiaan, mutta erojakin löytyy. Esimerkiksi wikejä ei koeta mielekkäiksi, mutta ne koetaan silti kolmanneksi luonteviksi. Kanavien mielekkyydellä ei kuitenkaan ole suoraa verrannollisuutta sen kanssa, tunnetaanko kanavaa ennestään. Wikit tuntee toiseksi suurin osa vastaajista, mutta ne koetaan vähiten mielekkäiksi kanaviksi. Pikaviestimet ovat puolestaan toiseksi mielekkäin kanava vastaajille, mutta vasta neljänneksi suurin osa tuntee ne ennestään.

Tutkimukseni kannalta tärkeimmät **käyttötarkoitukset** kanaville ovat työ, harrastustoiminta ja kommunikointi. Myös tiedonhaku on osittain tärkeä. Sähköpostia valmentajat käyttävät eniten työhön ja ylipäätään kaikenlaiseen kommunikointiin. Keskustelufoorumeita käytetään lähinnä tiedonhakuun ja ajanvietteeksi. Blogieja ja syötteitä suurin osa vastaajista ei käytä ollenkaan, mutta käyttäjilleen ne ovat lähinnä ajanvietettä. Wi-

kejä käytetään pääsääntöisesti tiedonhakuun. Tähän erona nousi alueittain lähinnä se, että sähköpostia ja keskustelufoorumeita käytettiin myös harrastustoiminnassa, ja että syötteitä käytettiin Hämeen alueella ja Lounais-Suomessa tiedonhaussa ja apuvälineenä työssä. Iän suhteen oli huomattavissa, että 40–49-vuotiaissa valmentajissa löytyi huomattavan paljon niitä, jotka eivät tällä hetkellä käytä eri sähköisiä kanavia ollenkaan. Valmennustuntien suhteen yli 30 tuntia viikossa valmentavat käyttävät tällä hetkellä vähemmän uudempia sähköisiä kanavia, kuten blogeja ja wikejä, kuin muut valmentajat.

Verkostoitumiselta odotettuihin hyötyihin sekä verkkoviestinnän sisältöön löytyi parhaiten vastauksia kyselylomakkeen lopun vapaan sanan osiosta. Kyselylomake toimi tässä kuten olin toivonutkin, eli kysymyksillä verkostoitumisella saavutettavista asioista sekä verkkoviestinnän sisällöstä sain kerättyä valmentajilta pelkkien vastausvaihtoehtojen lisäksi paljon materiaalia avoimista vastauksista. Vastauksien mukaan vaikutti, että valmentajat haluavat kaikkea mahdollista ja paljon. Avoimet kysymykset auttoivat tässä. Niistä nousi selkeästi esille tiettyjä teemoja, jotka tosin ovat toinen toisilleen hieman päällekkäisiä. Ideoiden ja tietojen vaihto nousi tärkeänä teemana avoimista kysymyksistä, tarkemmin näiden avulla taitoluistelun entistä monimuotoisempi kehittäminen. Kokemusten jakamisen ja vertaiskeskustelun toiveet liittyvät siihen, että valmentajilla ei tällä hetkellä ole riittävää tukiverkostoa. Tukiverkoston avulla omaa valmennustyötään pystyisi mahdollisesti jatkuvasti parantamaan ja valmentajan henkinenkin jaksaminen olisi helpompaa. Kokemusten jakamisessa ja vertaiskeskustelussa toisaalta vaihtuisivat todennäköisesti myös ideat ja tiedot. Valmentajat epäilivät, että verkostoitumisen onnistumisen tielle voi tulla valmennustoiminnassa taustalla piilevä hierarkiasysteemi: toiset valmentajat ovat ylempänä kuin toiset, ja heidän sanallaan on enemmän painoarvoa. Tämä voi johtaa siihen, että jotkut valmentajat eivät uskalla ottaa aktiivisesti osaa verkostoitumiseen, eivätkä siten saa uusia kontakteja sen enempää kuin heillä nytkään niitä on. Toisaalta valmentajat epäilivät, että eri seurojen kilpailu markkinoilla saattaisi vähentää verkostoitumista, mutta tämä vaikutti jo hiljalleen väistyvältä pelolta, sillä verkostoitumisen kautta taitoluistelvalmennusta ei tarvitsisi ajatella vain seuroissa toteutettavaksi toiminnaksi vaan koko Suomessa yhdessä kehitettäväksi toiminnaksi.

## 6 PÄÄTÄNTÖ

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Suomen taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien mielipiteitä verkostoitumisen tämän hetkisestä riittävydestä, parantamisen tarpeellisuudesta sekä verkkoviestinnän mahdollisuudesta sen lisäämiseen. Selvitin lisäksi, mitä sisältöjä valmentajat ja ohjaajat kaipaavat verkkoviestintään. Tutkimusaineistoni koostui Suomen taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien verkkokyselyvastauksista, joita tuli yhteensä 104. Tarkastelin vastauksia ensin kokonaisuutena, sen jälkeen jaottelin vastaukset muuttujittain, ja analysoin, vaikuttivatko tietyt muuttujat vastauksiin. Muuttujina tutkimuksessani olivat valmentajan maantieteellinen toiminta-alue (Suomen Taitoluisteliiton aluejaon mukainen), valmennustunnit viikossa sekä valmentajan ikä.

Tällä hetkellä taitoluistelupalmentajien ja -ohjaajien verkostoituminen tapahtuu sellaisen kanavien kautta, jotka vaativat valmiit jo aktiivisina olevat kontaktit. Tällaisia ovat esimerkiksi henkilökohtaiset tapaamiset, koulutukset, puhelinkontaktit, sähköposti, pikaviestimet ja sosiaaliset sivustot. Sosiaalisilla sivustoilla on jo hieman suurempi mahdollisuus verkostoitua myös kokonaan uusien kontaktien kanssa. Tutkimustulokset vahvistavat myös, että valmentajat ja ohjaajat haluavat verkostoitua sähköisesti. Tutkimukseni tukee myös Salmenkiven (2007) ajatusta, että sähköisen verkostoitumisen pohjalla on lisäksi uusien kontaktien luominen ja yhteisön tiivistäminen.

**Sähköpostilla** on verkostoitumisen kannalta sekä positiivisia että negatiivisia puolia. Sähköpostia pidetään luotettava ja henkilökohtainen kanava, jonka vuoksi sen avulla on helpompi verkostoitua. Todellisuudessa sähköposti ei ole aivan niin luotettava kanava kuin siitä tutkimuksessani kuvitellaan (ks. esim. Rhodes University). Sähköposti ei avaa uusia kontakteja, sillä sitä käytettäessä on vastaanottajan osoitetiedot tiedettävä. Sähköpostilla voi toisaalta kerätä yhteen isojakin joukkoja sähköpostilistojen avulla, mutta silloinkaan ryhmän jäsenet eivät näe kaikkien yhteystietoja. Tutkimuksessani sähköposti oli kuitenkin selvästi kärkikanava, jota käytettiin eniten ja haluttiinkin eniten käyttää. Tässä kuitenkin osa vastaajista tiedosti, että tällaisen kanavan avulla ei lisäkontakteja voi luoda, ja siksi pohdittiin muun muassa sähköpostiosoittepankkeja. Toisaalta

tässä herää kysymys, onko kyselyyn vastattaessa unohtunut, että kyse on juuri verkostoitumisesta eikä vain viestinnästä. **Pikaviestimissä** on verkostoitumisen kannalta sama ongelma kuin sähköpostissa eli kontakti on jo oltava olemassa. Tutkimuksessani huomasin, kuten myös Cho, Trier ja Kim (2005) omassaan huomasivat, pikaviestimiä käytetään usein mieluiten sellaisten henkilöiden kesken, jotka jo ennestään tuntevat toisensa. Kuitenkin tutkimukseni mukaan pikaviestimiä käytettäisi aktiivisesti, mutta epäilen tämän silti tarkoittavan nimenomaan tuttujen välistä käyttöä, ellei puhuta chat-tyyppisestä verkkopohjaisesta pikaviestinsovelluksesta. Edelleen sama ongelma valmiiden kontaktien osalta on **Skypessä**, mutta tutkimukseni mukaan se ei olisi edes luonteivimpien, mielekkäimpien eikä käytettävimpien kanavien joukossa.

**Keskustelufoorumi** puolestaan on jo verkostoitumisen ja uusien kontaktien luomisen kannalta otollisempi kanava. Keskustelufoorumilla on tärkeää ymmärtää, että viestien ei tarvitse olla täysin todenperäistä faktatietoa, vaan ne voivat olla myös kokemuksia, asiallisia kommentteja sekä ajatuksia ja ideoita (ks. esim. Yang & Ng 2008). Nämä ovat myös niitä asioita, joita tutkimukseni mukaan valmentajat ja ohjaajat kaipaavat verkostoitumiselta eniten. Tutkimuksessani tärkeäksi osoittautui keskustelufoorumien mahdollisuus luokitella aihealueittain ja siten helpottaa myös tiedon etsintää, kuten Ilvononkin (2007) toteaa. Keskustelufoorumit olivat tutkimuksessani erittäin haluttuja kanavia nimenomaan valmentajien ja ohjaajien väliseen kommunikointiin ja ne nousivat myös avoimissa vastauksissa kaikkein eniten esille. Ongelmana tuntui olevan paikoin se, että niille ei välttämättä uskalleta kirjoittaa valmentajien keskuudessa vallitsevan hierarkiajärjestelmän vuoksi. Tässä kohtaa auttaisi mahdollisesti se, että mitä useampi vain alkaisi kirjoittaa yhteiselle foorumille, sitä nopeammin tällaiset ennakkoluulot saattaisivat karsiutua.

**Sosiaalisilla sivustoilla** on mahdollisuuksia monenlaiseen verkostoitumiseen: työhön liittyvään, seurusteluun liittyvään tai samoista asioista kiinnostuneiden ihmisten yhteen kokoamiseen liittyviä (ks. esim. Barsky & Purdon 2006). Koska valmentajien välinen kommunikaatio voidaan laskea myös ammattiviestinnän piiriin, ja heidät voidaan lukea myös samoista asioista kiinnostuneiden ryhmäksi, voi sosiaalisilla sivuilla olla hyvätkin mahdollisuudet lisätä verkostoitumista. Tutkimukseni mukaan moni valmentajista on

tottunut nykyisellä Facebook-aikakaudella erilaisia sosiaalisia sivustoja käyttämään ja niitä kohtaan oli kiinnostusta myös valmentajien kommunikoinnin osalta.

**Blogit** ovat kommunikointiväline siinä missä muutkin edellä pohditut, vaikka blogien kommunikatiivinen luonne ei ehkä ensimmäisenä tule esille. Bloggeja voidaan esimerkiksi kirjoittaa tietystä aihepiiristä tai toisaalta niitä voidaan kirjoittaa kuin päiväkirjaa. Niissä on usein mahdollisuus kommentoida kirjoittajan tekstejä, ja kirjoittaja voi myös laittaa linkkejä muille verkkosivuille ja muihin blogeihin (ks. esim. Kilpi 2006, Koskela, Koskinen & Lankinen 2007). Blogit olivat tutkimukseni hieman vieraampia kanavia, joskin niillekin löytyi oma kannattajakuntansa vastaajien joukosta. Tiedonvälityksen kannalta bloggeissa asiat eivät ole välttämättä aivan niin järjestetyissä luokissa kuin keskustelufoorumeilla, mutta toisaalta kokemusten laaja-alaiseen kertomiseen blogit ovat hyvinkin luonnollinen kanava. **Wikien** perimmäinen luonne tiedonjakokanavana on myös hieman harhaanjohtava. Tutkimuksessani ilmeni, että wikeihin ei välttämättä löytyisi aktiivisia käyttäjiä yhtä paljon kuin niin kutsutuille vapaammille tiedonjaon kanaville kuten keskustelufoorumeille. Yleisesti koetaan, että wikeihin kirjoittajalla pitää olla kovin faktapohjaista tietämystä, vaikka siihen ei wikeillä tarvitse pyrkiäkään – onhan tiedon korjautuvuus ja muokkautuvuus juuri wikin perimmäinen idea (ks. esim. Richardson 2006).

**Syötteet** ovat luonteeltaan passiivinen kanava eli ne voi tilata esimerkiksi omaan sähköpostiinsa, jotta pysyy kiinni viimeisimmästä tiedosta liittyen tiettyyn asiaan tai tiettyyn verkkosivustoon, mutta niihin ei aktiivisesti kirjoiteta. Syötteet helpottavat tiedonhaussa ja uusimman tiedon saannissa. Koska syötteet herättivät huomattavaa kiinnostusta verrattuna siihen, kuinka tuntemattomia ne kohderyhmässä ovat, on jonkin tason ongelma oltava tiedonkulussa. Jatkuvasti muuttuvassa lajissa kuten taitoluistelussa on kuitenkin tärkeää tietää myös viimeisimmät kuulumiset, jotta valmentaminen onnistuu täysipainoisesti.

Valmentajien verkostoituminen tai pikemminkin sen vähäisyys sai monen vastaajan toivomaan Suomen Taitoluisteluliitolta vastausta ongelmaan. Verkostoituminen yhdistettiin myös lajikehitykseen ja sitä kautta auttavan koko Suomen taitoluistelua jopa kan-

sainvälisellä tasolla. Tämä on erittäin oleellinen huomio varsinkin nyt, kun suomalainen taitoluistelu on jälleen Euroopan huipputasoa. Verkostoitumisesta toivottiin ylipäättään tietynlaista tukiverkkoa, josta saa ideoita, keskustelua ja tietoa, mikä osoittaa, kuinka yksinäistä valmentajan työ voi sinällään olla. Edelleen huomioitavaa on se, että pienen maan pieni yhteisö ei tunnu löytävän toisiaan kunnolla. Tähän voi olla syynä tosin ei pelkästään viestintäkanavien puute tai maantieteellinen sijainti, vaan myös edellä esitetyt hierarkiajärjestyksen ja oletetun seurakilpailun ongelmat.

Selvästi valmentajajoukon tämänhetkisenä yhteen kokoajana toimii Suomen Taitoluisteliitto. Tämän vuoksi vastuu valmentajien keskinäisen viestinnän parantamisesta onkin heillä, sillä heillä on viestintäkanava kaikkiin seuroihin jo auki. Tutkimukseni perusteella tietyt kanavat ovat toisia halutumpia, mutta toisaalta toisiakaan kanavia ei kannata pelkän vierauden vuoksi hylätä. Ottamalla koulutuksiin mukaan valmentajaverkoston kehittämisen sekä vanhojen ja uusien kanavien peruskäytön opettamisen, voidaan varmasti monia ennakkoluuloja vähentää. Tutkimukseni perusteella voi sanoa, että vaikka kanavien käytön osaamista ei välttämättä ole tarpeeksi, on valmentajilla halu sitä kehittääkin, kunhan kanava on tehokas verkostoitumisen suhteen, ja sitä kautta on mahdollisuus saada niitä asioita, joita verkostoitumiselta eniten odotetaan. Tärkeää tämänkaltaisten verkostoitumismahdollisuuksien luomisessa on, että toteutus suunnitellaan huolellisesti ja käyttäjille annetaan mahdollisuus oppia mahdolliset uudet kanavat. Tällöin käyttäjät eivät pääse heti turhautumaan siihen, että he eivät pysty käyttämään kanavaa. Opetus on tärkeää heti alusta alkaen, sillä jos käyttäjä ei saa positiivisia käyttökokemuksia heti alusta lähtien, voi sähköinen verkostoituminen jäädä vain kokeilun asteelle. Lisäksi verkostoitumiskanavien käyttöönotto on suunniteltava huolella. Mikään kanava ei toimi vain avaamalla se tietylle yhteisölle. Kanavassa pitää olla jo jotain, mitä valmentajat ja ohjaavat haluavat saada tai käydä katsomassa. Lisäksi kanavan pitää olla laajalle yleisölle käyttöönotettaessa sen verran käytetty, että tyhjään kanavaan ei oleteta kenenkään alkavan kirjoittaa. Tutkimuksen tulokset eivät kuitenkaan tarkoita, että kaikki pitää luo da alusta asti itse juuri tätä kohderyhmää varten. Internetissä olevia valmiita sivustoja

voi käyttää hyödyksi, kuten Ning<sup>3</sup>. Tällaisiin sivustoihin saa luotua aivan yhtä hyvän verkostoitumiskanavankin kuin kokonaan itse luomalla.

Tutkimuksen toteutuksesta voidaan sanoa, että tutkimusaineisto oli kohderyhmään verrattuna riittävän suuri, jotta tutkimuksella saatiin luotettavia tuloksia. Kyselylomake toimi hyvin, mutta sitä olisi voinut vielä parantaa hieman. Osaan kysymyksistä olisi voinut lisätä enemmänkin sähköisiä kanavia. Tosin kysymysten jälkeen oli aina mahdollisuus kirjoittaa omia huomioita, joten kovin suuri puute tämä ei ollut. Haasteellisen tutkimuksesta teki osuus, jossa käsiteltiin verkkoviestinnän sisältöä. Valmentajat nimittäin halusivat niin monia asioita, että paikoin eivät itsekään osanneet nimetä kaikkia. Vaikka tutkimustulokset näyttävät, että kanavien tuttuus, mielekkyys ja luontevuus eivät vaikuttaisi niiden mahdolliseen passiiviseen tai aktiiviseen käyttöön, mielestäni tämä ei pidä paikkansa. Ennakkoasenteet ja -kokemukset vaikuttavat lähes poikkeuksetta laitteen käyttöön. Tästä voisikin päätellä, että kyselyn edetessä taitoluisteluvalmentajat eivät enää tienneet niin tarkasti kuin alussa, mitä haluavat. Tämän vuoksi joissakin kohdissa saattaa olla noussut kanavien arvottaminen korkeammalle kuin todellisuudessa.

Jatkotutkimusta ajatellen voisi kartoittaa myös muiden urheilulajien valmentajien verkostoitumisen tilannetta sekä kanavia. Eri lajeja voisi myös verrata keskenään ja pohtia, mitä opittavaa toisen lajin verkostoitumisesta on toisille lajeille. Toisaalta taas voisi tutkia myös eri lajien valmentajien verkostoitumista toisiinsa, sen mahdollista tarvetta ja sopivia kanavia. Lisäksi voisi pohtia, mitä hyötyä eri lajien valmentajien kanssa verkostoitumisella voisi olla. Sähköinen verkostoituminen on jo kuitenkin paljon puhuttu aihe, mutta kuten tutkimuksessani ilmeni, silti sitä ei aina käytetä yhtä suurella volyyymillä kuin siitä julkisuudessa puhutaan.

---

<sup>3</sup> [www.ning.com](http://www.ning.com)

## LÄHTEET

- Alasilta, Anja (2000). *Verkkoajan viestintä. Tulkinta, ilmaisu, vuorovaikutus*. Helsinki: Kauppakaari Oyj.
- Barsky Eugene & Michelle Purdon (2006). *Introducing Web 2.0: social networking and social bookmarking for health librarians*. Lainattu 2.10.2008: <http://pubs.nrc-cnrc.gc.ca/jchla/jchla27/c06-024.pdf>
- Cho, Hee-Kuyng, Matthias Trier & Eunhee Kim (2005). The Use of Instant Messaging in Working Relationship Development: A Case Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), artikkeli 17. Saatavilla: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/cho.html>
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield & Cliff Lampe (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), artikkeli 1. Saatavilla: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Gunnarsson, Britt-Louise (1993). *Research on Language for Specific Purposes in the Past and in the Future*. Uppsala: Uppsala Universitet.
- Hakanen, Matti, Upi Heinonen & Petri Sipilä (2007). *Verkostojen strategiat. Menesty yhteistyössä*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heikkala, Juha (2000). Liikunnan järjestökentän muutokset ja toimintaympäristö. Teoksessa: *Liikunnan kansalaistoiminta. Muutokset, merkitykset ja reunaehdot*, 119–134. Toim. Hannu Itkonen, Juha Heikkala, Kalervo Ilmanen & Pasi Koski. Helsinki: Liikuntatieteellisen Seuran julkaisu nro 152.
- Heikkala, Juha & Pasi Koski (2000). Järjestöt kolmen merkitysulottuvuuden – vapaaehtoisuuden, valtion ja markkinoiden – leikkauspisteessä. Teoksessa: *Liikunnan kansalaistoiminta. Muutokset, merkitykset ja reunaehdot*, 107–118. Toim. Hannu Itkonen, Juha Heikkala, Kalervo Ilmanen & Pasi Koski. Helsinki: Liikuntatieteellisen Seuran julkaisu nro 152.
- Heikkilä, Jorma & Kristiina Heikkilä (2001). *Dialogi. Avain innovatiivisuuteen*. Juva: WS Bookwell Oy.
- Helander, Voitto (2002). *Kolmas sektori. Käsitteistä, ulottuvuuksista ja tulkinnoista*. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Himanen, Pekka (2004). *Challenges of the Global Information Society*. Parliament of Finland: Committee for the Future.



- Hintikka, Kari A. (2007). *Web 2.0. Johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin*. Helsinki: TIEKE.
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara (2000). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Hänninen, Sakari (2003). Yhdistykset uuden aloittajina. Teoksessa *Mitä yhdistykset välittävät. Tutkimuskohteena kolmas sektori*, 228–246. Toim. Sakari Hänninen, Anita Kangas & Martti Siisiäinen. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Ikävalko, Elisa (1996). *Vaikuta viestilläsi. Tiedottajana yhdistyksessä*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Ilmola, Kaj (2007). Suomalaiset yhdistykset ja luottamus vuosituhannen vaihteessa. *Sosiologia* 44 1/2007. Tampere: Bismarck.seura.
- Ilvonen, Anne (2007). *Miten tiedotan? Yhdistystoimijan tiedottamisopas*. Vantaa: Opin-  
totoiminnan Keskusliitto ry.
- Järvinen, Aki & Ilkka Mäyrä (1999). Kulttuuri muodonmuutosten ajalla. Teoksessa: *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*, 7–26. Toim. Aki Järvinen & Ilkka Mäyrä. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Karihalme, Oili (1999). *Tieto, tilanteet ja erikoiskieli*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Tutkimuksia 229. Kielitiede 37. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Karjalainen, Niko (2000). *Sähköinen liiketoiminta. Haaste strategialle*. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Keränen, Vesa, Niko Lamberg & Jukka Penttinen (2005). *Digitaalinen media*. Porvoo: WS Bookwell.
- Ketola, Ilkka (2008). *Fring tuo VoIP-puhelut iPhoneen ja nokialaisiin*. Lainattu 3.2.2009: <http://fin.afterdawn.com/uutiset/arkisto/13670.cfm>
- Kilpi, Tuomas (2006). *Blogit ja bloggaaminen*. Jyväskylä: Gummerus.
- Koskela, Lasse, Jari Koskinen & Pasi Lankinen (2007). *Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa*. Helsinki: WSOYpro.
- Koski, Pasi (2000). Liikunta kansalaisaktiivisuutena. Teoksessa: *Liikunnan kansalais-toiminta. Muutokset, merkitykset ja reunaehdot*, 40–55. Toim. Hannu Itkonen, Juha Heikkala, Kalervo Ilmanen & Pasi Koski. Helsinki: Liikuntatieteellisen Seuran julkaisu nro 152.
- Laurén, Christer & Marianne Nordman (1987). *Från kunskapens frukt till Babelns tor. En bok om fackspråk*. Stockholm: Svensk Tryck.

- Lehtinen, Erno & Tuire Palonen (1997). Tiedon verkostoituminen – haaste asiantuntijuukselle. Teoksessa: *Muuttuva asiantuntijuus*, 103–133. Toim. Juhani Kirjonen, Pirkko Remes & Anneli Eteläpelto. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Leuf, Bo & Ward Cunningham (2001). *The Wiki Way. Quick Collaboration on the Web*. USA: Addison-Wesley.
- Manninen, Jyri & Anne Nevgi (2000). Opetus verkossa. Vuorovaikutuksen uudet mahdollisuudet. Teoksessa: *Aikuiskoulutus verkossa. Verkkopohjaisten oppimisympäristöjen teoriaa ja käytäntöä*, 93–108. Toim. Janne Matikainen & Jyri Manninen. Tampere: Tammer-Paino.
- Matikainen, Janne (2000). Tietoverkkojen käytön sosiaalipsykologiaa. Teoksessa: *Aikuiskoulutus verkossa. Verkkopohjaisten oppimisympäristöjen teoriaa ja käytäntöä*, 43–59. Toim. Janne Matikainen & Jyri Manninen. Tampere: Tammer-Paino.
- Metsämäki, Markku (2000). *Verkkopalvelun suunnittelu*. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Murugesan, San (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional* Vol 9, Issue 4, July-Aug. 2007, 34–41.
- Niiniluoto, Ilkka (1992). *Informaatio, tieto ja yhteiskunta. Filosofinen käsiteanalyysi*. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Nonaka, Ikujiro (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. Teoksessa: *Knowledge Management. Critical Perspectives on Business and Management*, 153–194. Toim. Nonaka Ikujiro. Lainattu 3.8.2008: <http://books.google.com/books?hl=fi&lr=&id=YTrwo1MaVj4C&oi=fnd&pg=PA153&dq=knowledge&ots=IxD4iALZym&sig=7c2Hwu9G6eAE8VbCqfpVx6usFmc#PPR6,M1>
- Noppiari Elina, Niina Uusitalo, Reijo Kupiainen & Heikki Luostarinen (2008). ”Mä oon nyt online!”. *Lasten mediaympäristö muutoksessa*. Tampereen yliopisto. Julkaisuja A. Tampere: Cityoffset.
- Nurmela, Juha, Tuula Melkas, Timo Sirkiä, Marko Ylitalo & Laura Mustonen (2004). Suomalaisten viestintävalmiudet 2000-luvun vuorovaikutusyhteiskunnassa. Teoksessa: *Tilastokeskuksen katsaus 4/2004*. Helsinki: Tilastokeskus.
- O’Reilly, Tim (2005). *What is web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Lainattu 22.10.2007: <http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.
- Pohjanoksa, Iiro, Eevi Kuokkanen & Timo Raaska (2007). *Viesti verkossa. Digitaalisen viestinnän käsikirja*. Juva: Infor Oy.

- Pontin, Jason (2008). The Future of Web 2.0. *Technology Review*, Jul2008, Vol. 111 Issue 4, 34–34.
- Quan-Haase, Anabel, Joseph Cothrel & Barry Wellman (2005). Instant messaging for collaboration: A case study of a high-tech firm. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), artikkeli 13. Saatavilla: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/quan-haase.html>
- Rhodes University (2008). *E-Communication Guidelines*. Lainattu 9.12.2008: <http://oldwww.ru.ac.za/library/infolit//ecom.html>
- Richardson, Will (2006). *Blogs, Wikis, Podcasts and Other Powerful Web Tool for Classrooms*. California: Corwin Press.
- Roponen, Seppo (1998). Digitaalisen vuorovaikutuksen evoluutio. Teoksessa *Sosiaalinen vuorovaikutus*. 288–306. Toim. Anja-Riitta Lahikainen & Anna-Maija Pirttilä-Backman. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Salmenkivi, Sami & Niko Nyman (2007). *Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0*. Helsinki: Talentum.
- Siukosaari, Anssi (2002). *Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos*. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Sproull, Lee & Sara Kiesler (1998). *Connections. New Ways Of Working In The Networked Organization*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Stohl, Cynthia (1995). *Organizational Communication. Connectedness in Action*. California: Sage Publications Inc.
- Suomen Taitoluisteluliitto (2008). *Liitto ja seurat*. Lainattu 21.5.2008: [http://www.stll.fi/liitto\\_ja\\_seurat/](http://www.stll.fi/liitto_ja_seurat/)
- TEPA-termipankki (2008). *TEPA – Sanastokeskus TSK:n termipankki*. Lainattu 4.12.2008: <http://www.tsk.fi/tepa/>
- Valdén, Tere (2007). Wikipedia ja filosofit. Huomioita Wikipedioiden epistemologisesta potentiaalista. Artikkelissa *Wikipedia – Monta näkökulmaa avoimeen tietosanakirjaan*, 7-30 Toim. Bo-Christer Björk ja Mikko Välimäki. Lainattu 13.10.2008: <http://ojs.tsv.fi/index.php/tt/article/viewFile/319/282>
- Valli, Raine (2007). Kyselylomaketutkimus. Teoksessa: *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu. Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, 102–125. Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Juva: WS Bookwell Oy.

- Vastamäki, Jaana (2007). Kyselylomaketutkimus. Tutkimusasetelman ja mittareiden valinta. Teoksessa: *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu. Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, 126–138. Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Juva: WS Bookwell Oy.
- Viherä, Marja-Liisa (2008). Muuttuuko yhteisöllisyys viestintätapojen muutoksen mukana? Teoksessa: *Tieto- ja viestintäteknikka arjessa. Haastattelututkimusten tuloksia suomalaisten tieto- ja viestintäteknikan käytöstä vuonna 2007. Tilastokeskuksen katsauksia 2008/1*, 42–45. Helsinki: Tilastokeskus.
- Yang, Christopher C., Tobun D. Ng (2008). Analyzing Content Development and Visualizing Social Interactions in Web Forum. *Intelligence and Security Informatics*, 2008 IEEE International Conference 17-20 June 2008, 25–30.
- Yang, Stephen J.H., Jia Zhang, Irene Y.L. Chen (2007). Web 2.0 Services for Identifying Communities of Practice through Social Networks. *2007 IEEE International Conference on Services Computing (SCC 2007)*.
- Yeung, Anne Birgitta (2002). *Vapaaehtoistoiminta osana kansalaisyhteiskuntaa – ihanteita vai todellisuutta?* Helsinki: Sosiaali ja terveystieteiden tutkimuskeskus ry.
- YSA (2008). *YSA – yleinen suomalainen asiasanasto*. Lainattu 4.12.2008: <http://vesa.lib.helsinki.fi/ysa/index.html>.
- Åberg, Leif (2000a). Viestintä kolmannen sektorin kansalaisyhteisössä. Teoksessa: *Kolmet kasvo. Näkökulmia organisaatioviestintään*, 131–153. Toim. Pekka Aula & Salli Hakala. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Åberg, Leif (2000b). *Viestinnän johtaminen*. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Åberg, Leif (2006). *Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja*. Jyväskylä: Inforviestintä Oy.

## LIITTEET

## Liite 1. Tutkimuksen verkkokyselylomake

**Pro gradu -tutkielma taitoluisteluvalmentajien verkostoitumisesta**

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia. Muistathan täyttää lomakkeen mahdollisimman huolellisesti. Saat lisätietoja kysymyksestä, jos sen perässä on oranssi kysymysmerkki. Siirrä hiiren kursori tämän merkin päälle, ja lisätietolaatikko tulee esiin. Voit myös keskeyttää lomakkeen täyttämisen ja jatkaa sitä myöhemmin painamalla lomakkeen alaosasta löytyvää "Osittainen tallennus"-nappia.

Kyselyn vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja yksittäisiä vastauksia ei luovuteta tutkielman tekijälle eteenpäin.

Kyselyyn osallistuneiden kesken arvotaan kaksi Finnkinon elokuvalippua.

**Henkilötiedot**

1. Ikä
2. Valmennustunteja viikossa
3. STLL:n aluejaon mukaan alue, jolla valmennat tällä hetkellä.
  - Alue
  - Helsingin alue
  - Uudenmaan alue
  - Hämeen alue
  - Itäinen alue
  - Lounais-Suomi
  - Pohjoinen alue
4. Sukupuoli
  - nainen
  - mies
5. Sähköposti (pakollinen vain niille, jotka haluavat osallistua arvontaan).

**Verkostoituminen taitoluisteluvalmennuksessa**

6. Mistä vuodesta alkaen olet käyttänyt internetiä?
7. Kuinka paljon käytät internetiä tällä hetkellä?
  - Keskimäärin
  - Päivittäin
  - Pari kertaa viikossa
  - Kerran viikossa
  - Kerran kuukaudessa
  - Harvemmin
8. Mihin tarkoitukseen / tarkoituksiin käytät internetiä yleensä? ?
  - Työ
  - Harrastustoiminta
  - Ajanviete
  - Tiedonhaku
  - Kommunikointi
  - En mihinkään näistä

Seuraavassa osiossa käytän termejä, jotka eivät välttämättä ole entuudestaan tuttuja. Tässä lyhyet selitykset termeistä:

**Verkkoviesticntä** = tietoverkossa tapahtuvaa kommunikointia. Yksi yleisistä tietoverkoista on WWW.

**Keskustelufoorumi** = keskustelupalsta = tietoverkoissa on alustoja, joissa voi lähettää keskusteluviestejä, jotka ovat kaikkien (tai kaikkien rekisteröityneiden käyttäjien) luettavissa sekä kommentoitavissa. Esimerkki keskustelufoorumeista keskustelu.suomi24.fi.

**Blogi** = nettipäiväkirja. Kronologisessa järjestyksessä etenevä sivusto, johon tulee kirjoituksia sitä mukaa kuin blogin kirjoittaja niitä tekee. Kirjoitukset merkattu päivämäärällä. Kommentointi mahdollista useimmiten. Esimerkki blogipalvelusta on vuodatus.net

**Wiki** = yhteisöllisen tiedontuottamisen työkalu. Jokainen rekisteröitynyt käyttäjä voi muokata "tietokirjan" artikkeleita. Kaikille vapaasti luettavissa. Esimerkiksi fi.wikipedia.org

**Syötteen** = erilaisia tilattavia syötteitä. Voi olla joko syötesivusto, tai syötteen voi tilata suoraan sähköpostiin. Syöte on ilmoitus jonkin tietyn asian päivittämisestä. Esimerkiksi uutissyötteen on YLE:ltä mahdollista tilata suoraan sähköpostiin, toisaalta taa esimerkiksi <http://www.ampparit.com/> kerää syötteen yhdelle sivulle aikajärjestykseen.

**Sosiaaliset sivustot** = verkkosivustoja, joissa on mahdollista kerätä itse hyväksymistään ystävistä rinki, jonka kanssa voi keskustella, pelata, ym. Sivustot edellyttävät rekisteröitymistä. Esimerkiksi Facebook ja MySpace.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = ei ollenkaan, 2 = jokseenkin, 3 = melko, 4 = erittäin

9. Mitkä seuraavista ovat sinulle ennestään tuttuja?

	1	2	3	4
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikit (esimerkiksi Wikipedia, <a href="http://www.wikipedia.fi">www.wikipedia.fi</a> )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erilaiset tilattavat syötteen, jotka päivittyvät automaattisesti (esim. uutissyötteen, <a href="http://www.ampparit.com/">www.ampparit.com</a> )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset sivustot (esimerkiksi Facebook <a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a> )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MSN Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Halutessasi voit täydentää ylläolevaa listaa tähän.

Kysymyksiin 11 - 15 voit vastata useamman vaihtoehdon.

11. Mihin tarkoitukseen käytät sähköpostia? ?

- Työ
- Harrastustoiminta
- Ajanviete
- Tiedonhaku
- Kommunikointi
- En mihinkään näistä
- En käytä ollenkaan

12. Mihin tarkoitukseen käytät keskustelufoorumeja? ?

- Työ
- Harrastustoiminta
- Ajanviete
- Tiedonhaku
- Kommunikointi
- En mihinkään näistä
- En käytä ollenkaan

13. Mihin tarkoitukseen käytät blogeja? ?

- Työ
- Harrastustoiminta
- Ajanviete
- Tiedonhaku
- Kommunikointi
- En mihinkään näistä

- En käytä ollenkaan
14. Mihin tarkoitukseen käytät wikejä? ?
- Työ
- Harrastustoiminta
- Ajanviete
- Tiedonhaku
- Kommunikointi
- En mihinkään näistä
- En käytä ollenkaan
15. Mihin tarkoitukseen käytät erilaisia tilattavia, automaattisesti päivittyviä syötteitä? ?
- Työ
- Harrastustoiminta
- Ajanviete
- Tiedonhaku
- Kommunikointi
- En mihinkään näistä
- En käytä ollenkaan
16. Jos käytät muita sähköisen viestinnän kanavia, voit kertoa niistä tässä.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = ei ollenkaan, 2 = jokseenkin, 3 = melko, 4 = erittäin

17. Kuinka luontevaa sinulle on käyttää seuraavia?

	1	2	3	4
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilattavat, päivittyvät syötteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset sivustot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MSN Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Voit halutessasi perustella valintojasi, sekä pohtia mielestäsi listasta puuttuvia kanavia.

19. Kuinka usein kuluneen 12 kk:n aikana olet ollut yhteydessä toisen seuran valmentajaan lajiin liittyvis-  
sä asioissa?

- Keskimäärin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- 2-3 kuukauden välein
- Kaksi kertaa vuodessa
- Kerran vuodessa
- Harvemmin kuin kerran vuodessa
- En ollenkaan

20. Onko kontaktien määrä mielestäsi riittävä?

- Kyllä
- Ei

21. Kuinka tarpeelliseksi koet sähköisen verkostoitumisen taitoluisteluvalmentajille?

- En ollenkaan tarpeelliseksi
- Jokseenkin tarpeelliseksi
- Melko tarpeelliseksi
- Erittäin tarpeelliseksi

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = en ollenkaan, 2 = joskus, 3 = melko usein, 4 = usein

22. Kuinka paljon käytät seuraavia kanavia pitääksesi yhteyttä toisen seuran valmentajiin?

	1	2	3	4
Henkilökohtaiset tapaamiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhelinkontaktit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumat, koulutukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit verkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wiki-sovellukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogipalvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset sivustot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MSN Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Voit halutessasi perustella valintojasi tähän, sekä pohtia mielestäsi listasta puuttuvia kanavia.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko: 1 = ei ollenkaan, 2 = jokseenkin, 3 = melko, 4 = erittäin

24. Mikä seuraavista olisi sinulle mieluisin kanava, jonka avulla pitäisit yhteyttä toisten seurojen valmentajiin?

	1	2	3	4
Henkilökohtaiset tapaamiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhelinkontaktit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumat, koulutukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit verkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wiki-sovellukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogipalvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset sivustot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MSN Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Voit halutessasi pohtia tähän eri kanavien hyötyjä ja haittoja, sekä luetella mielestäsi listalta puuttuvia kanavia.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = en ollenkaan, 2 = jonkin verran, 3 = melko paljon, 4 = erittäin paljon

26. Mitä kaipaat toisen seuran valmentajilta verkostoitumisen kautta?

	1	2	3	4
Uusia ideoita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vertaiskeskustelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekniikkaneuvoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelua lajin teknisistä asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelua kilpailuista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelua muista lajin tapahtumista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelua lajikehityksestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vapaata keskustelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = en ollenkaan, 2 = jonkin verran, 3 = melko paljon, 4 = erittäin paljon

28. Millaista taitoluisteluvallmennukseen liittyvää sisältöä haluaisit verkkoviestintään?

	1	2	3	4
Harjoitusvideoiden katselua ja jakoa (esim. www.youtube.com)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskusteluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietopankkeja (esim. liikepankki, tapahtumapankki)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravinto-ohjeita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## Harjoitusohjelmia

○○○○

29. Voit pohtia tähän lisää verkkoviestinnän sisältöön liittyviä asioita, esimerkiksi antaa ehdotuksia sisällystään.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = en ollenkaan, 2 = jonkin verran, 3 = melko paljon, 4 = erittäin paljon

30. Jos taitoluisteluvalmentajille olisi tarjolla jokin seuraavista kanavista, käyttäisitkö sitä? Käyttöön sisältyy myös pelkkä kanavan seuraaminen.

	1	2	3	4
Sähköpostilista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogipalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taitoluisteluun liittyvät tilattavat syötteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaalinen sivusto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. Voit pohtia tähän tarkemmin eri kanavien hyötyjä ja haittoja, sekä luetella listalta mielestäsi puuttuvat sähköisen viestinnän kanavat, joita mielelläsi käyttäisit.

Seuraavassa kysymyksessä asteikko on: 1 = en ollenkaan, 2 = jonkin verran, 3 = melko paljon, 4 = erittäin paljon

32. Voisitko itse kirjoittaa johonkin seuraavista taitoluisteluvalmennukseen liittyen?

	1	2	3	4
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelufoorumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogipalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikisovellus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset sivustot (Facebook ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MSN Messenger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. Voit pohtia tähän tarkemmin omaa sähköisten kanavien käyttöäsi.

34. Vapaa sana taitoluisteluvalmentajien verkostoitumisesta ja mahdollisista toivomuksista ja ideoista sen suhteen.

Kiitos kyselyyn vastaamisesta ja onnea arvontaan! Arvonnin voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti sähköpostitse, kun arvonta on suoritettu.

## Liite 2. Kanavien tunteminen ennestään muuttujittain tarkasteltuna

Tuttuus ennestään.

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	100 %	0 %	0 - 9	98 %	2 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	94 %	6 %	30 - 39	93 %	7 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	94 %	6 %	14 - 19	96 %	4 %
Hämeen alue	82 %	18 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	94 %	6 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	82 %	18 %	30 - 39	86 %	14 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	67 %	33 %	40 - 49	70 %	30 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	6 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	81 %	19 %	0 - 9	73 %	27 %	14 - 19	75 %	25 %
Hämeen alue	59 %	35 %	10 - 19	89 %	11 %	20 - 29	81 %	19 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	65 %	29 %	30 - 39	64 %	29 %
Lounais-Suomi	56 %	44 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	30 %	70 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	75 %	25 %
Uudenmaan alue	71 %	29 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	88 %	12 %	0 - 9	97 %	2 %	14 - 19	96 %	4 %
Hämeen alue	88 %	0 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	98 %	2 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	88 %	6 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	60 %	30 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	88 %	12 %						
<b>Syötteet</b>								
Helsingin alue	50 %	50 %	0 - 9	42 %	56 %	14 - 19	21 %	79 %
Hämeen alue	53 %	35 %	10 - 19	63 %	37 %	20 - 29	54 %	46 %
Itäinen alue	27 %	73 %	20 - 29	47 %	47 %	30 - 39	57 %	36 %
Lounais-Suomi	38 %	63 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	30 %	60 %
Pohjoinen alue	38 %	62 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	59 %	41 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	88 %	12 %	0 - 9	89 %	10 %	14 - 19	89 %	11 %
Hämeen alue	82 %	6 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	98 %	2 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	76 %	18 %	30 - 39	50 %	43 %
Lounais-Suomi	63 %	38 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	60 %	30 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	82 %	18 %						

**Pikaviestimet**

Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	92 %	6 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	82 %	12 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	98 %	2 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	82 %	18 %	30 - 39	50 %	50 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	40 %	50 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	24 %						

**Skype**

Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	68 %	31 %	14 - 19	61 %	39 %
Hämeen alue	76 %	12 %	10 - 19	68 %	32 %	20 - 29	77 %	23 %
Itäinen alue	67 %	33 %	20 - 29	82 %	12 %	30 - 39	64 %	29 %
Lounais-Suomi	63 %	38 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	50 %	40 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	47 %	53 %						

Liite 3. Eri kanavien käyttötarkoituksia tällä hetkellä muuttujittain tarkasteltuna  
Alue

	<i>ajanviete</i>	<i>en käytä ollenkaan</i>	<i>en mihinkään näistä</i>	<i>harrastustoiminta</i>	<i>kommunikointi</i>	<i>tiedonhaku</i>	<i>työ</i>
<b>Sähköposti</b>							
Helsingin alue	35 %	0 %	0 %	58 %	81 %	38 %	96 %
Hämeen alue	35 %	0 %	0 %	65 %	100 %	29 %	100 %
Itäinen alue	13 %	0 %	0 %	87 %	87 %	7 %	87 %
Lounais-Suomi	19 %	0 %	0 %	69 %	75 %	25 %	81 %
Pohjoinen alue	8 %	0 %	0 %	77 %	100 %	8 %	62 %
Uudenmaan alue	35 %	0 %	6 %	71 %	76 %	24 %	88 %
<b>Keskustelufoorumit</b>							
Helsingin alue	35 %	31 %	0 %	27 %	31 %	15 %	15 %
Hämeen alue	24 %	41 %	0 %	18 %	12 %	0 %	0 %
Itäinen alue	67 %	20 %	0 %	13 %	27 %	0 %	0 %
Lounais-Suomi	13 %	50 %	0 %	13 %	19 %	19 %	19 %
Pohjoinen alue	62 %	15 %	0 %	15 %	31 %	8 %	8 %
Uudenmaan alue	41 %	24 %	0 %	29 %	29 %	6 %	6 %
<b>Blogit</b>							
Helsingin alue	42 %	38 %	8 %	12 %	15 %	8 %	8 %
Hämeen alue	18 %	82 %	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %
Itäinen alue	27 %	67 %	7 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Lounais-Suomi	13 %	75 %	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %
Pohjoinen alue	23 %	69 %	0 %	8 %	8 %	0 %	0 %
Uudenmaan alue	29 %	53 %	0 %	12 %	12 %	12 %	12 %
<b>Wikit</b>							
Helsingin alue	15 %	12 %	0 %	27 %	0 %	27 %	27 %
Hämeen alue	12 %	6 %	0 %	12 %	0 %	24 %	24 %
Itäinen alue	13 %	7 %	0 %	7 %	0 %	7 %	7 %
Lounais-Suomi	19 %	13 %	0 %	13 %	0 %	19 %	19 %
Pohjoinen alue	15 %	0 %	0 %	8 %	0 %	8 %	8 %
Uudenmaan alue	12 %	24 %	0 %	6 %	6 %	12 %	12 %
<b>Syötteet</b>							
Helsingin alue	31 %	50 %	0 %	8 %	8 %	8 %	8 %
Hämeen alue	6 %	71 %	0 %	6 %	0 %	12 %	12 %
Itäinen alue	13 %	80 %	0 %	0 %	0 %	7 %	7 %
Lounais-Suomi	6 %	75 %	0 %	6 %	0 %	13 %	13 %
Pohjoinen alue	8 %	92 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Uudenmaan alue	12 %	65 %	0 %	18 %	0 %	12 %	12 %

## Valmennustunnit

	<i>ajanytete</i>	<i>en käytä ollenkaan</i>	<i>en mihinkään näistä</i>	<i>harrastustoiminta</i>	<i>kommunikointi</i>	<i>tiedonhaku</i>	<i>työ</i>
<b>Sähköposti</b>							
0 - 9	23 %	0 %	0 %	77 %	84 %	18 %	81 %
10 - 19	21 %	0 %	0 %	74 %	89 %	11 %	95 %
20 - 29	35 %	0 %	6 %	47 %	88 %	53 %	100 %
30 - 40	50 %	0 %	0 %	33 %	83 %	50 %	100 %
<b>Keskustelufoorumit</b>							
0 - 9	47 %	26 %	0 %	23 %	31 %	39 %	8 %
10 - 19	37 %	32 %	0 %	26 %	21 %	37 %	11 %
20 - 29	18 %	47 %	0 %	0 %	12 %	29 %	12 %
30 - 40	17 %	33 %	0 %	33 %	17 %	50 %	0 %
<b>Blogit</b>							
0 - 9	24 %	63 %	5 %	3 %	11 %	3 %	3 %
10 - 19	47 %	37 %	0 %	11 %	11 %	5 %	0 %
20 - 29	18 %	76 %	0 %	6 %	0 %	18 %	12 %
30 - 40	17 %	83 %	0 %	17 %	0 %	0 %	0 %
<b>Wikit</b>							
0 - 9	10 %	5 %	0 %	8 %	2 %	85 %	13 %
10 - 19	21 %	5 %	0 %	16 %	0 %	95 %	16 %
20 - 29	18 %	24 %	0 %	24 %	0 %	71 %	29 %
30 - 40	33 %	50 %	0 %	33 %	0 %	50 %	33 %
<b>Syötteet</b>							
0 - 9	10 %	0 %	0 %	3 %	2 %	10 %	8 %
10 - 19	32 %	0 %	0 %	21 %	5 %	21 %	11 %
20 - 29	12 %	0 %	0 %	6 %	0 %	12 %	12 %
30 - 40	17 %	0 %	0 %	0 %	0 %	17 %	0 %

## Valmentajan ikä

	<i>ajanviete</i>	<i>en käytä ollenkaan</i>	<i>en mihinkään näistä</i>	<i>harrastustoiminta</i>	<i>kommunikointi</i>	<i>tiedonhaku</i>	<i>työ</i>
<b>Sähköposti</b>							
14 - 19	11 %	0 %	0 %	71 %	82 %	14 %	68 %
20 - 29	23 %	0 %	0 %	71 %	88 %	15 %	92 %
30 - 39	36 %	0 %	7 %	79 %	79 %	50 %	100 %
40 - 49	50 %	0 %	0 %	50 %	90 %	40 %	100 %
50 - 60	75 %	0 %	0 %	50 %	100 %	75 %	100 %
<b>Keskustelufoorumit</b>							
14 - 19	32 %	36 %	0 %	21 %	36 %	21 %	7 %
20 - 29	48 %	31 %	0 %	15 %	19 %	40 %	8 %
30 - 39	29 %	29 %	0 %	14 %	36 %	50 %	14 %
40 - 49	10 %	30 %	0 %	50 %	20 %	40 %	10 %
50 - 60	75 %	0 %	0 %	25 %	0 %	75 %	0 %
<b>Blogit</b>							
14 - 19	21 %	64 %	0 %	7 %	14 %	4 %	0 %
20 - 29	29 %	58 %	6 %	2 %	4 %	4 %	2 %
30 - 39	21 %	64 %	0 %	7 %	21 %	7 %	14 %
40 - 49	20 %	80 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
50 - 60	75 %	25 %	0 %	50 %	0 %	50 %	25 %
<b>Wikit</b>							
14 - 19	14 %	7 %	0 %	4 %	0 %	86 %	7 %
20 - 29	13 %	4 %	0 %	10 %	0 %	94 %	17 %
30 - 39	7 %	29 %	0 %	21 %	7 %	50 %	36 %
40 - 49	20 %	30 %	0 %	20 %	0 %	60 %	20 %
50 - 60	50 %	0 %	0 %	75 %	0 %	100 %	25 %
<b>Syötteet</b>							
14 - 19	0 %	82 %	0 %	0 %	0 %	11 %	0 %
20 - 29	13 %	77 %	0 %	4 %	4 %	6 %	6 %
30 - 39	29 %	43 %	0 %	14 %	0 %	14 %	29 %
40 - 49	20 %	60 %	0 %	10 %	0 %	20 %	20 %
50 - 60	75 %	0 %	0 %	50 %	0 %	75 %	0 %

## Liite 4. Eri kanavien luontevuus valmentajille muuttujittain tarkasteltuna

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	100 %	0 %	0 - 9	100 %	0 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	100 %	0 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	77 %	23 %	0 - 9	82 %	18 %	14 - 19	75 %	21 %
Hämeen alue	65 %	35 %	10 - 19	58 %	32 %	20 - 29	71 %	29 %
Itäinen alue	80 %	20 %	20 - 29	65 %	35 %	30 - 39	86 %	14 %
Lounais-Suomi	63 %	38 %	30 - 40	67 %	33 %	40 - 49	70 %	30 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	12 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	69 %	31 %	0 - 9	45 %	55 %	14 - 19	50 %	50 %
Hämeen alue	29 %	71 %	10 - 19	68 %	26 %	20 - 29	48 %	52 %
Itäinen alue	53 %	47 %	20 - 29	35 %	65 %	30 - 39	50 %	50 %
Lounais-Suomi	25 %	75 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	20 %	80 %
Pohjoinen alue	38 %	62 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	53 %	41 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	87 %	11 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	88 %	6 %	10 - 19	89 %	5 %	20 - 29	92 %	8 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	76 %	24 %	30 - 39	71 %	29 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	60 %	30 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	71 %	24 %						
<b>Syötteet</b>								
Helsingin alue	54 %	46 %	0 - 9	32 %	66 %	14 - 19	32 %	68 %
Hämeen alue	29 %	65 %	10 - 19	58 %	42 %	20 - 29	35 %	65 %
Itäinen alue	27 %	73 %	20 - 29	41 %	59 %	30 - 39	50 %	50 %
Lounais-Suomi	25 %	75 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	20 %	70 %
Pohjoinen alue	23 %	77 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	53 %	47 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	77 %	19 %	0 - 9	90 %	8 %	14 - 19	93 %	7 %
Hämeen alue	88 %	6 %	10 - 19	89 %	5 %	20 - 29	94 %	6 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	71 %	24 %	30 - 39	57 %	43 %
Lounais-Suomi	75 %	25 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	60 %	30 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	50 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	18 %						
<b>Pikaviestimet</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	90 %	8 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	88 %	6 %	10 - 19	89 %	11 %	20 - 29	94 %	6 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	82 %	18 %	30 - 39	57 %	43 %
Lounais-Suomi	75 %	25 %	30 - 40	33 %	50 %	40 - 49	40 %	40 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	18 %						
<b>Skype</b>								
Helsingin alue	73 %	23 %	0 - 9	58 %	40 %	14 - 19	57 %	43 %
Hämeen alue	59 %	35 %	10 - 19	68 %	32 %	20 - 29	67 %	33 %
Itäinen alue	53 %	47 %	20 - 29	59 %	35 %	30 - 39	50 %	50 %
Lounais-Suomi	44 %	56 %	30 - 40	50 %	33 %	40 - 49	40 %	40 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	53 %	41 %						



## Liite 5. Eri kanavien käyttö tällä hetkellä muuttujittain vertailtuna

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	77 %	19 %	0 - 9	50 %	45 %	14 - 19	50 %	46 %
Hämeen alue	59 %	41 %	10 - 19	79 %	21 %	20 - 29	58 %	40 %
Itäinen alue	53 %	47 %	20 - 29	88 %	12 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	69 %	31 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	46 %	46 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	71 %	24 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	15 %	81 %	0 - 9	15 %	79 %	14 - 19	14 %	82 %
Hämeen alue	12 %	82 %	10 - 19	16 %	79 %	20 - 29	13 %	85 %
Itäinen alue	13 %	87 %	20 - 29	12 %	88 %	30 - 39	14 %	79 %
Lounais-Suomi	13 %	88 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	10 %	80 %
Pohjoinen alue	23 %	69 %				50 - 60	25 %	50 %
Uudenmaan alue	6 %	82 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	0 %	92 %	0 - 9	3 %	90 %	14 - 19	4 %	93 %
Hämeen alue	0 %	94 %	10 - 19	0 %	95 %	20 - 29	2 %	96 %
Itäinen alue	7 %	93 %	20 - 29	6 %	88 %	30 - 39	7 %	86 %
Lounais-Suomi	0 %	100 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	0 %	90 %
Pohjoinen alue	8 %	85 %				50 - 60	0 %	50 %
Uudenmaan alue	6 %	82 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	4 %	88 %	0 - 9	5 %	89 %	14 - 19	7 %	89 %
Hämeen alue	0 %	94 %	10 - 19	5 %	89 %	20 - 29	4 %	94 %
Itäinen alue	7 %	93 %	20 - 29	0 %	94 %	30 - 39	0 %	93 %
Lounais-Suomi	6 %	94 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	0 %	90 %
Pohjoinen alue	8 %	85 %				50 - 60	0 %	50 %
Uudenmaan alue	0 %	88 %						
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	31 %	62 %	0 - 9	23 %	71 %	14 - 19	18 %	79 %
Hämeen alue	18 %	76 %	10 - 19	53 %	42 %	20 - 29	40 %	58 %
Itäinen alue	27 %	73 %	20 - 29	12 %	82 %	30 - 39	14 %	79 %
Lounais-Suomi	19 %	81 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	0 %	90 %
Pohjoinen alue	46 %	46 %				50 - 60	25 %	25 %
Uudenmaan alue	18 %	71 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Pikaviestimet</b>								
Helsingin alue	23 %	69 %	0 - 9	21 %	73 %	14 - 19	25 %	71 %
Hämeen alue	12 %	82 %	10 - 19	37 %	58 %	20 - 29	27 %	71 %
Itäinen alue	33 %	67 %	20 - 29	12 %	82 %	30 - 39	14 %	79 %
Lounais-Suomi	13 %	88 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	0 %	90 %
Pohjoinen alue	31 %	62 %				50 - 60	25 %	25 %
Uudenmaan alue	24 %	65 %						

**Skype**

Helsingin alue	15 %	77 %	0 - 9	3 %	90 %	14 - 19	4 %	93 %
Hämeen alue	6 %	88 %	10 - 19	5 %	89 %	20 - 29	2 %	96 %
Itäinen alue	0 %	100 %	20 - 29	24 %	71 %	30 - 39	14 %	79 %
Lounais-Suomi	0 %	100 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	20 %	70 %
Pohjoinen alue	8 %	85 %				50 - 60	25 %	25 %
Uudenmaan alue	6 %	82 %						

**Henkilökohtaiset kontaktit**

Helsingin alue	81 %	15 %	0 - 9	48 %	47 %	14 - 19	43 %	54 %
Hämeen alue	47 %	53 %	10 - 19	84 %	16 %	20 - 29	52 %	46 %
Itäinen alue	53 %	47 %	20 - 29	65 %	35 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	56 %	44 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	54 %	38 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	59 %	35 %						

**Puhelinkontaktit**

Helsingin alue	77 %	19 %	0 - 9	45 %	50 %	14 - 19	43 %	54 %
Hämeen alue	53 %	47 %	10 - 19	84 %	16 %	20 - 29	52 %	46 %
Itäinen alue	47 %	53 %	20 - 29	76 %	24 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	69 %	31 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	46 %	46 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	59 %	35 %						

**Tapahtumat, koulutukset**

Helsingin alue	88 %	4 %	0 - 9	90 %	6 %	14 - 19	75 %	21 %
Hämeen alue	82 %	18 %	10 - 19	89 %	11 %	20 - 29	81 %	17 %
Itäinen alue	67 %	33 %	20 - 29	88 %	12 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	67 %	17 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	77 %	15 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	82 %	18 %						

**Messut**

Helsingin alue	15 %	81 %	0 - 9	15 %	81 %	14 - 19	18 %	79 %
Hämeen alue	18 %	82 %	10 - 19	11 %	84 %	20 - 29	13 %	85 %
Itäinen alue	7 %	93 %	20 - 29	29 %	71 %	30 - 39	21 %	71 %
Lounais-Suomi	31 %	69 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	10 %	90 %
Pohjoinen alue	8 %	85 %				50 - 60	25 %	50 %
Uudenmaan alue	12 %	76 %						

## Liite 6. Eri kanavien mielekkyys muuttujittain vertailtuna

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	96 %	4 %	0 - 9	92 %	5 %	14 - 19	96 %	4 %
Hämeen alue	82 %	12 %	10 - 19	95 %	11 %	20 - 29	88 %	8 %
Itäinen alue	93 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	93 %	0 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	58 %	38 %	0 - 9	74 %	23 %	14 - 19	82 %	18 %
Hämeen alue	47 %	41 %	10 - 19	79 %	16 %	20 - 29	73 %	25 %
Itäinen alue	80 %	20 %	20 - 29	53 %	41 %	30 - 39	57 %	43 %
Lounais-Suomi	75 %	25 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	40 %	40 %
Pohjoinen alue	85 %	8 %				50 - 60	50 %	25 %
Uudenmaan alue	82 %	18 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	35 %	65 %	0 - 9	31 %	63 %	14 - 19	50 %	50 %
Hämeen alue	29 %	47 %	10 - 19	42 %	47 %	20 - 29	29 %	67 %
Itäinen alue	33 %	67 %	20 - 29	35 %	65 %	30 - 39	21 %	71 %
Lounais-Suomi	25 %	75 %	30 - 40	33 %	83 %	40 - 49	20 %	60 %
Pohjoinen alue	46 %	54 %				50 - 60	25 %	50 %
Uudenmaan alue	29 %	59 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	31 %	65 %	0 - 9	31 %	63 %	14 - 19	43 %	57 %
Hämeen alue	35 %	47 %	10 - 19	32 %	63 %	20 - 29	29 %	69 %
Itäinen alue	20 %	80 %	20 - 29	29 %	65 %	30 - 39	7 %	86 %
Lounais-Suomi	25 %	75 %	30 - 40	0 %	100 %	40 - 49	20 %	60 %
Pohjoinen alue	38 %	62 %				50 - 60	25 %	25 %
Uudenmaan alue	24 %	65 %						
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	65 %	31 %	0 - 9	58 %	40 %	14 - 19	71 %	25 %
Hämeen alue	35 %	47 %	10 - 19	68 %	32 %	20 - 29	69 %	29 %
Itäinen alue	80 %	20 %	20 - 29	59 %	35 %	30 - 39	36 %	64 %
Lounais-Suomi	44 %	50 %	30 - 40	50 %	33 %	40 - 49	20 %	60 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	25 %	25 %
Uudenmaan alue	41 %	53 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Pikaviestimet</b>								
Helsingin alue	62 %	35 %	0 - 9	58 %	37 %	14 - 19	71 %	29 %
Hämeen alue	76 %	12 %	10 - 19	53 %	37 %	20 - 29	50 %	48 %
Itäinen alue	73 %	27 %	20 - 29	47 %	53 %	30 - 39	43 %	50 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	20 %	60 %
Pohjoinen alue	77 %	23 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	12 %						
<b>Skype</b>								
Helsingin alue	50 %	50 %	0 - 9	31 %	65 %	14 - 19	25 %	75 %
Hämeen alue	29 %	53 %	10 - 19	32 %	58 %	20 - 29	35 %	60 %
Itäinen alue	33 %	67 %	20 - 29	53 %	47 %	30 - 39	36 %	57 %
Lounais-Suomi	13 %	88 %	30 - 40	100 %	67 %	40 - 49	40 %	50 %
Pohjoinen alue	54 %	46 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	24 %	65 %						

## Liite 7. Kanavien passiivinen käyttö niitä tarjottaessa

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	92 %	4 %	0 - 9	87 %	10 %	14 - 19	89 %	7 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	88 %	10 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	94 %	0 %	30 - 39	93 %	0 %
Lounais-Suomi	88 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	81 %	15 %	0 - 9	94 %	5 %	14 - 19	93 %	4 %
Hämeen alue	100 %	0 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	94 %	4 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	88 %	6 %	30 - 39	79 %	21 %
Lounais-Suomi	81 %	13 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	80 %	20 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	62 %	35 %	0 - 9	55 %	40 %	14 - 19	64 %	32 %
Hämeen alue	65 %	29 %	10 - 19	89 %	5 %	20 - 29	65 %	33 %
Itäinen alue	60 %	40 %	20 - 29	76 %	18 %	30 - 39	64 %	29 %
Lounais-Suomi	63 %	31 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	50 %	40 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	65 %	24 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	65 %	31 %	0 - 9	68 %	27 %	14 - 19	71 %	21 %
Hämeen alue	65 %	29 %	10 - 19	84 %	11 %	20 - 29	67 %	31 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	59 %	35 %	30 - 39	71 %	21 %
Lounais-Suomi	56 %	38 %	30 - 40	67 %	33 %	40 - 49	60 %	30 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	76 %	12 %						
<b>Syötteet</b>								
Helsingin alue	73 %	23 %	0 - 9	73 %	26 %	14 - 19	68 %	29 %
Hämeen alue	82 %	18 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	75 %	23 %
Itäinen alue	60 %	40 %	20 - 29	76 %	18 %	30 - 39	93 %	7 %
Lounais-Suomi	75 %	19 %	30 - 40	67 %	33 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	88 %	12 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	62 %	31 %	0 - 9	82 %	13 %	14 - 19	82 %	11 %
Hämeen alue	82 %	12 %	10 - 19	89 %	5 %	20 - 29	88 %	10 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	76 %	18 %	30 - 39	71 %	29 %
Lounais-Suomi	75 %	19 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	70 %	20 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	50 %	25 %
Uudenmaan alue	88 %	6 %						

## Liite 8. Kanavien aktiivinen käyttö niitä tarjottaessa

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Sähköposti</b>								
Helsingin alue	77 %	19 %	0 - 9	87 %	11 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	100 %	0 %	10 - 19	84 %	11 %	20 - 29	85 %	13 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	82 %	12 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	88 %	13 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	82 %	6 %						
<b>Keskustelufoorumit</b>								
Helsingin alue	77 %	19 %	0 - 9	85 %	13 %	14 - 19	89 %	11 %
Hämeen alue	94 %	0 %	10 - 19	89 %	11 %	20 - 29	85 %	13 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	88 %	6 %	30 - 39	79 %	21 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	70 %	20 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	82 %	18 %						
<b>Blogit</b>								
Helsingin alue	50 %	46 %	0 - 9	34 %	65 %	14 - 19	57 %	43 %
Hämeen alue	53 %	47 %	10 - 19	74 %	21 %	20 - 29	38 %	60 %
Itäinen alue	33 %	67 %	20 - 29	53 %	41 %	30 - 39	29 %	64 %
Lounais-Suomi	44 %	56 %	30 - 40	33 %	67 %	40 - 49	50 %	50 %
Pohjoinen alue	38 %	62 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	41 %	47 %						
<b>Wikit</b>								
Helsingin alue	58 %	38 %	0 - 9	40 %	56 %	14 - 19	54 %	46 %
Hämeen alue	47 %	41 %	10 - 19	63 %	26 %	20 - 29	46 %	50 %
Itäinen alue	47 %	53 %	20 - 29	47 %	47 %	30 - 39	29 %	64 %
Lounais-Suomi	31 %	69 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	20 %	70 %
Pohjoinen alue	38 %	62 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	35 %	53 %						
<b>Sosiaaliset sivustot</b>								
Helsingin alue	62 %	35 %	0 - 9	71 %	27 %	14 - 19	82 %	18 %
Hämeen alue	47 %	47 %	10 - 19	79 %	16 %	20 - 29	69 %	29 %
Itäinen alue	80 %	20 %	20 - 29	41 %	53 %	30 - 39	50 %	50 %
Lounais-Suomi	63 %	38 %	30 - 40	50 %	50 %	40 - 49	40 %	50 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	50 %	25 %
Uudenmaan alue	65 %	29 %						

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Pikaviestimet</b>								
Helsingin alue	50 %	42 %	0 - 9	66 %	29 %	14 - 19	89 %	11 %
Hämeen alue	47 %	41 %	10 - 19	68 %	21 %	20 - 29	58 %	38 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	53 %	41 %	30 - 39	43 %	43 %
Lounais-Suomi	69 %	31 %	30 - 40	17 %	67 %	40 - 49	30 %	50 %
Pohjoinen alue	69 %	31 %				50 - 60	50 %	25 %
Uudenmaan alue	59 %	24 %						

<b>Skype</b>								
Helsingin alue	35 %	58 %	0 - 9	27 %	68 %	14 - 19	39 %	61 %
Hämeen alue	35 %	53 %	10 - 19	47 %	42 %	20 - 29	29 %	67 %
Itäinen alue	33 %	67 %	20 - 29	41 %	47 %	30 - 39	29 %	57 %
Lounais-Suomi	13 %	88 %	30 - 40	17 %	83 %	40 - 49	30 %	60 %
Pohjoinen alue	46 %	54 %				50 - 60	50 %	0 %
Uudenmaan alue	35 %	47 %						



## Liite 9. Verkostoitumiselta haluttavat saavutukset muuttujittain vertailtuna

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Uusia ideoita</b>								
Helsingin alue	96 %	4 %	0 - 9	98 %	0 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	100 %	0 %	10 - 19	95 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	83 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	75 %	0 %
Uudenmaan alue	88 %	0 %						
<b>Vertaiskeskustelua</b>								
Helsingin alue	100 %	0 %	0 - 9	94 %	6 %	14 - 19	93 %	7 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	96 %	4 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Tekniikkaneuvoja</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	98 %	2 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	94 %	6 %	10 - 19	89 %	5 %	20 - 29	96 %	4 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	88 %	12 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	25 %	50 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						
<b>Keskustelua lajin teknisistä asioista</b>								
Helsingin alue	92 %	8 %	0 - 9	90 %	6 %	14 - 19	89 %	11 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	96 %	4 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	86 %	0 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	88 %	0 %						
<b>Keskustelua kilpailuista</b>								
Helsingin alue	88 %	12 %	0 - 9	81 %	18 %	14 - 19	89 %	11 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	85 %	15 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	88 %	13 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	88 %	6 %						

Alue	Kyllä ei		Valmennustunnit			Ikä		
			[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Keskustelua muista lajin tapahtumista</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	84 %	15 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	82 %	18 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	90 %	10 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	94 %	6 %	30 - 39	79 %	14 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	67 %	33 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						

**Keskustelua lajikehitystä**

Helsingin alue	96 %	4 %	0 - 9	85 %	15 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	82 %	18 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	90 %	10 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						

**Vapaata keskustelua**

Helsingin alue	88 %	8 %	0 - 9	81 %	16 %	14 - 19	79 %	21 %
Hämeen alue	88 %	12 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	90 %	8 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	93 %	0 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	77 %	23 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						

## Liite 10. Verkkoviestinnän sisältö muuttujittain vertailtuna

	Alue		Valmennustunnit			Ikä		
	kyllä	ei	[h/vko]	Kyllä	Ei	[a]	Kyllä	Ei
<b>Videot</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	85 %	15 %	14 - 19	93 %	7 %
Hämeen alue	94 %	6 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	83 %	17 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	100 %	0 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	90 %	10 %
Pohjoinen alue	92 %	8 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	82 %	18 %						
<b>Keskustelut</b>								
Helsingin alue	100 %	0 %	0 - 9	95 %	3 %	14 - 19	96 %	0 %
Hämeen alue	88 %	6 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	98 %	2 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	93 %	7 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	100 %	0 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Tietopankit</b>								
Helsingin alue	92 %	8 %	0 - 9	92 %	6 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	94 %	0 %	10 - 19	95 %	5 %	20 - 29	98 %	2 %
Itäinen alue	87 %	13 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	100 %	0 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	90 %	0 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	100 %	0 %						
<b>Ravinto-ohjeet</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	81 %	16 %	14 - 19	86 %	14 %
Hämeen alue	88 %	6 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	88 %	13 %
Itäinen alue	93 %	7 %	20 - 29	94 %	6 %	30 - 39	93 %	0 %
Lounais-Suomi	81 %	19 %	30 - 40	100 %	0 %	40 - 49	90 %	0 %
Pohjoinen alue	85 %	15 %				50 - 60	75 %	25 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						
<b>Harjoitusohjelmat</b>								
Helsingin alue	85 %	15 %	0 - 9	90 %	6 %	14 - 19	100 %	0 %
Hämeen alue	94 %	0 %	10 - 19	100 %	0 %	20 - 29	94 %	6 %
Itäinen alue	100 %	0 %	20 - 29	100 %	0 %	30 - 39	86 %	7 %
Lounais-Suomi	94 %	6 %	30 - 40	83 %	17 %	40 - 49	80 %	10 %
Pohjoinen alue	100 %	0 %				50 - 60	100 %	0 %
Uudenmaan alue	94 %	0 %						