

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Krista Koski

Käyttäjakeskeisyys strategiadokumenteissa

Tarkastelussa kunnalliset kulttuuristrategiat

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2015

SISÄLLYS

KUVIOT	3
KUVAT	4
TAULUKOT	4
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tutkimuksen tavoite	8
1.2 Aineisto	11
1.3 Tutkimusmenetelmät	14
2 KULTTUURI KUNNAN TOIMINNASSA	18
2.1 Kulttuurin määritelmä	18
2.2 Kulttuuripalvelut kunnissa	19
2.2 Kulttuurin aluekehitys maakuntatasolla	20
3 KUNTIEN JA MAAKUNTALIITTOJEN KULTTUURISTRATEGIAT	22
3.1 Strategiansuunnittelun lähtökohtia	23
3.2 Strategiakäsitteen kehitys	24
3.3 Strategiat kuntahallinnon kontekstissa	26
3.4 Kulttuuristrategiat kuntien ja maakuntien suunnannäyttäjinä	27
3.5 Rakennemallit dokumentin sisäisen logiikan kuvaajina	28

4 KÄYTTÄJÄKESKEISYYS VIESTINNÄN TEHOSTAJANA	31
4.1 Käyttäjakeskeisyys, käytettävyys ja käyttäjälähtöisyys: yhteydet ja erot	33
4.2 Dokumenttien käytettävyys	34
4.3 Käyttäjakeskeisen suunnittelun päämääriä	35
4.4 Havaintoergonomia lukemisen mukavuuden lisäämisessä	37
4.5 Strategiaviestien esitystavat ja ymmärrettävyys	40
5 KULTTUURISTRATEGIOIDEN VIESTINTÄKONTEKSTIMALLIN MUODOSTAMINEN	42
5.1 Funktionaalinen analyysi	42
5.1.1 Kognitiivinen vaikutus	43
5.1.2 Dokumentin aihepiiri	46
5.1.3 Dokumentin kohderyhmät	46
5.1.4 Organisaation päämäärät	47
5.2 Malli kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista	48
6 KULTTUURISTRATEGIOIDEN KÄYTTÄJÄKESKEISYYSMALLIN LUOMINEN	52
6.1 Kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalli	52
6.1.1 Viestien esitystavat	53
6.1.2 Visuaalinen käytettävyys	55
6.1.3 Tekstin sisältö	56

6.2 Analyysimallin testaaminen	58
6.2.1 Aineiston kuvaus	58
6.2.2 Viestien esitystavat	60
6.2.3 Visuaalinen käytettävyys	66
6.2.4 Tekstin sisältö	71
6.2.5 Yhteenveto dokumenttien analyysista	74
6.3 Käyttäjakeskeisyysmallin arviointi	75
6.4 Yhteenveto	78
7 LOPPUPOHDINNAT	79
LÄHTEET	82
LIITTEET	
Liite 1. Kuntien kulttuuristrategiakyselyn vastaukset	87
Liite 2. Aineiston strategiadokumenttien kokonaisrakenteet	88
KUVIOT	
Kuvio 1. Tutkimuksen kulku	16
Kuvio 2. Kunnan toiminnan tasot strategisesta näkökulmasta	26
Kuvio 3. Käyttäjakeskeisen suunnitteluprosessin malli (ISO 13407)	32
Kuvio 4. Kunnallisten ja maakuntatason kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti	49
Kuvio 5. Kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalli	77

KUVAT

Kuva 1. Ydinviestien kiteyttäminen taulukkomuodossa	61
Kuva 2. Avainteemat	61
Kuva 3. Tiedon graafiset esitysmuodot	63
Kuva 4. Iskulauseet, vertauskuvat ja esimerkit	64
Kuva 5. Yhtenäisyys	67
Kuva 6. Fontit ja elementit	68
Kuva 7. Värien käyttö	69
Kuva 8. Sijoittelultaan selkeä ja yksinkertainen ulkoasu	70

TAULUKOT

Taulukko 1. Strategiakäsitteen kehitysvaiheet	25
Taulukko 2. Dokumenttien rakennemallit	30
Taulukko 3. Viestinnän vaikutuksen tyypit	45
Taulukko 4. Dokumenttiaineiston kuvaus	59
Taulukko 5. Strategiadokumenttien rakenteet	73

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Tekijä:	Krista Koski
Pro gradu -tutkielma:	Käyttäjakeskeisyys strategiadokumenteissa Tarkastelussa kunnalliset kulttuuristrategiat
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Pääaine:	Viestintätieteet
Koulutusohjelma:	Teknisen viestinnän maisterikoulutusohjelma
Valmistumisvuosi:	2015
Työn ohjaaja:	Anita Nuopponen

TIIVISTELMÄ:

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä käyttäjakeskeisyys merkitsee kulttuuristrategiadokumenteissa. Kulttuuristrategioissa määritellään suunnitelmat kulttuuritoiminnan johtamiseen ja tavoitteiden saavuttamiseen. Käyttäjakeskeisyudessa huomioidaan erityisesti tuotteen käyttäjien tarpeet ja toiveet. Tässä tutkimuksessa käyttäjiksi käsitetään muun muassa kunnan kulttuurityöntekijät ja poliittiset päättäjät.

Ensin selvitettiin kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti funktionaalisella analyysillä. Tällöin laadittiin kulttuuristrategioita, niiden taustaorganisaatioita ja käyttötarkoituksia koskevaa tietoa hyödyntäen graafinen esitys viestintäkontekstista. Viestintäkontekstin ja lähteisiin perustuvan käyttäjakeskeisyystiedon avulla luotiin kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalli. Malli sisälsi kolme teemaa: viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja valinnat tekstin sisällön suhteen.

Alustavaa käyttäjakeskeisyysmallia sovellettiin dokumenttiaineistoon, joka koostui kuntien ja maakuntien strategiadokumenteista. Osa strategioista oli itsenäisiä kulttuuristrategioista ja osa laajempia strategioita, joista huomioitiin kulttuuria koskevat osat. Analyysi nosti esiin sen, että alustavaan käyttäjakeskeisyysmalliin kuuluneiden kriteerien lisäksi kannattaa huomioida dokumentin tyyli, johon kuuluvat yhtenäiset valinnat ulkoasussa, sisällössä ja retoriikassa.

Tutkimus osoitti, että käyttäjakeskeisyysnäkökulmasta ihanteellisessa kulttuuristrategiadokumentissa käyttäjien tarpeet on tiedostettu suunnitteluvaiheessa. Dokumenttisuunnittelussa tärkeitä osa-alueita ovat tyyli, viestien esitystavat, havaintoergonomia ja tekstin sisältö. Käyttäjakeskeinen strategiadokumentti hyödyttää käyttäjää ja sitä laatinutta organisaatiota, koska käyttäjä saa siitä helposti tarvitsemansa tiedon, ja organisaatio saa tehokkaasti viestinsä perille. Vaikka tutkimuksessa keskityttiin kulttuuristrategiadokumentteihin, sopivat monet käyttäjakeskeisyysmallin kriteereistä muidenkin alojen strategiadokumentteihin.

AVAINSANAT: kulttuuristrategia, käyttäjakeskeisyys, käytettävyys, kunta

1 JOHDANTO

Strategiadokumentit esittävät organisaation strategian sisällön, minkä lisäksi niiden tehtävänä on aikaansaada toimintaa ja toimintamallien muutosta. Strategiadokumentteja tarkastellaan tässä tutkimuksissa toiminnan aikaansaajina, joita käytetään tiedollisten tarpeiden takia. Tämän näkemyksen vastakohtana voisi nähdä strategiat kerran läpiluettavina tietolähteinä, jotka laaditaan lähinnä siksi, että organisaatiolla kuuluu olla strategia, ja joiden kohtalona on vain odottaa arkistoon päätymistä.

Organisaatioiden perinteiset strategiadokumenttipohjat voivat olla käytössä hyväksi havaittuja, mutta ne eivät välttämättä edusta käyttäjakeskeisyyttä. Käyttäjakeskeisessä suunnittelussa otetaan huomioon ennen kaikkea tuotteen käyttäjät ja käyttökonteksti. Tällöin merkittävään asemaan nousee tuotteen käytettävyys, eli se, kuinka hyvin käyttäjä pystyy suorittamaan tuotteen avulla sen toiminnon, johon tuotetta on tarkoitus käyttää. Käyttäjakeskeisyys strategiadokumenttien suunnittelussa parantaa sen todennäköisyyttä, että erilaiset kohderyhmät löytävät strategiasta helposti juuri ne tiedot, jotka ovat kohderyhmälle tärkeimpiä. (Hämäläinen & Maula 2004: 69)

Strategioiden kohderyhmät ja käyttäjät eivät ole aina helposti hahmotettavissa, minkä vuoksi ne saattavat jäädä hieman epämääräiseksi strategian yleisöksi (Lehtimäki 2000: 42). Kuntien ja maakuntien strategioilla on yleensä useita erilaisia kohderyhmiä, mikä tuo haastetta dokumenttien suunnitteluun. Monet strategiadokumentit, etenkin tämän tutkimuksen kohteena olevat kunnalliset kulttuuristrategiat, ovat vapaasti luettavissa kuntien kotisivuilla. Tällaisessa tilanteessa kulttuuristrategiat ovat kaikkien kuntalaisten saatavilla. Tässä tutkimuksessa kulttuuristrategioiden loppukäyttäjiin nähdään lukeutuvan muun muassa kunnan kulttuurityöntekijät, poliittiset päättäjät ja muut alueen kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneet.

Tämän tutkimuksen taustalla vaikuttaa se, että kulttuuri nousi ajankohtaiseksi aiheeksi Pohjanmaan maakunnassa vuosina 2014–2015. Maakuntaliitto Pohjanmaan liitto julkaisi kesällä 2014 Pohjanmaan kulttuuriohjelman, joka ottaa kantaa maakunnan aluekehitykseen kulttuurin osalta. Kulttuuriohjelma esittelee kulttuurin kehittämisen tavoitteita koko maakunnan tasolla. Kulttuuriohjelman julkaisemisen jälkeen maakuntaliitto kartoitti Pohjanmaan kuntien kulttuuristrategioita, jotta kuntien kulttuuritoiminnan kehittämiseksi voitaisiin laatia toimenpide-ehdotuksia. Tämä tutkimus hyödyntää maakuntaliiton strategiakartoitusta ja lähtee tarkastelemaan mahdollisuuksia huomioida kulttuuristrategiadokumenttien laatimisessa niiden käyttäjät.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka strategiadokumenttien, ja erityisesti kulttuuristrategiadokumenttien, laatimisessa voidaan huomioida niiden käyttäjät. Tuloksena luodaan kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmalli, jonka avulla voi tarkastella sitä, kuinka hyvin strategiadokumentit tukevat niiden käyttöä. Tarkastelussa tutkimuksessani ovat erityisesti Pohjanmaan kuntien ja maakunnan sekä Etelä-Pohjanmaan maakunnan kulttuuristrategiat.

Käyttäjäkeskeisyys pohjaa alun perin tietotekniikan tarpeita varten kehitettyyn käyttäjäkeskeiseen suunnitteluun, jossa suunnittelutyötä ohjaavat ennen kaikkea tuotteen loppukäyttäjien tarpeet ja toiveet (Lamminen 2012: 30). Loppukäyttäjän voi määritellä henkilöksi, joka käyttää tietopalveluja, kuten dokumenttia, omaan tiedon tarpeeseensa (Suomen Standardisoimisliitto 2004: 71). Käytettävyys ja käyttäjäkeskeisyys suunnittelutyössä liittyivät alun perin erityisesti

ohjelmistokehitykseen (Ovaska, Aula & Marjaranta 2005: 9). Niitä voi soveltaa muillekin aloille, kuten dokumenttien suunnitteluun (Redish 1993: 18; Kimball & Hawkins 2008: 2–5; Markel 2012: 261–262). Koska käyttäjälähtöinen suunnittelu soveltuu dokumenttisuunnitteluun, on perusteltua olettaa, että sitä voidaan soveltaa myös kulttuuristrategiadokumentteihin.

Kulttuuristrategioiden kohderyhmät ovat tärkeässä asemassa tutkimuksessani, sillä käyttäjäkeskeisessä ajattelussa käyttäjien tunteminen on erittäin tärkeää. Kohderyhmä merkitsee organisaation dokumentointi- tai tietopalvelujen, kuten dokumenttien, todellisia tai mahdollisia tiedonkäyttäjiä (Suomen Standardisoimisliitto 2004: 71). Kunnallisia strategioita tutkinut Lehtimäki (2000: 42) toteaa, että kuntastrategioissa alueen ihmisistä, toimijoista ja instituutioista puhutaan usein hyvin kollektiivisella tasolla alueen kilpailukyvyn vahvistajina ja me-retoriikkaa käyttäen. Kuitenkaan muita kuin kunnan strategiatyöntekijöitä ei välttämättä oteta mukaan strategiseen suunnitteluun. Tämä vahvistaa kunnallisen strategiatyön hierarkkisuuutta, joissa yhdet suunnittelevat ja toiset ovat kohderyhmänä. (Emt. 42) Kunnallisten strategioiden kohderyhminä Lehtimäki (2000: 42, 84) näkee esimerkiksi kunnan asukkaat, kunnanvaltuutetut, yrittäjät ja muut toimijat, jotka kokevat olevansa kunnan sidosryhmiä. Nimenomaan kulttuuristrategioiden kohderyhmiin voi nähdä kuuluvan luottamushenkilöt, eli kulttuuriasioista päättävät poliitikot, kuntien palveluksessa olevat kulttuurityöntekijät, muut kulttuuritoimijat sekä kaikki kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneet (Hautamäki 2015). Viimeisenä mainittu kohderyhmä on kaikista laajin, ja voi periaatteessa tarkoittaa ketä tahansa kunnan asukasta.

Tutkimustavoite jakautuu kolmeen kysymykseen:

1. Millainen on kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti?

Viestintäkontekstin selvittäminen vastaa seuraavanlaisiin kysymyksiin: kuka on viestin lähettäjä, kuka kuuluu sen kohderyhmään, mikä on viestin päämäärä, millaista käyttötarkoitusta varten viesti on laadittu ja minkä kanavan kautta viesti välitetään. Käytän kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin selvittämisessä Lentzin & Pander Maatin funktionaalista analyysia. Aineistona funktionaalisessa analyysissa on tutkimuksen teoria-aineistoa, johon kuuluu kulttuuristrategioita koskevaa tietoa kirjallisuudesta ja tieteellisistä julkaisuista sekä sähköpostitse saatua tarkentavaa tietoa asiantuntijalta.

2. Miten käyttäjakeskeisyyden voi huomioida kulttuuristrategiadokumenteissa?

Kysymykseen vastauksen saadakseni hyödynnän erilaisia kirjallisuuslähteitä ja muita julkaisuja, jotka liittyvät strategiadokumentteihin ja käyttäjakeskeisyyteen. Kerään aineistosta käyttäjakeskeisyyden ominaisuuksia, jotka liittyvät kulttuuristrategiadokumentteihin, jotta voisin luoda teoreettisen mallin käyttäjakeskeisyydestä kulttuuristrategiadokumenteissa.

Kartoitan kulttuuristrategioiden rakenteen, ulkoasun ja sisällön käyttäjakeskeisyyteen liittyviä ominaisuuksia teknisen viestinnän näkökulmasta. Tarkastelen kulttuuristrategioita strategiadokumentteina, joita voidaan kehittää esimerkiksi luettavuuden, elementtien sijoittelun ja sisällön teemojen osalta. Teoreettinen viitekehys rajaa siis tutkimuksen teknisen viestinnän piiriin, jossa teoreettisena taustana ovat käyttäjakeskeisyys ja käytettävyys.

3. Mitkä kriteerit sopivat kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmalliin?

Tässä vaiheessa testaan alustavaan käyttäjäkeskeisyysmalliin kokoamieni kriteerien toimivuutta autenttisten strategiadokumenttien tarkastelussa. Keräämiä strategiadokumentteja liittyvät pitkälti Pohjanmaan kuntien kulttuuristrategioiden kartoitukseen, jonka perusteella on suunnitteilla tehdä myöhemmin toimenpide-ehdotuksia kuntien kulttuuritoiminnan kehittämiseen. Poikkeuksena dokumenttiaineistossa on Etelä-Pohjanmaan maakunnan kulttuuristrategia, sillä se ei ole mukana Pohjanmaata koskevassa kartoituksessa. Etelä-Pohjanmaan kulttuuristrategian valitsin mukaan tutkimukseen siksi, että saisin tutkimukseen lisää aineistoa, minkä lisäksi Etelä-Pohjanmaa on alueellisesti luonteva valinta, sillä kyseessä on Pohjanmaan naapurimaakunta.

Hyödynnän keräämiäni strategiadokumentteja ja sovellan edellisessä vaiheessa luomaani alustavaa käyttäjäkeskeisyysmallia analyysikehiköksi dokumenteille. Päämääränä on selvittää, miten mallia voisi parantaa tai täydentää ennen sen lopullisen muodon päättämistä.

1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu teoria-aineistosta ja dokumenttiaineistosta. Teoria-aineistoon kuuluu teoreettista tietoa, jota olen kerännyt kirjallisuudesta, tieteellisistä julkaisuista, väitöskirjoista ja muista sopivista julkaisuista. Niissä käsitellään strategiadokumentteja, kulttuuristrategioita, käyttäjäkeskeisyyttä ja käytettävyyttä. Teoria-aineistoon kuuluu myös sähköpostiviesti, jossa Pohjanmaan liiton kulttuuripäällikkö vastaa tarkentaviin kysymyksiin kulttuuristrategioiden käyttäjistä ja

käyttösyistä. Käyn läpi teoria-aineistoni pitkälti tutkielman teorialuvuissa (luvut 2–4). Tarkemmat kuvaukset siitä, mitä teoreettista aineistoa analyysissä käytän, esitän analyysilukujen alussa. Teoria-aineiston funktiona tutkimuksessa on mahdollistaa kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmallin luominen.

Teorialla on tässä tutkimuksessa kaksi roolia. Sen lisäksi, että se taustoittaa tutkimusaihetta ja määrittelee teoreettisen viitekehyksen, se toimii myös tutkimuksen aineistona, jota hyödynnän luodessani esityksen kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista ja käyttäjäkeskeisyyttä.

Dokumenttiaineistoon taas kuuluu kahden maakuntaliiton laatimat kulttuuristrategiadokumentit ja kuuden Pohjanmaan kunnan (Korsnäs, Kristiinankaupunki, Närpiö, Pedersöre, Pietarsaari ja Vaasa) omat kulttuuristrategiat tai muut strategiadokumentit, joihin kulttuuristrategia sisältyy. Näiden kuuden kunnan kulttuuristrategiadokumentit ovat mukana siksi, että muilla Pohjanmaan kunnilla ei ollut aineiston keräämisen aikoihin voimassa olevaa kulttuuristrategiaa tai muuta strategiaa, jossa kulttuuria käsitellään. Tutkimusaineiston rajaus on alueellinen, sillä mukana on Pohjanmaa kuntineen sekä naapurimaakunnan kulttuuristrategia.

Vuonna 2015 Pohjanmaan maakuntaan kuuluu seuraavat 15 kuntaa: Isokyrö, Kaskinen, Korsnäs, Kristiinankaupunki, Kruunupyö, Laihia, Luoto, Maalahti, Mustasaari, Närpiö, Pedersöre, Pietarsaari, Uusikaarlepyy, Vaasa ja Vöyri (Pohjanmaan liitto 2015). Osalla kunnista on oma voimassa oleva kulttuuristrategia, osalla kulttuuristrategia on osana laajemmassa kuntastrategiassa, kun taas joillain kunnilla ei ole kulttuuristrategiaa missään muodossa. Kulttuuristrategioita ovat tuottaneet kuntien kulttuuri-, sivistys- ja vapaa-ajan toimet, sillä kaikissa kunnissa ole varsinaista kulttuuritoimea. Osa Pohjanmaan kuntien kulttuuristrategioista on sähköisessä muodossa ja osa painetussa. Esittelen dokumenttiaineiston yksityiskohtaisesti luvussa 6.2.1.

Toteutin aineiston hankinnan lähettämällä kyselyn Pohjanmaan kuntien kulttuurisihteereille, -vastaaville tai muille vastaaville kuntien työntekijöille, joiden vastuulla on muiden tehtävien ohella kunnan kulttuuritoiminta. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden työnkuva ja kyselyn tulokset esitetään liitteessä 1. Kysely liittyi Pohjanmaan kunnissa suoritettavaan kulttuuristrategioiden kartoitukseen. Alun perin lähetin pyynnön sähköpostilla, ja mikäli sähköpostiin ei tullut vastausta kolmen viikon sisällä, otin yhteyttä puhelimitse. Sain vastauksen jokaiselta kyselyssä mukana olevalta kunnalta, mutta jokaisella kunnalla ei ollut omaa kulttuuristrategiaa. Keräsin vastaukset aikavälillä 9.9.2014–9.10.2014. Kyselyn tuloksena kokoon keräämäni kulttuuristrategiat tai muut strategiadokumentit on valittu tutkimukseen mukaan sillä perusteella, millaiset dokumentit vastaajien mielestä liittyivät läheisimmin kunnan kulttuuristrategiaan. Valitsin kuntien strategiadokumentit siis ennen kaikkea sen mukaan, mitä kulttuurin parissa työskentelevät vastaajat suosittelivat, ja strategiadokumentit lähetettiin minulle sähköpostitse tai postitse. Maakuntien omat kulttuuristrategiat (Pohjanmaa ja Etelä-Pohjanmaa) valitsin mukaan itsenäisesti ja latsin ne internetistä.

Kulttuuristrategioiden kartoituskysely osoitti, että 15 Pohjanmaan kunnasta kuudella oli oma kulttuuristrategia tai kulttuuria oli käsitelty jossain muussa kunnan strategiassa. Noin kolmannes vastanneista huomautti, että kulttuuristrategia on suunnitteilla tai valmistumassa, mutta sellaisella aikataululla, ettei se ehdi mukaan tutkimukseen. Lähes kaikki tutkimuksen aineistona olevat strategiat ovat vapaasti saatavilla internetissä, ainoana poikkeuksena on ”Kulturinventering & kulturplan för Korsnäs 1999”. Korsnäsin kulttuuristrategian sain käyttööni postitse painettuna dokumenttina. Kunnat, joiden strategiadokumentteja hyödynnän tutkimukseni aineistona, ovat Korsnäs, Kristiinankaupunki, Närpiö, Pedersöre, Pietarsaari ja Vaasa.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni on neljäosainen. Siihen kuuluvat kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin selvittäminen funktionaalisella analyysillä, alustavan kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin luominen, autenttisten strategiadokumenttien analyysi käyttäjakeskeisyysmallin avulla ja lopullisen käyttäjakeskeisyysmallin muodostaminen sen toimivuuden arvioinnin jälkeen. Teoreettisena viitekehysenä, joka määrittää tutkimukseni suunnan, on käyttäjakeskeisyys ja käytettävyys.

Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa selvitän kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin funktionaalisen analyysin avulla. Funktionaalinen analyysi on Lentzin & Pander Maatin kehitelemä käyttäjakeskeinen tekstianalyysityökalu, jolla voi analysoida tekstien käyttö- ja viestintäkonteksteja (Lentz & Pander Maat 2004: 387, 397). Hyödynnän viestintäkontekstin selvittämisessä kulttuuristrategioita koskevaa tietoa, jota saan kirjallisuudesta, tieteellisistä julkaisuista ja muista sopivista lähteistä. Esittelen käytettävän aineiston yksityiskohtaisesti luvussa 5.1. Teoria-aineiston funktio on tutkimuksen tässä vaiheessa mahdollistaa viestintäkontekstin selvittäminen.

Käyttäjakeskeisessä ajattelussa on erittäin tärkeää ymmärtää käyttökonteksti ja kohderyhmät, joiden selvittämisessä funktionaalinen analyysi auttaa. Funktionaalisen analyysin käyttäminen tukee siis käyttäjakeskeisyysnäkökulmaa antamalla tietoa kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin luomiseen. Funktionaalinen analyysi perustuu neljään vaiheeseen, joiden kautta tarkastellaan viestinnän päämääriä analysoitavassa tekstissä (Lentz & Pander Maat 2004: 388). Valitsin tutkimusmetodiksi tähän vaiheeseen juuri funktionaalisen analyysin siksi, että uskon sen olevan tehokas analyysityökalu viestintäkontekstin selvittämisessä. Viestinnän päämääriä analysoitaessa rakentuu toiminnallinen malli, jossa pääosissa ovat viestin lähettäjän motiivit, käyttäjät, käyttösyöt ja käyttökonteksti (emt. 388). Funktionaalisen analyysin avulla

saan tarkan vastauksen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, jonka päämääränä on kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin hahmottaminen.

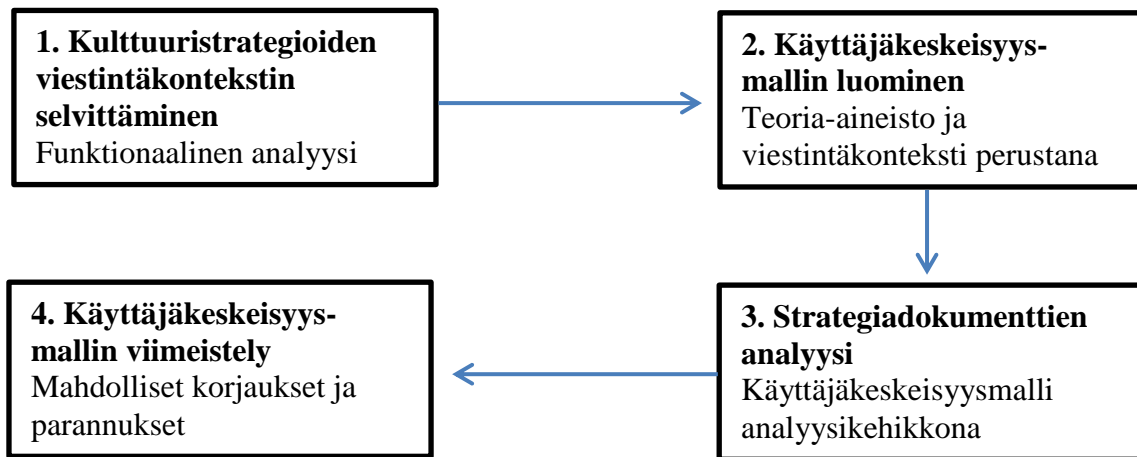
Funktionaalisen analyysin avulla voi laatia hierarkkisen verkoston, joka havainnollistaa erilaisia päämääriä ja niiden suhteita viestintäkontekstin sisällä (Lentz & Pander Maat 2004: 391) Aion luoda tutkimuksessani graafisen esityksen kuntien ja maakuntien kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista. Graafinen esitys selkeyttää erilaisten hierarkkisten tasojen ja verkottuneiden viestinnän osa-alueiden yhteyksiä tekstiä tehokkaammin. Kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin selvittäminen on tutkimukseni ensimmäinen osatavoite ennen käyttäjakeskeisyysmallin rakentamista. Viestintäkontekstia selvitetessä hahmottuu myös kulttuuristrategioiden käyttökonteksti. Käyttökontekstin avulla valitsen käyttäjakeskeisyyttä ja käytettävyyttä koskevasta teoria-aineistosta kulttuuristrategioihin liittyvät tekijät.

Toisessa vaiheessa luon kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin. Hyödynnän mallin luomisessa teoreettista tietoa, joka on peräisin kirjallisuudesta, tieteellisistä julkaisuista ja muista sopivista lähteistä, jotka koskevat strategiadokumentteja, kulttuuristrategioita, käyttäjakeskeisyyttä ja käytettävyyttä. Käyn läpi teoria-aineistoni tutkielman teorialuvuissa (luvut 2–4). Teoria-aineiston funktiona on tässä vaiheessa tuoda tietoa kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin luomiseen.

Dokumenttiaineiston avulla testaan kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin toimivuutta. Malli toimii siis menetelmällisenä kehyksenä, jota käytän strategiadokumenttien analysoimiseen. Analyysivaiheen jälkeen teen käyttäjakeskeisyysmalliin tarvittaessa muutoksia analyysin tulosten perusteella. Mikäli analyysin seurauksena paljastuu jotain parannettavaa tai muutettavaa käyttäjakeskeisyysmallissa, tuon asian esiin analyysin jälkeisessä arvioinnissa.

Kummatkin menetelmät, eli funktionaalinen analyysi ja kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin käyttö analyysikehikkona, toimivat osaltaan kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyyden merkityksen selvittämisessä. Käyttäjakeskeisessä suunnittelussa käyttäjän tarpeet huomioidaan koko prosessin keston ajan (Suojanen, Koskinen & Tuominen 2012: 15). Tässä tutkimuksessa käyttäjakeskeisyysnäkökulma painottuu siihen, miten ja miksi ihmiset käyttävät dokumentteja.

Tutkimuksessani käyttäjakeskeisyys tähtää kulttuuristrategioiden kattavan käyttäjakeskeisyysmallin luomiseen. Tutkimuksen kulku esitetään kuviossa 1. Jokaisessa tutkimusvaiheessa hyödynnetään edellisen osan tuloksia, joten tieto lisääntyy kumulatiivisesti jokaisen vaiheen myötä. Lopullinen käyttäjakeskeisyysmalli kuvastaa kaikkien tutkimuskysymysten vastauksien ja kaikkien vaiheiden tulosten summaa.



Kuvio 1. Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen rakenteen voi jakaa karkeasti kahteen osaan: teoreettisen viitekehyksen luominen ja analyysivaihe. Teoreettisen viitekehyksen muodostaminen kattaa luvut 1–4.

Kulttuuritoimea ja -toimintaa käsittelevässä luvussa (2) kartoitetaan kulttuuristrategioiden toimintaympäristöä, jossa ne laaditaan ja jossa niitä toteutetaan. Strategioiden ominaisuuksia, käyttöä, historiaa ja suunnittelua käsittelevässä luvussa (3) luodaan pohja strategiakäsitteen käytön merkitykselle tässä tutkimuksessa. Käyttäjälähtöisen suunnittelun periaatteiden luvussa (4) luodaan yleiskatsaus aiheeseen ja pohditaan alustavasti sitä, miten käyttäjälähtöistä suunnittelua voisi soveltaa kulttuuristrategiadokumentteihin.

Tutkimusvaiheen eteneminen esitetään kahdessa luvussa. Näistä ensimmäisessä (5) käytän funktionaalista analyysia kulttuuristrategioiden viestinnän päämäärien ja viestintäkontekstin hahmottamiseksi. Tämän jälkeen luon alustavan kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmallin omassa luvussaan (6), minkä jälkeen käytän mallia dokumenttiaineiston analysoimiseen. Luvun lopussa arvioin käyttäjäkeskeisyysmallin toimivuutta analyysikehikkona ja kehitän sitä analyysin tulosten perusteella.

2 KULTTUURI KUNNAN TOIMINNASSA

Tutkimukseni keskiössä ovat kunnalliset kulttuuristrategiat, minkä vuoksi on aiheellista kartoittaa kunnan toimintakenttää. Tämä palvelee kulttuuristrategioiden viestinnällisen kontekstin hahmottamista. Tutkimukseni liittyy kulttuuritoiminnan suunnitteluun paitsi kunta- myös maakuntaliittotasolla. Tarkastelenkin siksi tämän luvun loppupuolella maakuntaliittojen merkitystä aluekehityksessä, erityisesti kulttuurin osalta.

2.1 Kulttuurin määritelmä

Nisulan (2015) opetusmateriaaliksi tarkoitettun aineiston mukaan kulttuurin määritelmä ei ole aivan yksinkertainen. Arki- ja hallintokielessä kulttuurilla tarkoitetaan usein korkeakulttuuria, mutta toisaalta kulttuuri voi tarkoittaa kansakuntaa tai yhteisöä yhdistävää tekijää. (Emt. 2015) Prinz (2011) määrittelee kulttuurin merkitykselliseksi asiaksi, jonka suuri joukko samaan ryhmään kuuluvia ihmisiä jakaa. Prinz (2011) tosin toteaa, että kyseessä on liian yksipuolinen määritelmä selittämään kokonaan kulttuurikäsitteen merkityksen. Kulttuuria tarkastellaan usein antropologisesta tai humanistisesta näkökulmasta. Antropologia näkee kulttuurin ennen kaikkea yhteisön jäsenten kollektiivisesti jaetuiksi merkityksiksi, kun taas humanistisesta näkökulmasta kulttuuria tarkastellaan ihmisten saavutuksina, joilla on selkeä ero ihmisten arkielämään. Tällaisia arkielämästä erillään olevia saavutuksia ovat esimerkiksi taideteokset. (Nisula 2015) Tutkimuksessani kulttuuria tarkastellaan ennen kaikkea humanistisesta näkökulmasta. Syy näkökulman valinnalle on se, että tutkimuksessa tarkastellaan kuntien ja maakuntaliittojen kulttuuritoimintaa, joissa näkökulma kulttuuriin on pitkälti humanistinen, sillä niiden kulttuuritoiminta liittyy paljolti erilaisiin taidemuotoihin.

2.2 Kulttuuripalvelut kunnissa

Kunnan toimialalla tarkoitetaan niiden tehtävien ja asioiden kokonaisuutta, jotka kunnan on hoidettava tai otettava hoidettavaksi voimassa olevien lakien mukaan (Vataja 1982: 15). Yksi kunnan tehtävistä on se, että se kuntalain (Kuntalaki 1 §) mukaisesti pyrkii edistämään asukkaidensa hyvinvointia alueellaan (Suomen kuntaliitto 2014). Laki kuntien kulttuuritoiminnasta velvoittaa kunnan järjestämään kulttuuritoimintaa, taiteen perusopetusta ja harrastusta tukevaa opetusta taiteen eri aloilla (Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 1 §). Kulttuuritoiminnaksi on määritelty tässä yhteydessä taidepalvelujen tarjoaminen ja käyttäminen, taiteen harrastaminen ja harjoittaminen, sekä kotiseututyö ja alueen kulttuuriperintöön liittyvä toiminta (Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 2 §).

Kunnallishallinnon käsikirja ”Aakkoset kulttuuritoimeen” (Suomen kuntaliitto 2004: 9) taustoittaa, että Suomen koulutus- ja kulttuuripolitiikan yleisistä periaatteista päättää eduskunta. Opetus- ja kulttuuriministeriö valmistelee valtioneuvostolle käsiteltäväksi tulevat hallinnonalaansa liittyvät asiat. Kulttuuriministeriölle kuuluvat kulttuuri-, kirjasto-, liikunta- ja nuorisoasiat, tekijänoikeus- ja opintotukikysymykset sekä kirkolliset asiat. (Emt. 9) Kulttuuripolitiikan hallinnollisen linjan voi siis nähdä alkavan eduskunnasta ja jatkuvan kulttuuriministeriön kautta aina yksittäisten kuntien hallintoon asti.

Kuntien osa kulttuuritoiminnassa keskittyy usein erilaisten taidelaitosten ylläpitämiseen ja taideopetuksen järjestämiseen. Tätä kautta tarjotaan kuntalaisille mahdollisuuksia omatoimiseen kulttuurin harrastamiseen. Kuntien kulttuuripalvelut voi jaotella neljään osa-alueeseen: kirjasto- ja tietopalvelut, lasten ja nuorten sekä aikuisten taidekasvatus ja -harrastusmahdollisuudet, ammatilliset kulttuuri- ja taidelaitokset sekä yleinen

kulttuuritoimi. Yleisen kulttuuritoimen tehtävänä on tukea kunnassa toimivia kolmannen sektorin kulttuuritoimijoita. (Suomen kuntaliitto 2004: 64)

Kuntien kulttuuristrategioissa kunnan kulttuuritoimintaan kuuluviksi osa-alueiksi on käsitetty usein kunnan omien kulttuurilaitosten toiminta. Tämä ei ole kuitenkaan ainoa mahdollinen tapa tarkastella kunnan kulttuuritoimintaa, vaan kulttuuritoiminnan voi nähdä laajemmastakin perspektiivistä. (Lindkvist & Månsson 2008: 25) Valinnat, joita strategiaa varten tehdään, kuvastavat sitä mielikuvaa, joka strategian laatijoilla on kulttuurin tilasta ja merkityksestä alueella (emt. 29). Strategioiden käyttäjillä saattaa olla myös omanlaisiaan odotuksia siitä, mitä kulttuuristrategioissa on todennäköisesti nähty kunnan tai maakunnan kulttuuritoimintaan kuuluvaksi.

2.2 Kulttuurin aluekehitys maakuntatasolla

Tutkimukseni dokumenttiaineistossa on mukana kaksi maakuntaliiton laatimaa kulttuuristrategiaa, joten maakuntaliitto edustaa tutkimuksessa vaihtoehtoista taustaorganisaatiota kulttuuristrategialle kunnan sijaan. Tutkielman otsikossa käytetään käsitettä *kunnallinen*, jolla viitataan sekä kuntien että maakuntaliittojen kulttuuristrategioihin. Perusteena tälle on se, että maakuntaliitot ovat kuntien muodostamia liittoja (Suomen kuntaliitto 2015a), joten maakuntaliittojen kulttuuristrategiat koskevat maakuntaan kuuluvia kuntia. Maakuntaliiton kulttuuristrategia linjaa alueen yhteisiä kulttuurin kehittämistarpeita. Mikäli kunnalla ei ole omaa kulttuuristrategiaa, se voi nojautua maakuntaliiton kulttuuristrategiaan. (Hautamäki 2015)

Maakuntaliitto on kuntayhtymä, jonka perusteena on maakunnallinen rajaus. Kuntayhtymät ovat itsenäisiä julkisoikeudellisia yhteisöjä, joihin sovelletaan kuntia koskevaa lainsäädäntöä. Kunnat usein ulkoistavat kuntayhtymille joitain omia palveluitaan, koska niiden tuottaminen yhteistyössä muiden lähiseudun kuntien kanssa voi olla taloudellisesti kannattavampaa kuin niiden tuottaminen yksin. (Suomen kuntaliitto 2015a)

Maakuntaliitot ovat lakisääteisiä alueensa edunvalvojia, ja jokaisen alueen kunnan on oltava jäsenenä maakuntaliitossa. Liittojen kaksi lakisääteistä perustehtävää ovat alueiden kehittäminen ja maakuntakaavoitus. Maakuntaliittojen tehtävänä on myös valvoa alueensa kulttuuria ja perinteitä. Tehtävän suorittamisen tukemiseksi maakuntaliitot verkostoituvat alueensa kulttuurialan edustajien ja toimijoiden kanssa. Päämääränä yhteistyössä kulttuuria ja perinteitä edustavien tahojen kanssa on edistää alueen henkistä ja taloudellista kehitystä. (Suomen kuntaliitto 2015b)

3 KUNTIEN JA MAAKUNTALIITTOJEN KULTTUURISTRATEGIAT

Käsittelen tässä luvussa strategiaa käsitteenä, sen merkitystä ja kehitystä sekä strategiasuunnittelua ja kulttuuristrategioita. Strategioiden tekstilajityypin ymmärtäminen auttaa sen hahmottamisessa, millaisia piirteitä kannattaa huomioida strategioiden käyttäjäkeskeisyydessä. Strategioiden ominaispiirteiden kartoittaminen auttaa niiden käyttökontekstin hahmottamisessa.

Strategioita voidaan tarkastella abstrakteina suunnitelmina tai dokumentteina, joihin suunnitelmat on kirjattu ylös. Voidaan siis puhua strategisesta suunnittelusta toimintana tai strategiasta dokumenttina, joka on valmiin suunnittelutyön tulos (Hämäläinen & Maula 2004: 24–26). Tässä tutkimuksessa strategioita tarkastellaan kirjoitettuina dokumentteina. Strategiadokumenttien sisältöä, eli strategiaa suunnitelmana, ei kuitenkaan suljeta pois, sillä dokumentti ja strategia muodostavat kokonaisuuden, jossa kumpikin osa-alue vaikuttaa toisiinsa (emt. 66, 68). Strategiassa voidaan nähdä siis erikseen varsinainen toimintasuunnitelma ja sen esittäminen viestinnän keinoin. Viestinnän keinojen valitseminen on oleellisessa asemassa kohderyhmien tavoittamisessa ja palvelemisessa. (Emt. 68–69)

Strategian tutkimus sivuaa monia tieteenaloja, se sisältää monia teorioita ja koulukuntia. Strategiakeskustelussa on jonkin verran hajanaisuutta, mikä johtunee strategian luonteesta, sillä strategiaa voi lähestyä monella eri tavalla, eikä sen määrittelemine ole aivan yksinkertainen asia. Yksi tapa määritellä strategia on se, että strategia kuvaa organisaation suunnitelmaa saavuttaa visionsa samalla missiotaan toteuttaen. Visio tarkoittaa organisaation haluttua tulevaisuuden tilaa, ja mission voi määritellä organisaation olemassaolon tarkoitukseksi. (Hämäläinen & Maula 2004: 14–16) Pelkistäen strategiaa voi luonnehtia suunnitelmaksi, jonka avulla saavutetaan haluttu päämäärä.

3.1 Strategiansuunnittelun lähtökohtia

Mintzberg Ahlstrand ja Lampel (1998: 9) näkevät strategialla olevan viisi erilaista merkitystä, joista mikään yksin ei riitä selittämään strategian kaikkia ominaisuuksia. Strategia on ensinnäkin suunnitelma, joka ohjaa toiminnan suuntaa ja auttaa organisaatiota pääsemään tavoitteeseensa. Toinen tapa nähdä strategia on kuvio, jonka havaitaan toistuvan johdonmukaisena organisaation toiminnassa. Kolmanneksi strategia on positio eli organisaation asema toimintaympäristössään. Neljäs mahdollinen määritelmä on näkökulma, josta yritystä ja sen toimintaympäristöä tarkastellaan. Viides tulkinta strategiasta on juoni, jolla organisaatio voi parantaa omia kilpailuasetelmiaan olemalla kilpailijoiden edellä tai johtamalla niitä harhaan. (Emt. 9–15) Tutkimuksessani strategiaa tarkastellaan ennen kaikkea ensimmäisen määritelmän mukaisena eli suunnitelmana, joka ohjaa organisaation toiminnan suuntaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Muita osa-alueita ei voi kuitenkaan sulkea täysin pois, sillä ilman niitä strategian määritelmä jäisi yksipuoliseksi.

Mintzberg ym. (1998: 9–15) määrittelevät toimivaan strategiaan kuuluvan seuraavanlaisia ominaisuuksia: selkeä päämäärä, suunnitelmassa pysyminen, olennaisimpiin asioihin keskittyminen, joustavuus, sitoutuneisuus kumppaneihin sekä yllätyksellisyyden ja turvallisuuden tasapaino. Jokainen organisaatio on kuitenkin ainutlaatuinen, joten on mahdotonta esittää yhtä ylivertaista toimintamallia organisaation toiminnan strategiseen suunnitteluun (emt. 60).

Strategiasuunnittelun lähtökohdat voi jakaa karkeasti kahteen perustyyppiin: *rationaalinen strategia* ja *kehkeytyvä strategia*. Rationaalisessa strategiassa on kyse siitä, että johto suunnittelee strategian ja henkilöstö toteuttaa sen. Rationaalinen strategia on kirjoitettua tekstiä, joka perustuu sen laatijoiden asiantuntemukseen. Mikäli

organisaation toimintaympäristö muuttuu, joudutaan strategiaa muuttamaan. Strategia pystytään jakamaan selkeästi ajallisesti kahteen osaan, eli suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen. Kehkeytyvässä strategiamallissa strategian nähdään syntyvän vasta strategiasuunnitelman toteuttamisessa, eli itse työssä. Kehkeytyvä strategia perustuu kokemuksiin ja siihen, että toimijat rakentavat organisaatiolle yhteistä kuvaa sen visiosta ja missiosta. Kehkeytyvän strategian mallissa strategia voi syntyä hyvinkin ristiriitaisista strategisista tavoitteista ja strategiassa tehdyt valinnat riippuvat strategiasuunnittelusta vastaavien intresseistä. (Pesonen 2005: 11–12) Tutkimuksessani strategioita tarkastellaan ennen kaikkea rationaalisesta näkökulmasta, mikä johtuu pitkälti siitä, että tutkimukseni koskee kirjoitettuja kulttuuristrategiadokumentteja, jotka on jo julkaistu, eivätkä ne enää jatka kehkeytymistään. Pesonen (2005: 11) toteaa kuitenkin, että strategioiden määrittelemisen joko rationaalisiksi tai kehkeytyviksi ei aina onnistu, sillä usein strategiasuunnittelussa vaikuttaa kumpikin näkökanta.

3.2 Strategiakäsitteen kehitys

Strategiakäsitteen juuret ovat sodankäynnissä, kreikankielinen sana ”strategos” tarkoitti antiikin aikaan sodankäynnin taitoa (Mustonen 2009: 15). Sodankäynnissä strategian tehtävänä oli vähentää joukkojen hajaannusta taistelukentällä, auttaa asemien ylläpitämisessä ja tähdätä taistelun voittoon. Strategian voi käsittää kuvainnollisesti sotasuunnitelmaksi, jonka avulla organisaatio voi saavuttaa visionsa missionsa pohjalta. Vasta myöhemmin strategiakäsite on yhdistetty liiketalouteen. (Pesonen 2005: 4) Strategiakäsitteen merkitys liiketoiminnan kentässä voidaan jakaa seitsemään kehitysvaiheeseen (Horwarth 2006: 1), jotka esitetään taulukossa 1.

Taulukko 1. Strategiakäsitteen kehitysvaiheet (Horwarth 2006: 1–5)
[Kääntänyt K.K.]

Vaiheen nimi	Kuvaus
Budjettisuunnittelu	Sai alkunsa 1950-luvulla. Perustui talousbudjettien suunnitteluun, kontrolliin ja tavoitteiden asettamiseen edellisten perusteella.
Korporatiivinen suunnittelu	1960-luvulla alkanut strategiasuunnittelun läpimurtovaihe. Strategian nähtiin koostuvan toiminnan pitkäaikaisuunnitelmasta ja sen saavuttamisen tueksi laadituista toimista.
Konsernistrategia	1960-luvun lopulla alkanut kehitysvaihe, joka toi yrityksiin kasvu/markkinaosuus -matriisin ja portfolio-ajattelun.
Kilpailija-analyysi	1970-luvun lopussa alkanut vaihe perustui viiden kilpailuvoiman luomiseen. Niiden avulla voidaan asemoida yrityksen suhteellinen kilpailuasema markkinoilla.
Kilpailuetu	1980-luvun lopulla alkaneessa vaiheessa alettiin tutkia yrityksen sisäistä rakennetta mikroekonomian näkökulmansa. Samalla alettiin kiinnittää enemmän huomiota yrityksen toiminnan tehokkuutta lisääviin tekijöihin.
Strategiset innovaatiot	1990-luvulla informaatioteknologian kehittymisen myötä yritysten piti tehdä uudenlaisia innovaatioita markkinoilla pysyäkseen. Strategia-ajatteluun vaikutti tasapainotettu tulokortti-mittaristo, jonka mukaan toiminnan kehittämisessä tulee huomioida strategia, tavoitteet ja yritys organisaationa.
Strateginen ajattelu	2000-luvun alusta lähtien strateginen ajattelu on tähdännyt suunnittelun yksinkertaistamiseen ja strategiseen erilaistumiseen.

Jokaiseen kehitysvaiheeseen liittyy uudenlainen oivallus strategian merkityksestä liiketoiminnan johtamisessa. Uudet strategiakäsitykset ovat syntyneet strategian tutkimukseen liittyvän uuden näkökulman omaksumisesta tai jonkin uuden, tiedeyhteisön ulkopuolisen ympäristötekijän vaikutuksesta. (Horwarth 2006: 1–2) Myöhemmin strategia-ajattelua on alettu käyttää muillakin aloilla kuin liiketoiminnassa. Strategia-ajattelua on käytetty yksityisen sektorin lisäksi kunnissa (Pesonen 2005: 4), joten strategia-ajattelu sopii myös kunnalliseen johtamiseen.

3.3 Strategiat kuntahallinnon kontekstissa

Kunnalliset strategiat ovat erilaisia kuin talouselämän strategiat, koska niiden ei tarvitse kilpailla naapurikuntia vastaan tai harhauttaa muita kuntia menestyäkseen, vaan suhde lähikuntiin, eli periaatteessa kilpailijoihin, merkitsee kuntaliitoksia tai seutuyhteistyötä (Pesonen 2005: 13). Kuntien strategisen toiminnan tarkastelussa tulee huomioida myös se, että kunnat käyttävät poliittista valtaa (Grove Ditlevsen & Kastberg 2007: 13). Kunnissa strategiat ovat pitkän tähtäimen toimintasuunnitelmia, joissa budjetilla on merkittävä rooli. (Pesonen 2005: 13)



Kuvio 2. Kunnan toiminnan tasot strategisesta näkökulmasta (Grove Ditlevsen & Kastberg 2007: 15) [Kääntänyt K.K.]

Kuvio 2 esittää kunnan toiminnan erilaisia tasoja ja niille tyypillisiä toiminnan muotoja. Kuntien eri toimintayksiköiden strategiat, kuten kulttuuristrategiat, toimivat ikään kuin välittäjinä kunnan kokonaisstrategian ja kunnan toimintayksiköiden operatiivisen toiminnan välillä (Grove Ditlevsen & Kastberg 2007: 13). Tätä välittävää tasoa

kutsutaan taktiseksi tasoksi (emt. 13). Strategioita tutkinut Strandman (2009: 55) näkee ylimmän johdon roolin strategiaviestinnässä toimeenpanijana ja ensisijaisena sisällön tuntijana. Kulttuuristrategiat toimivat siis taktisen vallan välineinä, joilla ohjataan kulttuuritoimen operatiivista toimintaa. Keskijohdon tehtäväksi strategiatyössä muodostuu strategian täytäntöönpano ja tulkitseminen (emt. 55). Lähijohdon osaksi Strandman (2009: 55) tulkitsee usein jäävän joko strategian hyväksymisen tai sen epäilemisen.

3.4 Kulttuuristrategiat kuntien ja maakuntien suunnannäyttäjinä

Kulttuuristrategiassa määritellään kehittämisen päämäärät lähivuosiksi kunnan, muun hallinnollisen alueen tai muun organisaation kulttuuritoiminnalle. Strategioiden avulla organisaatio tunnistaa toimintaansa kohdistuvat muutospaineet ja sovittaa ne yhteen tavoitteidensa kanssa. (Suomen kuntaliitto 2004: 16) Kulttuuristrategioissa voi olla suuria eroja kuntien välillä, sillä kunnat laativat kulttuuristrategiat omista lähtökohdistaan. Pienellä maalaiskunnalla on käytössään aivan erilaiset resurssit kuin vaikka Suomen suurimmilla kaupungeilla. Visio, arvot ja toiminta-ajatus yhdessä pidemmän aikavälin tavoitteiden ja seuraavan vuoden tulostavoitteiden kanssa kuvaavat sitä, millaiseksi kulttuuripalvelut kuntien kulttuuritoiminnassa halutaan kehittää (emt. 17).

Kulttuuristrategia liittyy usein kunnan kokonaisstrategiaan ja se on tyypillisesti yhteydessä kunnan opetus- tai sivistystoimen strategiaan. Osa-alueita oppimiseen ja kulttuuriin liittyvissä strategioissa ovat esimerkiksi kansalaisopisto, kirjasto-, kulttuuri-, nuoriso- ja liikuntapalvelut. Sen lisäksi, että kulttuuristrategiassa pohditaan kunnan oman toiminnan ohjausta, on kulttuuristrategiassa syytä ottaa huomioon myös mahdollisuudet tehdä yhteistyötä muiden paikallisten kulttuuritoimijoiden kanssa.

(Suomen kuntaliitto 2004: 16) Strategian tavoitteet liittyvät toimintaympäristössä nouseviin paikallisiin palvelutarpeisiin, joihin vaikuttavat sellaiset seikat kuin toimintaympäristön taajama-aste, elinkeino- ja ikärakenne (emt. 17).

Maakuntaliitto toimii alueensa kulttuuritoiminnan kehittäjänä ja edunvalvojana. Maakuntaliiton laatima strategia koskee kaikkia maakuntaliittoon kuuluvia kuntia. Kunnalliseen kulttuuristrategiaan verrattuna maakunnallisen kulttuuristrategian sisältö on usein laaja-alaisempi ja vähemmän yksityiskohtainen, sillä sen kattama toiminta-alue on laajempi ja monimuotoisempi. Esimerkiksi Pohjanmaan maakuntastrategiassa esitetään useita toimenpiteitä Pohjanmaan kulttuuritoiminnan kehittämiseksi, ja näistä tärkeimpien joukossa ovat kulttuuriperinnön vaaliminen sekä kulttuurielämän merkityksen tiedostaminen ihmisten hyvinvoinnin ylläpitäjänä (Pohjanmaan liitto 2014: 35, 43). Maakuntastrategioiden lisäksi maakuntaliitot laativat erilaisia asiakokonaisuuksia koskevia strategioita, kuten maakunnallisia kulttuuristrategioita, jotka ovat linjaltaan yhteneväisiä maakuntastrategian kanssa.

3.5 Rakennemallit dokumentin sisäisen logiikan kuvaajina

Dokumentin rakenne vaikuttaa siihen, millä tavalla lukijat vastaanottavat tietoa. Rakenne kertoo lukijalle siitä, mitkä asiat kuuluvat yhteen ja millaisella logiikalla aiheet liittyvät toisiinsa. (Walla 2004: 34–35) Dokumentin rakenne liittyy siihen, missä järjestyksessä ja millaisissa luvuissa tietoa käsitellään (Markel 2012: 153–154). Suomen kuntaliitto (2004: 17) on laatinut listan luvuista, joita kulttuuristrategioihin voidaan sisällyttää:

1. Toiminnan tarkoitus
2. Arvopohja ja tärkeimmät arvot
3. Konkreettinen visio ja paikalliset tavoitteet
4. Opetus- ja kulttuuripalvelujen rakenteet, toimintaedellytykset ja hallinto
5. Opetuksen ja kulttuurin resurssit
6. Laadun määrittelyt
7. Seuranta ja arviointi

Suomen kuntaliiton esittämät kulttuuristrategioihin sopivat muodostavat yhden mahdollisen rakenteen mallin kulttuuristrategialle. Strategiadokumentin rakenne koostuu yleensä erilaisista luvuista, joilla on oma funktionsa strategiasta viestimisessä. Suomen kuntaliiton listaamat luvut ovat suosituksia ja suuntaa-antavia, mutta niiden avulla voidaan hahmottaa sitä, millaista tietoa kulttuuristrategiadokumentit voisivat esimerkiksi sisältää. Strategiadokumentissa olevien lukujen tyypit voi nähdä erilaisina strategiaviestinnän osa-alueiden edustajina. Niiden järjestys vaikuttaa siihen, millä tavalla lukija tiedon todennäköisimmin omaksuu (Markel 2012: 154–155). Markel (2012: 155–156) esittää kahdeksan erilaista dokumentin rakennemallia, joita voi hyödyntää dokumenttien suunnittelussa, ja esitän ne taulukossa 2.

Dokumenttien rakennetyypit perustuvat siihen, millaisten argumenttien kautta tieto halutaan esittää (Markel 2012: 156). Markelin rakennemalleja voi käyttää dokumenttien suunnittelussa ja niiden kautta voi tarkastella julkaistuissa dokumenteissa käytettyjä rakenteita. Käytänkin rakennemalleja tässä tutkimuksessa strategiadokumenttien tarkastelussa, sillä niiden avulla voi hahmottaa dokumenttien rakenteiden logiikkaa ja sitä kautta valintoja, joita niiden suunnittelussa on tehty. Dokumenttien tarkastelussa rakennemallien suhteen tulee ottaa huomioon se, etteivät dokumentit edusta aina puhtaasti tiettyä rakennemallia, vaan niissä on saatettu käyttää sekaisin erilaisia malleja tai rakennetta, joka on aivan erilainen kuin Markelin esittämät rakennemallit.

Taulukko 2. Dokumenttien rakennemallit (Markel 2012: 155–156) [Kääntänyt K.K.]

Tyyppi	Käyttötapa	Esimerkki käytöstä
Kronologinen , aikaan ja tapahtumien kulkuun liittyvä kuvaustapa	Tapahtumien järjestyksen kuvaaminen	Prosessin kuvaus käyttöohjeissa
Spatiaalinen Fyysiseen sijaintiin liittyvä kuvaus	Suuntaan perustuva eteneminen (esim. idästä länteen, ylhäältä alas)	Paikkojen tai rakennusten merkityksen kuvaaminen valitussa järjestyksessä
Yleisestä yksityiskohtaiseen Ensimmäinen yleisluontoisin tieto, sitten yksityiskohdat	Monimutkaisten tilanteiden selittäminen, kuten ongelma ja siihen johtaneet tekijät	Käyttöohjeissa voidaan esittää ensin perustiedot ja myöhemmin käyttö yksityiskohtaisemmin.
Tärkeämmästä vähemmän tärkeään Tärkein tieto ensin	Kun esitettävät asiat halutaan arvottaa jonkin päämäärän takia	Markkinointisuunnitelma, jossa ensimmäisenä segmentti ja kilpailuedut, lopussa hinnoittelu
Vertailu Tekijöiden vertaaminen yhteen aiheeseen tai toisiinsa	Yhtäläisyyksien ja erojen esittäminen yhden tai useamman tekijän välillä	Yritysten vahvuuksien ja heikkouksien esittäminen
Luokittelu ja erottelu Asioiden liittäminen kategorioihin tai yhden asian jakaminen osatekijöihinsä	Asioiden asettaminen loogisiin kategorioihin tai sen osoittaminen, mistä yksittäinen asia koostuu	Tuotteiden lajittelu erilaisiin tyypeihin (esim. diesel- ja bensiinimoottorit) tai yksittäisen tuotteen tärkeimpien osien ja ominaisuuksien kuvaus (esim. moottori)
Ongelma-metodi-ratkaisu Ratkaisukeskeinen kuvaustapa ongelmiin	Menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden kuvaaminen ongelmien, korjaustoimenpiteiden ja ratkaisujen perusteella.	Selvitys siitä, miten organisaatio aikoo toimia nykyisten ongelmien ratkaisemiseksi ja miten tämä vaikuttaa tulevaisuuteen.
Kausaalinen Syiden ja seurausten tai seurauksia edeltäneiden syiden kuvaaminen	Tilanteeseen johtaneiden syiden kuvaus tai tilanteen kuvaus niihin johtaneiden syiden kautta	Toiminnan tehostumiseen johtaneiden syiden kuvaus tai sellaisten tekijöiden kuvaus, joiden uskotaan johtavan toiminnan tehostamiseen

4 KÄYTTÄJÄKESKEISYYS VIESTINNÄN TEHOSTAJANA

Tässä luvussa käsittelen käyttäjakeskeisyyttä ja käytettävyyttä, jotka kuuluvat tutkimukseni teoreettiseen viitekehykseen. Käyn läpi käyttäjakeskeisyyden ja käytettävyyden periaatteita, jotta voisin myöhemmin muodostaa niistä kriteerejä, joilla kulttuuristrategiadokumenttien käyttäjakeskeisyyttä voisi tarkastella. Esitän tämän luvun alaluvuissa 4.2–4.5 tietoa, jota aion hyödyntää käyttäjakeskeisyysmallin luomisessa 6. luvun alaluvussa 6.1. Ilmoitan alaluvussa lähdeviitteiden avulla sen, mitä tietoa olen käyttänyt mallin rakentamisessa.

Käyttäjakeskeisessä suunnittelussa keskitytään ensisijaisesti käyttäjien näkökulmaan ja tarpeisiin. Suunnittelutapa on luotu alun perin ohjelmistokehitystyötä varten (Ovaska, Aula & Marjaranta 2005: 9). Kun suunnittelu on käyttäjakeskeistä, ei sen pääohjaajana ole siis esimerkiksi kustannustehokkuus tai organisaation totut ajattelu- ja toimintatavat. Käyttäjakeskeisen suunnittelun perussääntö on, että käyttäjä tulisi tuntea. Käyttäjän tuntemiseen pyrkiminen kuitenkin asettaa suunnittelutyölle omat haasteensa. (emt. 2) Käyttäjakeskeisessä suunnittelutyössä kohteina ovat enimmäkseen olleet erilaiset ohjelmistot ja interaktiiviset käyttöliittymät, joten sen periaatteet ja teoreettiset mallit ovat muotoutuneet näiden tuotteiden käyttökontekstien pohjalta. Kuvio 3. kuvaa tyypillistä käyttäjakeskeistä suunnitteluprosessia ohjelmistosuunnittelussa. Tutkimukseni ei mukaile mallia täysin, sillä konteksti ja päämäärät ovat erilaiset kuin ohjelmistosuunnittelutyössä, mutta kuvio antaa esimerkin siitä, millaista käyttäjakeskeinen suunnittelutyö voi käytännössä olla. Valitsin käyttäjälähtöisen näkökulman tutkimukseeni, koska vastaavanlaista käyttäjien näkökulmaa korostavaa ajattelua voi käyttää kuitenkin myös muiden alojen suunnittelu- ja kehitystyössä, kuten markkinoinnissa, kääntämisessä (Suojanen, Koskinen & Tuominen 2012: 24) ja dokumenttien suunnittelussa (Kimball & Hawkins 2008: 2–5, Markel 2012: 261–262).



Kuvio 3. Käyttäjakeskeisen suunnitteluprosessin malli (ISO 13407) (Ovaska, Aula & Marjaranta 2005: 9)

Tarkastelen käyttäjakeskeisyyden periaatteita tässä tutkimuksessa julkaistujen strategiadokumenttien näkökulmasta. Alun perin interaktiivisia käyttöliittymiä varten luodut käyttäjakeskeisyyden periaatteet eivät ole kaikki sellaisinaan sovellettavissa julkaistuihin tekstidokumentteihin, joten otan tutkimuksessani huomioon ne käyttäjakeskeisyyden kriteerit, jotka ovat sovellettavissa staattisiin tekstidokumentteihin.

4.1 Käyttäjakeskeisyys, käytettävyys ja käyttäjälähtöisyys: yhteydet ja erot

Käyttäjakeskeisyyden lähikäsitteitä ovat käytettävyys ja käyttäjälähtöisyys. Joissain lähdeoteoksissa ja -artikkeleissa on käytetty termejä jopa synonyymeina tai ainakin niin, ettei niiden merkitysten eroja ole selvennetty. Käytän tässä tutkimuksessa termiä *käyttäjakeskeisyys*, koska käyttämieni lähteiden perusteella sillä viitataan käyttäjän huomioimiseen suunnittelussa, kun taas käytettävyys liittyy läheisimmin erilaisten koneiden käyttöön ja käyttäjälähtöisyydessä käyttäjät osallistuvat suunnitteluun. Käsitteiden sisällössä on paljon yhteistä, mutta niiden keskinäisten erojen hahmottaminen kirkastaa kunkin käsitteen merkityksen.

Käytettävyys (*usability*) määritellään usein mitattavissa olevaksi ominaisuudeksi, jolla arvioidaan jonkin tuotteen tai järjestelmän käyttäjäkokemuksen miellyttävyyttä (Reiss 2012: XVII–XVIII, 63). Käytettävyys kuvastaa sitä, kuinka hyvin käyttäjä pystyy tuotteen avulla suorittamaan asian, johon tuotetta käyttää (Reiss 2012: XVII). Käytettävyys antaa pohjan käyttäjakeskeiselle ja -lähtöiselle suunnittelulle, sillä kahden edellä mainitun päämääränä on mahdollisimman hyvä käytettävyys (Lamminen 2012: 60–61).

Käyttäjakeskeinen suunnittelu (*user-centered design*) keskittyy ennen kaikkea tuotteen loppukäyttäjän tarpeiden huomioimiseen (Lamminen 2012: 30). Käyttökonteksti on tärkeässä asemassa käyttäjakeskeisessä suunnittelussa. Kun käyttökonteksti tiedetään, on mahdollista hyödyntää psykologista tietämystä käyttäjäystävällisyydestä kyseisessä kontekstissa. (Emt. 68, 86–87) Sen sijaan, että käyttäjien oletettaisiin oppivan käyttöjärjestelmän käyttämistä, pyritään käyttöjärjestelmä sopeuttamaan käyttäjien kykyihin ja ajatusmaailmaan mahdollisimman hyvin sopivaksi (Emt. 30).

Käyttäjälähtöinen suunnittelu (*user experience design, UXD*) perustuu siihen, että käyttäjät otetaan mukaan suunnitteluprosessiin. Käyttäjälähtöiseen suunnitteluprosessiin voi kuulua esimerkiksi tuotteen tulevien käyttäjien haastatteluja ja käytettävyydestaustuksia. (Lamminen 2012: 31–32) Käytettävyydetutkimuksen tarjoaman tiedon lisäksi tässä suunnittelutavassa otetaan huomioon käyttäjän koko kokemus, johon kuuluvat kaikkien aistien vastaanottama tieto ja käyttöympäristö (Kamppuri 2011: 21).

Olen valinnut tutkimukseni lähestymistavaksi käyttäjakeskeisen suunnittelun, koska käyttäjakeskeisyys on sopiva lähestymistapa julkaistujen strategiadokumenttien tarkasteluun. Tämä perustuu siihen, että käyttäjakeskeisyys pohjaa tuotteen käytettävyyttä ja käyttökontekstia koskevaan tietoon. (Lamminen 2012 68, 86–87) Sen sijaan esimerkiksi käytettävyydestit, jotka ovat tyypillisiä käyttäjälähtöisessä suunnittelussa, on suunniteltu ennen kaikkea interaktiivisten käyttöliittymien testaamiseen, minkä vuoksi niillä ei välttämättä ole paljon annettavaa strategiadokumenttien käytettävyyteen.

4.2 Dokumenttien käytettävyys

Valtionvarainministeriön (2008) Valtionhallinnon tietoturvasanasto -julkaisu määrittelee dokumentin seuraavaan tapaan: ”ihmisen käsiteltäväksi tarkoitettu yhdeksi kokonaisuudeksi koottu tietojoukko, joka voi olla tekstiä, taulukoita, paperia, ääntä, kuvaa”. Dokumentit sisältävät tekstimuotoista dataa, johon kuuluvat merkit, symbolit, sanat sekä taulukot ja muunlaiset datan järjestelyt. Erilaisten datan järjestelyjen tarkoituksena on välittää merkitys, jonka tulkinta riippuu lukijan tietämyksen määrästä. (Suomen Standardisoimisliitto 2004: 12) Tekstimuotoinen data jäsentyy dokumentissa loogisesti, jotta tekstin lukijalle pystyttäisiin välittämään haluttu tieto. Tietoa käytetään tietämyksen lisäämiseksi viestintäprosessissa. (Emt. 9) Dokumentin säilyttämiseen on

oikeudellinen peruste tai se laaditaan oman toiminnan harjoittamisen tueksi (emt. 18). Dokumentit sisältävät siis tekstimuotoisena datana esitettyä tietoa, jonka tarkoituksena on välittää lukijalle tietty viesti. Tiedon välittäminen ei kuitenkaan ole strategian ainoa tai lopullinen päämäärä, sillä lukijat hankkivat tietoa usein jotain tiettyä käyttötarkoitusta varten ja tiedon välittämisen kautta dokumentti tukee käyttäjän toimintaa (Redish 1993: 19; Kimball & Hawkins 2008: 12).

Dokumentti voidaan julkaista painetussa muodossa tai elektronisesti. Käyttötilanne on erilainen eri julkaisumuodoissa. (Kimball & Hawkins 2008: 85–86). Painettu dokumentti voi olla muun muassa kirjan, monistepinon tai vihkon muodossa, kun taas elektronista dokumenttia voi lukea esimerkiksi pöytäkoneen, kannettavan tietokoneen tai mobiililaitteen näytöltä. Käyttötilanne vaikuttaa siihen, millaisia asioita on oleellista huomioida käytettävyyden kannalta. (Emt. 85–86) Keskityn tässä tutkimuksessa kuitenkin ennen kaikkea siihen, dokumenttien rakenteeseen, sisältöön ja ulkoasuun eli siihen, miten dokumenteissa käytetään tekstimuotoista dataa. Tarkastelen käytettävyyttä siis ennen kaikkea dokumentin sisällön osalta, jolloin dokumentin erilaiset julkaisumuodot ja niiden sopivuus erilaisiin laitteisiin jää huomioimatta.

4.3 Käyttäjäkeskeisen suunnittelun päämääriä

Kuten olen edellä esittänyt, käytettävyys ja käyttäjäkeskeinen suunnittelu liittyvät vahvasti tietotekniikkaan, mutta teoreettista taustaa voi soveltaen käyttää muunkinlaisten tuotteiden ja kohteiden arviointiin. Esimerkiksi Reiss (2012: 3–5) korostaa, että käytettävyyden periaatteita voi soveltaa mihin tahansa tuotteeseen, jolla on jokin funktio minkä tahansa tehtävän suorittamisessa. Tehtävä, jonka ihminen suorittaa tekstidokumentin avulla, on lukeminen ja lukemisen päämääränä on tiedon

saaminen. Tietoa harvemmin hankitaan vain tiedon itsensä takia, vaan käyttäjien motiivina tiedon hankkimiseen on useimmiten se, että he haluavat tehdä tiedolla jotain (Redish 1993: 19; Kimball & Hawkins 2008: 12). Kun kyseessä on kunnallinen kulttuuristrategiadokumentti, tiedon hankkiminen liittyy alueen kulttuuristrategiaan. Käyttötarkoitus voi olla esimerkiksi työssä tarvittava ja käytettävä tieto kulttuuristrategiasta. Tämä perustuu siihen, että kulttuuristrategioiden käyttäjäryhmiin kuuluu muun muassa työssään kulttuuria käsitteleviä toimijoita (Hautamäki 2015). Työssä tarvittava tieto liittyy todennäköisesti johonkin toimintaan, kuten työtehtävien hoitamiseen tai päätöksentekoon. Näistä lähtökohdista alkaa kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyyden määrittäminen.

Käytettävyyteen liittyy erilaisia osa-alueita (Reiss 2012: XVII–XVIII), joista osa on sovellettavissa kulttuuristrategiadokumentteihin. Yhtenäisyys (*consistent*) liittyy jatkuvuuteen ja yhdenmukaiseen suunnitteluun tuotteessa. Dokumentissa se liittyy esimerkiksi ulkoasun ja kielen yhtenäisiin tyyliin. (Emt. 171–172) Dokumentin visuaalisella suunnittelulla on muutakin merkitystä kuin estetiikka. Suunnittelun kautta sivulle saadaan looginen rakenne, joka koostuu yhtenäisellä tavalla käytetyistä visuaalisista muuttujista, kuten fontista, tekstin asettelusta, kuvista ja muista elementeistä. Suunnittelun yhtenäisyyden ja viestinnän vaikuttavuuden kannalta on tärkeää, että visuaaliset muuttajat ja elementit edustavat yhteensopivaa tyyliä. (Kimball & Hawkins 2008: 120–121) Toisistaan suuresti poikkeavien elementtien ja muotoilusetusten käyttö puolestaan ohjaa lukijan huomion pois muusta tekstistä ja voi saada aikaan sen, että tärkein tieto jää huomaamatta (Näsänen 2007: 21; Korpela 2008: 11).

Dokumenttien asiasisältöön voi soveltaa kahta Reissin (2012: 157–159, 189–190) esittämää käytettävyyden ominaisuutta. Loogisuus (*logical*) liittyy moniin muihinkin käytettävyyden osa-alueisiin, mutta se on saanut Reissin teoksessa myös oman lukunsa. Loogisuus liittyy järkeilyyn ja todennäköisyyksiin, minkä vuoksi käyttäjä olettaa

tuotteen toimivan tai tekstin etenemän todennäköisellä tavalla. (Reiss 2012: 157–159) Ennustettavuus (*predictable*) tarkoittaa sitä, että tuote vastaa käyttäjien odotuksiin sellaisilla ominaisuuksilla, joita käyttäjät todennäköisesti olettavat tuotteessa olevan (emt. 189–190). Lukijoilla on todennäköisesti ennakoajatuksia siitä, mitä kulttuuristrategiadokumentti sisältää ja millaisia asioita siihen kuuluu. Jos kyseessä on kunnan tai maakunnan kulttuuristrategiadokumentti, lukijat olettavat saavansa sitä lukiessaan tietoa organisaation linjauksista kulttuuritoiminnan suhteen.

Tekstin sisällön ennustettavuuteen ja loogisuuteen liittyy olennaisesti valinnat, joita sisällön suhteen tehdään (Reiss 2012: 158–160, 190–190). Suunnittelijoiden ratkaistavaksi jää, mitkä asiat mainitaan dokumentissa, ja miten tieto priorisoidaan niin, että tärkeimmät asiat tulevat parhaalla tavalla esiin (Kimball & Hawkins 2008: 2–3). Dokumenttien käyttäjäryhmät tulisi huomioida jo suunnitteluvaiheessa, jolloin valintoja ja rajauksia voi tehdä käyttäjien tarpeiden mukaan. Kunnallisten kulttuuristrategioiden käyttäjiin voi nähdä kuuluvan luottamushenkilöt eli kulttuuriasioista päättävät poliitikot, kuntien palveluksessa olevat kulttuurityöntekijät, muut kulttuuritoimijat sekä kaikki muista syistä kulttuurin kehittämiseen kiinnostuneet (Hautamäki 2015).

4.4 Havaintoergonomia lukemisen mukavuuden lisäämisessä

Reissin (2012: 43–79) määrittämät käytettävyyden ominaisuudet ergonomisuus (*ergonomic*) ja mukavuus (*convenient*) liittyvät ihmisen fyysisiin ominaisuuksiin, mutta niissä on myös psykologinen puoli. Dokumenteissa nämä ominaisuudet liittyvät ennen kaikkea näköaistiin ja visuaalisuuteen. Visuaalisessa käytettävyydessä keskeinen käsite on havaintoergonomia. Havaintoergonomiia parannettaessa huomioidaan visuaalisen informaation esitystapoja ja pyritään siihen, että tiedon havaitseminen olisi

mahdollisimman virheetöntä ja vaivatonta. (Näsänen 2004: 91). Hyvän visuaalisen käytettävyyden lisäksi huolellisesti laadittu ulkoasu antaa hyvän ensivaikutelman ja houkuttelee lukemaan tekstiä. Onnistunut ulkoasu parantaa myös dokumentin tuottaneen organisaation imagoa ja antaa luotettavan vaikutelman. (Korpela 2008: 11)

Visuaalisessa käytettävyydessä oleellisia seikkoja ovat kontrastit, silmänliikkeet ja huomion kohdistuminen (Näsänen 2004: 91–92). Näsänen (2004: 91) näkee, että visuaalinen informaatio muodostuu valon kirkkauden ja värin yhteisvaikutuksessa. Suuret kirkkauserot objektissa ja sen taustavärissä luovat korkean kontrastitason, joka helpottaa tiedonsiirtoa verrattuna matalakontrastiseen esitystapaan. Erityisesti pienikokoisissa objekteissa, kuten kirjaimissa, on syytä huomioida kontrastin taso. (Emt. 91) Silmänliikkeiden kannalta käytettävyyden huomioivassa suunnittelussa on syytä ottaa huomioon se, että tekstin lukeminen vaatisi mahdollisimman vähän silmänliikkeitä ja fiksaatioita, eli katseen pysäyttämistä ja kohdistamista tiettyyn kohtaan. Tämä perustuu siihen, että ihmiset näkevät tarkasti vain näkökentän keskiosassa, ja kun ihminen tarkkailee liikkumattomia objekteja, kuten tekstiä, katse siirtyy sysäyksittäin. (Emt. 92) Huomion kohdistamiseen taas liittyy se, että ihminen havaitsee todennäköisimmin ne asiat, joita yrittää katseellaan etsiä tai jotka hän odottaakin näkevänsä. Ärsykkeet vetävät huomion yleensä automaattisesti puoleensa, mutta ihminen voi myös enemmän tai vähemmän tietoisesti ohjata katsettaan, esimerkiksi ylhäältä alaspäin ja vasemmalta oikealle. Toisaalta hyvin yllättävä visuaalinen ärsyke voi viedä huomion etsinnältä. (Emt. 92–93)

Näsänen (2007: 23) esittää ohjeita visuaaliseen käytettävyyden huomioimiseen suunnittelutyössä:

1. Esityksessä tulisi käyttää hieman suurempia kirjaimia ja graafisia elementtejä kuin subjektiivisesti tuntuisi riittävältä.
2. Kun käytetään värejä, on tärkeää varmistaa, että kirjainten ja taustan välillä on selvä tummuusero eli selvä vaaleuskontrasti.
3. Tiedon sijoittelussa (layout) tulee pyrkiä yksinkertaisuuteen ja välttää kaiken turhan tiedon esittämistä.
4. Tiedon sijoittelu on selkeä, jos sivun kokonaishahmo on havaittavissa yhdellä silmäyksellä.
5. Graafista tiedon esitystapaa kannattaa suosia.
6. Liikkuvia tai välkkyviä elementtejä on syytä välttää, ellei niiden käyttö ole hyvin perusteltua.

Näsänen näkemykset käytettävyydestä saavat tukea muulta alan kirjallisuudelta. Myös Korpela (2008: 118) suosittelee isompaa fonttikokoa kuin pienin mahdollinen luettavissa oleva. Fontin mallista ja koosta riippuen suositeltavia fonttikokoja ovat 11 ja 12, kun taas esimerkiksi fonttikoko 9 on Korpelan mielestä lähes poikkeuksetta liian pieni (emt. 118). Korpela korostaa myös mahdollisimman suurien kontrastierojen suosimista tekstissä ja taustassa, kuten mustan ja valkoisen yhdistelmää. Tekstivärit vaaleista sävyistä keskittumisiin voivat olla valkeaa taustaa vasten liian vaaleita. (Emt. 120–121) Tiedon graafinen esitys ymmärretään yleensä tekstiä nopeammin, mikäli kuvio vain on hyvin laadittu (Horton 1993: 190; Hämäläinen & Maula 2004: 91). Korpela näkee, että dokumentin ulkoasu joko tukee tai häiritsee sen tehtävän toteutumista, eli dokumentin sisällön omaksumista. Häiritsevät yksityiskohdat taas voivat keskeyttää lukemisen ja näin pilata lukijan keskittymisen haitaten viestien omaksumista. (Korpela 2008: 11)

4.5 Strategiaviestien esitystavat ja ymmärrettävyys

Reissin (2012: 241) erottamissa käytettävyyden osa-alueissa ymmärrettävyys (*understandable*) tarkoittaa sitä, että viestit pyritään esittämään mahdollisimman selkeästi ja helposti ymmärrettävästi. Ymmärrettävyydessä on tärkeää pohtia kohderyhmän tietoja, taitoja ja valmiuksia ymmärtää erilaisia esitystapoja. (Reiss 2012: 141, 154) Tässä alaluvussa esitettävät seikat käyttäjien huomioimiseksi liittyvät ymmärrettävyyteen. Läheisesti ymmärrettävyyteen liittyy myös tekstin luettavuus. Luettavuus tarkoittaa mitattavissa olevaa ominaisuutta, joka kuvastaa sitä, kuinka helposti dokumentista löytää oleellisen tiedon sitä lukemalla tai silmäilemällä (Kimball & Hawkins 2008: 166). Luettavuus merkitsee myös tekstin selkeyttä, mikä taas liittyy sen ymmärrettävyyteen (Strong & Wang 1997).

Strategioille on suurissa organisaatioissa, kuten kuntaorganisaatioissa, erilaisia kohderyhmiä, joilla voi olla erilaisia tarpeita ja odotuksia strategian suhteen. Eri kohderyhmien edustajia yhdistää se, että kaikki haluavat todennäköisesti tietää, miten strategia vaikuttaa heidän omassa työssään ja arjessaan. (Hämäläinen & Maula 2004: 67) Esimerkiksi kunnan kulttuuritoimijoiden ja poliittisten päättäjien on työnsä puolesta tärkeää tietää, millainen kunnan kulttuuristrategia on, sillä se vaikuttaa heidän työhönsä ja päätöksentekoonsa. Seuraavaksi käyn läpi viestien esitystapoja, joilla strategia- viestintää voi toteuttaa käyttäjälähtöisesti kulttuuristrategiadokumenteissa.

Strategiaviestit voi esittää käyttäjäystävällisessä muodossa ydinviestien kiteyttämällä. Tämän voi toteuttaa dokumentin tiivistämisellä, sopivalla otsikoinnilla (Hämäläinen & Maula 2004: 85; Korpela 2008: 17) tai valitsemalla muutamia dokumentissa selkeästi erottuvia pääteemoja, joita strategiassa halutaan korostaa (Hämäläinen & Maula 2004: 85). Ydinviestien esiintuomisessa voi hyödyntää myös tiivistelmiä tai yhteenvetoja kappaleiden lopussa (Walla 2004: 56). Erityisesti vertauskuvia sisältävät iskulauseet

voivat olla tehokkaita strategiaviestien tiivistäjiä (Carliner 1993: 156; Hämäläinen & Maula 2004: 85). Iskulausetta on helppo toistaa ja sen teho perustuu lyhyen esittämismuodon lisäksi selkeyteen ja mahdolliseen nokkeluuteen (Hämäläinen & Maula 2004: 89–90). Asioiden selventäminen esimerkkien kautta voi myös olla toimivaa (emt. 92), sillä uuden asian vertaaminen entuudestaan tuttuun tekee asiasta helpommin ymmärrettävän (Carliner 1993: 158; Walla 2004: 34).

Kohderyhmälähtöinen strategiaviestinnän suunnittelu tähtää siihen, että viestinnän keinot ja kanavat valitaan kohderyhmät huomioiden. Viestintätyylin lisäksi suunnittelussa huomioidaan tieto, jota kohderyhmä tarvitsee. (Hämäläinen & Maula 2004: 67, 79) Kunnan päättäjillä ja työntekijöillä, kulttuuritoimijoilla ja kuntalaisilla yleensä on todennäköisesti erilaiset painotukset siinä, mitä he haluaisivat kulttuuri-strategiasta tietää. Samassa dokumentissa voidaan huomioida useitakin kohderyhmiä erilaisten lisäysten, muokkausten ja suunnitteluratkaisujen avulla (Lentz & Pander Maat 2004: 393). Erilaiset kohderyhmät voi huomioida melko pienimuotoisillakin tekijöillä dokumenteissa. Tällaisia suunnitteluratkaisuja ovat esimerkiksi eri kohderyhmille suunnatut tarkentavat väliotsikot tai alaluvut, joissa paneudutaan tiettyä kohderyhmää erityisesti kiinnostavaan asiaan syvällisemmin (emt. 394).

Viestin sisällön ymmärtämistä voi helpottaa myös graafinen esitystapa (Hämäläinen & Maula 2004: 91; Näsänen 2007: 23). Ydinkohdat voi kuvata strategiakarttana tai muuna sopivana kuviona. Strategiakartassa esitetään se, miten erilaiset tavoitteet liittyvät toisiinsa, ja se, miten ne yhdessä muodostavat organisaation strategian. (Hämäläinen & Maula 2004: 91) Graafisia tiedon esittämismuotoja edustavat edellä mainittujen lisäksi taulukot, valokuvat, diagrammit ja maantieteelliset kartat (Horton 1993: 200–203).

5 KULTTUURISTRATEGIOIDEN VIESTINTÄKONTEKSTIMALLIN MUODOSTAMINEN

Tässä luvussa muodostan mallin kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista funktionaalisen analyysin avulla. Funktionaalinen analyysi on analyysityökalu, jonka avulla voidaan selvittää jonkin tuotteen, esimerkiksi dokumentin, käyttökonteksti (Lentz & Pander Maat 2004: 387). Hyödynnän tämän luvun lopussa esitettävää viestintäkontekstia 6. luvussa käyttäjakeskeisyysmallin luomisessa.

Esitän funktionaalisen analyysin etenemisen alaluvussa 5.1. Aloitan aineiston esittelyllä, minkä jälkeen siirryn varsinaisen analyysin esittämiseen. Viestinnän päämäärän selvittäminen on funktionaalisisessa analyysissa keskeisessä asemassa (Lentz & Pander Maat 2004: 388). Funktionaalisisessa analyysissa selvitetään neljä viestinnän tarkoitukseen liittyvää tekijää. Nämä tekijät ovat: 1. *Kognitiivinen vaikutus*, 2. *Dokumentin aihepiiri*, 3. *Dokumentin kohderyhmät* ja 4. *Organisaation päämäärät* (emt. 388). Etenen funktionaalisisessa analyysissa neljässä vaiheessa edellä esitettyjen tekijöiden mukaan.

5.1 Funktionaalinen analyysi

Käytän funktionaalisisessa analyysissa kulttuuristrategioita ja käyttäjakeskeisyyttä koskevaa tietoa tutkimukseni teoria-aineistosta. Lähteinä on kirjallisuutta, väitöskirjoja, tieteellisiä artikkeleita ja asiantuntijalähde. Kirjallisessa muodossa olevaan lähdeaineistoon kuuluvat seuraavat teokset ja julkaisut:

- Grove Ditlevsen, Marianne & Peter Kastberg: When Corporate Communication Goes Public - Communication Policies in Public Communication
- Hämäläinen, Virpi & Hanna Maula: Strategiaviestintä
- Lentz, Leo & Henk Pander Maat: Functional Analysis for Document Design
- Lehtimäki, Hanna: Strategiatarina kaupungista ja sen toimijoista
- Mustonen, Minna: Strategiaviestinnän vastaanottokäytännöt – Henkilöstö strategiaviestinnän yleisönä
- Pirnes, Esa: Merkityksellinen kulttuuri ja kulttuuripolitiikka – Laaja kulttuurin käsite kulttuuripolitiikan perusteluna
- Strandman, Kristiina: “Se vain ilmestyi” – Vuorovaikutukseen perustuva strategian viestintä kuntaorganisaatiossa
- Suomen kuntaliitto: Aakkoset sivistystoimeen

Käytän aineistoa analyysissä tulosten perustelussa. Käytän tulosten esittämisen ohessa lähdeviitteitä, joista käy ilmi, mitä teoria-aineiston lähdejulkaisua tuloksen perustelussa on käytetty. Esitän funktionaalisen analyysin seuraavissa alaluvuissa 5.1.1–5.1.4.

5.1.1 Kognitiivinen vaikutus

Lentz & Pander Maat (2004: 388) tarkoittavat kognitiivisella vaikutuksella muutosta, jonka vastaanottajan mielessä toivotaan tapahtuvan viestin vastaanottamisen seurauksena. Kognitiivisella muutoksella voidaan tarkoittaa kolmea eri asiaa:

- a) Vastaanottaja oppii jotain tekstin aiheesta tai hänen asenteensa muuttuu.
 - b) Vastaanottajan toiminnassa tapahtuu muutos (esim. jonkin tuotteen ostaminen)
 - c) Kollektiivinen muutos vastaanottajien toiminnassa
- (Emt. 388)

Kognitiiviset muutokset voivat tapahtua myös ketjumaisesti, jolloin yksilön asenteen muutos johtaa toiminnan muutokseen, ja kun tämä tapahtuu useille vastaanottajille, voidaan nähdä kollektiivista muutosta ihmisten toiminnassa. (Lentz & Pander Maat: 2004: 388) Kun kyseessä on kunnalliset ja maakunnalliset kulttuuristrategiat, voi toivotun muutoksen nähdä liittyvän uuden oppimiseen ja sitä kautta toiminnan muuttumisen. Tämä perustuu siihen, että strategiadokumentit välittävät tietoa strategiasta, minkä lisäksi niiden päämääränä on strategian toteutuminen vastaanottajien toiminnan kautta (Strandman 2009: 52–53). Kulttuuristrategioissa toiminnan muuttuminen koskee ennen kaikkea kunnan kulttuurityöntekijöitä ja poliittisia päättäjiä. Tiedon omaksuminen ilman toiminnan muuttumista voi olla kyseessä käyttäjillä, jotka ovat jonkin muun syyn kuin työnsä takia kiinnostuneet alueen kulttuurin kehittämisestä. Toki näiden käyttäjien asenne voi strategiaan tutustumisen myötä muuttua. Strategian toimintapiirissä työskentelevien tulee olla tietoisia strategian sisällöstä ja muuttaa toimintaansa sen mukaan, jotta strategian päämäärät toteutuisivat (Strandman 2009: 53). Tämän takia myös kollektiivisen muutoksen vastaanottajien toiminnassa voi nähdä liittyvän kulttuuristrategioihin, kun kyseessä on käyttäjät, jotka työskentelevät kulttuuristrategian vaikutuspiiriin kuuluvassa organisaatiossa.

Erilaisilla vakiintuneilla tekstityypeillä voidaan nähdä olevan erilaisia vaikutuksen tyyppisiä (Lentz & Pander Maat 2004: 389), jotka esitetään taulukossa 3. Tekstityypin tiedostaminen helpottaa osaltaan tekstin käyttö- ja viestintäkontekstin hahmottamista.

Taulukko 3. Viestinnän vaikutuksen tyypit (Lentz & Pander Maat 2004: 389)
[Kääntänyt K.K.]

Vaikutuksen tyyppi	Käytön päämäärä	Esimerkki käytöstä
1. Informatiivinen	Faktatiedon levittäminen	Uutiset
2. Arvion tekemistä tukeva	Tieto, jota käytetään päätöksenteon tukena.	Testiraportit
3. Ohjeistava	Tieto toimintaa varten, jotta vastaanottaja tietäisi, mitä pitää tehdä ja miten.	Käyttöohjeet
4. Suostutteleva	Asenteiden ja uskomusten muokkaus, asioiden arvottaminen	Poliittiset pamfletit
5. Vaikuttamiseen pyrkivä	Aikomusten ja halujen herättäminen	Mainokset
6. Tunteisiin vetoava	Tunteiden herättäminen	Anteeksipyyntökirje

Kulttuuristrategioiden voi nähdä kuuluvan informatiivisen, arvion tekemistä tukevan ja ohjeistavan vaikutuksen tyyppin piiriin. Strategia-asiakirjojen yhtenä tarkoituksena on välittää tietoa strategiasta halutuille kohderyhmille (Strandman 2009: 15–16, 89), joten strategiat ovat informatiivisia. Dokumentti on yksi osa strategiaviestintää, ja strategia toteutuu vasta, kun strategiassa esitettyjä asioita suoritetaan käytännössä (emt. 89). Kulttuuristrategia tukee arvion tekemistä erityisesti niillä käyttäjillä, jotka tekevät sen pohjalta päätöksiä työssään. Näitä kohderyhmiä ovat kunnan kulttuuriohjelmapäälliköt ja poliittiset päättäjät (Hautamäki 2015). Kulttuuristrategian voi nähdä myös ohjeistavana, sillä kunnalliset strategiat perustuvat poliittiseen päätöksentekoon (Grove Ditlevsen & Kastberg 2007: 13), ja kulttuuripolitiikalla on ohjaava ja sääntelevä rooli kulttuuritoiminnassa (Pirnes 2008: 30)

5.1.2 Dokumentin aihepiiri

Dokumentin aihepiirin kannalta on oleellista pohtia, mitä tietoa vastaanottajat aiheesta tarvitsevat. Tähän vaikuttaa se, millaisia tehtäviä vastaanottajien halutaan pystyvän suorittamaan tekstin lukemisen jälkeen. Esimerkiksi mainoksilla voidaan haluta vaikuttaa vastaanottajan ajatuksiin ja käytökseen tehokkaammin kuin vaikka uutistekstillä. Dokumenttisuunnittelussa voi huomioida sen käyttökontekstin valitsemalla dokumentin aihepiiristä sopivaa tietoa. (Lentz & Pander Maat 2004: 389–390)

Ensisijainen tehtävä, jonka lukija kunnallista strategiaa lukemalla pyrkii suorittamaan, on todennäköisesti tiedon saaminen strategian sisällöstä. Tämä ei kuitenkaan ole välttämättä lopullinen päämäärä, vaan strategiasta saatu tieto voi olla sidoksissa käyttäjän työtehtäviin ja strategian toteuttamiseen niiden kautta. (Strandman 2009: 52–53) Tiedontarve voi liittyä ammatillisiin tarpeisiin tai muusta syystä johtuvaan haluun tietää enemmän kunnan tai maakunnan kulttuuristrategiasta (Hautamäki 2015). Kulttuuristrategioissa on siis oleellista huomioida dokumentin aihepiiriä koskevan tiedon suhteen se, että siinä esitetty tieto tukisi tarvetta saada tietoa kulttuuristrategian sisällöstä ja sitä, se, että kulttuuristrategiaa koskevaa tietoa työnsä puolesta tarvitsevat pystyisivät käyttämään sitä työssään ja päätöksenteossaan.

5.1.3 Dokumentin kohderyhmät

Dokumentin kohderyhmillä on erilaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat dokumenttisuunnittelun suuntaan. Nämä ominaisuudet voi jakaa kolmeen yläluokkaan:

1. Demografiset ominaisuudet: ikä, ammatti, uskonto, synnyinmaa, koulutus, asuinpaikka, kieli (Lentz & Pander Maat 2004: 390; Suomen kuntaliitto 2004: 16)
2. Viestinnän vastaanottamisen valmiudet: etukäteisymmärrys, kokemus lukemisesta, asenne
3. Käyttökonteksti: millainen on käyttötilanne ja miksi käytetään? (Lentz & Pander Maat 2004: 390–391)

Kulttuuristrategioiden tyypillisiä kohderyhmiä ovat kulttuuriasioista päättävät poliitikot, kuntien palveluksessa olevat kulttuurityöntekijät, muut kulttuuritoimijat ja kaikki kulttuurin kehittämiseen kiinnostuneet (Hautamäki 2015). Eri kohderyhmillä on erilaisia syitä strategian käyttämiseen, joten käyttökonteksti vaihtelee kohderyhmien tarpeiden mukaan (Hämäläinen & Maula 2004: 79). Kunnan työntekijät todennäköisesti toteuttavat strategiaa työssään, poliittiset toimijat tekevät strategian pohjalta päätöksiä, minkä lisäksi strategialla voi olla muusta syystä kiinnostuneita lukijoita (Lehtimäki 2000: 68, 86, 286).

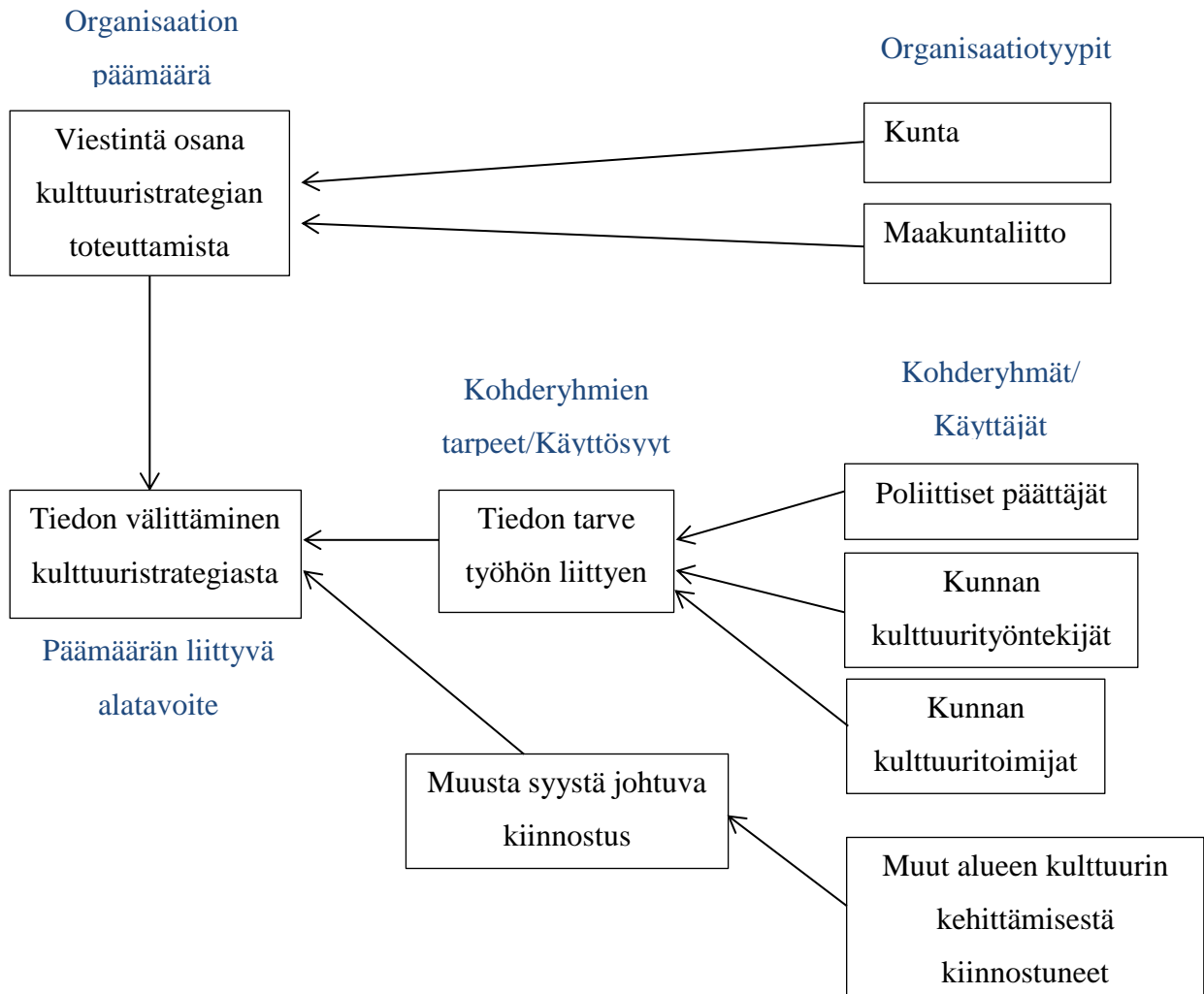
5.1.4 Organisaation päämäärät

Organisaation päämäärien analysoiminen vastaa kysymykseen siitä, mitä tekstin taustalla oleva organisaatio haluaa saada aikaan niillä kognitiivisilla muutoksilla, joiden toivotaan tapahtuvan käyttäjien mielissä tekstiä luettaessa. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon se, miten valittu viestintätapa tukee organisaation tavoitteita juuri tässä tapauksessa. Usein teksteihin liittyy useampiakin päämääriä kuin organisaation yksittäisen päämäärän saavuttaminen. (Lentz & Pander Maat 2004: 391) Strategiadokumenttien päämääränä on strategiaa koskevan tiedon välittämisen lisäksi strategian toteuttaminen (Hämäläinen & Maula 2004: 13, 47; Mustonen 2009: 34).

Organisaatiot viestivät strategioistaan moninaisin keinoin, sillä tietoisuus strategian sisällöstä vaikuttaa sen toteuttamiseen. Yhden strategiaviestinnän keskeisistä päämääristä voi nähdä olevan jaetun näkemyksen luominen strategian merkityksestä (Mustonen 2009: 37). Hämäläinen ja Maula (2004: 28) näkevät organisaation strategiaviestinnällä olevan kolme päämäärää: strategian sisällön määrittely, tietämyksen lisääminen strategiaprosessista ja strategian toteuttaminen osana organisaation perustehtävän toteuttamista. Niille, jotka toimivat työssään strategian parissa, ei todennäköisesti riitä strategiaviestinnäksi pelkkä strategiadokumentin läpilukeminen. Organisaation tulisikin tämän vuoksi viestiä henkilöstölleen strategiasta monin erilaisin keinoin ja pidemmällä aikavälillä kuin kertaluontoisesti strategiadokumentin muodossa. (Strandman 2009: 53, 55)

5.2 Malli kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista

Esitän kuviossa 4 tässä luvussa esitettyjen tietojen perusteella luomani graafisen esityksen kulttuuristrategioiden viestintäkontekstista. Funktionaalisen analyysin tuloksen voi esittää kuviona, joka selkeyttää päämäärien, kohderyhmien ja muiden tekijöiden välistä verkostoa ja sen hierarkiaa (Lentz & Pander Maat 2004: 392). Suoritin funktionaalisen analyysin tarkastelemalla vaihe vaiheelta kulttuuristrategioiden viestintäkontekstia käsittelevää teoria-aineistoa. Loin funktionaalisen analyysin tuloksen perusteella graafisen esityksen, joka kuvaa hierarkkisen verkoston avulla kulttuuristrategioiden viestintäkontekstia.



Kuvio 4. Kunnallisten ja maakuntatason kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti

Kuviossa 4 olen määritellyt viestintäkontekstiin kaksi suuntaa, joista toinen alkaa organisaatioista ja toinen kohderyhmistä. Vaihtoehtoisessa esitystavassa ketju kulkisi yksisuuntaisesti organisaatiosta kohderyhmiin, sillä organisaatio viestii kohderyhmille tässä kontekstissa yksisuuntaisesti. Päädyin kuitenkin esittämään viestintäkontekstin kaksisuuntaisena, koska se korostaa sitä, miten organisaation ensisijaisen päämäärän

(viestinä osana kulttuuristrategian toteuttamista) alatavoite (tiedon välittäminen kulttuuristrategiasta) yhdistää organisaation ja kohderyhmät toisiinsa. Käyttäjillä voi olla myös omaehtoinen halua tai tarve saada tietoa kulttuuristrategioista, minkä vuoksi organisaation välittämä tieto kulttuuristrategioista palvelee heidän tarpeitaan. Organisaation ensisijainen päämäärä, eli strategian toteuttaminen, ei vielä sellaisenaan palvele kaikkien kohderyhmien tarpeita.

Kulttuuristrategiadokumenttien viestin lähettäjä on sen laatinut organisaatio, kuten kunta tai maakuntaliitto. Kulttuuristrategiasta tulee viestiä, koska se tukee strategian toteutumista. Strategiadokumentin päämääränä on myös aikaansaada strategian toteutuminen muuttamalla tiedon kautta strategiaa toteuttavan henkilöstön toimintaa (Hämäläinen & Maula 2004: 13). Käyttäjäryhmien intresseihin kuuluu tiedon saaminen kulttuuristrategiasta, mikä tukee myös organisaation päämäärää strategian toteuttamisessa. Tietoa kulttuuristrategiasta voivat tarvita työnsä puolesta kunnan kulttuurityöntekijät, kulttuuritoimijat ja poliittiset päättäjät. Syy kulttuuristrategiadokumentin lukemiseen voi olla muustakin syystä johtuvat kiinnostus alueen kulttuurin kehittämistä kohtaan, jolloin käyttäjä voi olla periaatteessa kuka tahansa.

Tässä tutkimuksessa kulttuuristrategiat on rajattu käsittämään kuntien ja maakuntaliittojen kulttuuristrategiat, joten tämä rajaus vaikuttaa viestintäkontekstin näkökulmaan, jossa viestin lähettävänä organisaationa on joko kunta tai maakuntaliitto. Päämääränä organisaatiolla on toteuttaa strategiaansa, ja päämäärää tukee tiedon jakaminen strategiasta. Kohderyhminä kulttuuristrategioille ovat työnsä puolesta tietoa tarvitsevat poliittiset päättäjät, kunnan kulttuurityöntekijät ja kunnan kulttuuritoimijat, sekä muista syistä kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneet.

Mikäli kulttuuristrategioita tarkasteltaisiin muidenkin organisaatioiden kuin kuntien ja maakuntaliittojen laatimina, voitaisiin viestintäkontekstiin lisätä muunkinlaisia

organisaatioita. Muilla organisaatioilla voisi mahdollisesti olla erilaisia päämääriä strategiaviestinnän suhteen. Kohderyhmä ”Muut kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneet” voi olla hieman epämääräinen, koska se voi pitää sisällään monia erilaisia syitä kiinnostukselle kulttuurin kehittämistä kohtaan. Kyseessä vastapaino työhön liittyvälle kiinnostukselle kulttuuristrategioita kohtaan, minkä vuoksi otin sen mukaan epämääräisyydestään huolimatta. Muihin kiinnostuneisiin voi lukeutua periaatteessa kuka tahansa kunnan tai maakunnan asukas. Tämän huomioiden kaikkien mahdollisten syiden luetteleminen kulttuurin kehittämistä koskevaan kiinnostukseen ei ole välttämättä mielekästä.

6 KULTTUURISTRATEGIOIDEN KÄYTTÄJÄKESKEISYYSMALLIN LUOMINEN

Tämä luku koostuu neljästä osasta: alustavan kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyyden mallin luominen, mallin toimivuuden testaus autenttisilla strategiadokumenteilla, mallin arviointi ja yhteenveto. Ensimmäisessä osassa luon alustavan kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyyden mallin teoria-aineiston ja kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin pohjalta. Seuraavaksi tarkastelen dokumenttiaineistoa luomani alustavan mallin pohjalta. Tämän jälkeen arvioin analyysin perusteella sitä, kuinka toimivat malli on, ja olisiko sitä syytä parantaa. Yhteenvedossa kokoan yhteen tässä luvussa esitetyt asiat ja pohdin niiden merkitystä tutkimukseni kannalta.

6.1 Kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmalli

Esitän seuraavaksi alustavan näkemyksen kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyyden mallin rakenteesta. Malli koostuu kriteereistä, jotka liittyvät käyttäjäkeskeisyyden kulttuuristrategiadokumenteissa. Esitän tässä alaluvussa jokaisen valitsemani kriteerin perusteluineen. Luvussa 5. esittämäni kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti on pohjalle, millaisiin asioihin olen kiinnittänyt huomiota käyttäjäkeskeisyyden kriteerejä valitessani. Kulttuuristrategioiden viestintäkontekstin selvittäminen avasi myös niiden käyttökäytännön, ja käyttökäytännön pitkästi määrittelee sen, miten käyttäjäkeskeisyys tilanteessa merkitsee.

Aineistona kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyysmallissa käytän alan kirjallisuutta ja tieteellisiä artikkeleita. Tavoitteena on luoda malli, joka palvelee strategiasuunnittelua käyttäjäkeskeisyysnäkökulmasta, minkä vuoksi monissa lähteissäkin on melko

käytännönläheinen ote aiheeseen. Monet lähteenä olevat teokset ovat opas- tai ohjekirjoja. Käytin seuraavia lähteitä valitessani kriteerejä käyttäjäkeskeisyysmalliin:

- Barnum, Carol & Carliner Saul (toim.): Techniques for technical communicators
- Hämäläinen, Virpi & Hanna Maula: Strategiaviestintä
- Kimball, Miles A. & Ann R. Hawkins: Document Design – A guide for technical communicators
- Korpela, Jukka K.: Työelämän asiakirjat
- Lentz, Leo & Henk Pander Maat: Functional Analysis for Document Design
- Markel, Mike: Technical Communication
- Näsänen, Risto: Käyttöliittymien visuaalinen käytettävyys
- Näsänen, Risto: Visuaalisen käytettävyyden opas
- Reiss, Erik: Usable Usability
- Walla, Erik: Så skriver du bättre tekniska rapporter

Käyttäjäkeskeisyysmalli on jaettu kolmeen osatekijään kriteerien teemojen mukaan. Viestien esitystavat -teeman kriteerit tukevat viestintätapavalintojen ymmärrettävyyttä ja selkeyttä. Visuaalinen käytettävyys taas liittyy havaintoergonomiaan. Tekstin sisältö -teema käsittelee valintoja tekstin sisältöön mukaan otettavista asioista ja dokumentin rakenteesta. Seuraavissa alaluvuissa esitän kulttuuristrategioiden käyttäjäkeskeisyyskriteerit teemoittain. Liitän kriteereihin perustelut siitä, miten ne tukevat käyttäjäkeskeisyyttä kulttuuristrategiadokumenteista.

6.1.1 Viestien esitystavat

Käyttäjakeskeisyyden kriteerit, jotka tässä aluvussa esitän, tukevat strategiaviestien ymmärrettävyyttä, selkeyttä ja tätä kautta strategiadokumentin luettavuutta. Kun pyritään korkeatasoiseen ymmärrettävyyteen, tulee viestit esittää mahdollisimman helppolukuisesti ja selkeästi (Reiss 2012: 141). Luettelen seuraavaksi viestien ymmärrettävyyttä tukevia kriteerejä, jotka liittyvät viestien esitystapoihin.

- 1) *Ydinviestit*: Strategian pääviestit kannattaa kiteyttää muutamaa ydinviestiin, jotka on tärkeintä tuoda esiin. Strategian ydinviestien kiteyttäminen helpottaa strategian tärkeimpien viestien ymmärtämistä. (Hämäläinen & Maula 2004: 85) Ydinviestejä voi korostaa strategiaviestien tiivistämisellä sekä sopivia otsikoita ja väliotsikoita käyttämällä (emt. 85; Korpela 2008: 17).
- 2) *Avainteemat*: Strategiaviestintää suunniteltaessa kannattaa valita muutamia selkeästi erottuvia avainteemoja, joita viestinnässä halutaan korostaa (Hämäläinen & Maula 2004: 85). Dokumentin aihepiiristä voi korostaa kohderyhmän kannalta oleellisimpia teemoja esimerkiksi otsikoinnin avulla (Lentz & Pander Maat 2004: 389–390).
- 3) *Tiedon graafiset esitysmuodot*: Tiedon graafiset esitysmuodot voivat helpottaa ja nopeuttaa tiedon omaksumista. Hyvin laadittu graafinen esitys tiedosta on yleensä helpommin ja nopeammin omaksuttavissa kuin sama asia kirjoitettuna. (Horton 1993: 188; Hämäläinen & Maula 2004: 91; Näsänen 2007: 23) Graafisia tiedon esitysmuotoja ovat esimerkiksi taulukot, erilaiset kuviot, diagrammit, valokuvat ja kartat (Horton 1993: 200–209; Hämäläinen & Maula 2004: 91)

- 4) *Iskulauseet, vertauskuvat ja esimerkit*: Iskulauseet, vertauskuvat, esimerkit ja näihin liittyvät otsikoinnit voivat selventää sanoman merkitystä. Helposti mieleen jäävät ja mahdollisesti vertauskuvalliset iskulauseet ovat tehokkaita strategiaviestin korostajia. (Carliner 1993: 156; Hämäläinen & Maula 2004: 85) Esimerkit, jotka liittyvät käyttäjille entuudestaan tuttuihin asioihin, auttavat käyttäjiä omaksumaan uutta tietoa (Carliner 1993: 158; Hämäläinen & Maula 2004: 92; Walla 2004: 34).
- 5) *Kieliryhmien huomioiminen*: Vaihtelut käyttäjien kielessä ja muissa demografisissa ominaisuuksissa voi huomioida suunnittelemalla erilaiset dokumentit eri ryhmille tai lisäämällä samaan dokumenttiin eri kieliversioita. Dokumentin kohderyhmien demografisista ominaisuuksista kieli on yksi tärkeimmistä tekijöistä dokumenttia suunniteltaessa (Markel 2012: 95).

6.1.2 Visuaalinen käytettävyys

Visuaalisen käytettävyyden kriteerit perustuvat pitkälti havaintoergonomiaan. Havaintoergonomian funktio käyttäjakeskeisyydessä on se, että se parantaa käytettävyyttä katseen ergonomian ja luettavuuden kannalta (Näsänen 2004: 91; Näsänen 2007: 23). Tässä aluvussa esitettävät kriteerit tukevat dokumentin luettavuutta ja selkeyttä sen ulkoasun pohjalta.

- 1) *Yhtenäisyys*: On syytä käyttää yhtenäistä visuaalista ilmettä esitystavassa dokumentin alusta loppuun. Elementtien samankaltaisuus samoissa käyttöyhteyksissä parantaa dokumentin luettavuutta. Dokumentissa tehtyjen muotoilu- ja tyyliavaintojen yhtenäisyys tukee dokumentin luettavuutta ja viestien perille menemistä. (Kimball & Hawkins 2008: 120–121; Reiss 2012: 171–172) Yllättävä epäyhtenäisyys

dokumentin ulkoasussa voi ohjata lukijan keskittymisen siihen viestien omaksumisen sijaan (Näsänen 2007: 21; Korpela 2008: 11).

- 2) *Fontit ja elementit*: On parempi käyttää hieman liian suurta kokoa kuin liian pientä. Kaikkien elementtien tulisi myös ulkoisesti noudattaa sitä tyyliä, mitä dokumentin halutaan edustavan. (Näsänen 2007: 21) Riittävä fonttikoko dokumenteissa on yleensä fontista riippuen 11 tai 12, pienemmät fontit voivat olla vaikealukuisia (Korpela 2008: 118). Fonttien ja muiden muotoiluvalintojen tulisi olla tyyliinsä suhteen kokonaisuuteen sopivia (Kimball & Hawkins 2008: 120–121).
- 3) *Värien käyttö*: Kontrastieron tulee olla sopiva, jotta teksti erottuisi. Värejä voi käyttää tärkeiden asioiden korostamiseen ja elementtien luokittelemiseen. Mahdollisimman suuri sävyero taustan ja objektien, kuten tekstin, välillä on lukijaystävällinen valinta. Tummuusasteeltaan liian lähellä toisiaan olevat värit vaikeuttavat dokumentin lukemista. (Näsänen 2007: 23; Korpela 2008: 120–121)
- 4) *Sijoittelultaan selkeä ja yksinkertainen ulkoasu*: Tiedon ja elementtien sijoittelussa kannattaa pysyä yksinkertaisuudessa. Turhan ja ylimääräisen tiedon esittämistä kannattaa välttää. Yksinkertainen ja yhtenäinen ulkoasua parantaa dokumentin luettavuutta (Korpela 2008: 11). Ihannetapauksessa ulkoasua muodostaa yhdellä silmäyksellä omaksuttavissa olevan kokonaisuuden (Näsänen 2007: 23).

6.1.3 Tekstin sisältö

Tekstin sisällöstä päätettäessä kannattaa ottaa huomioon, mitä tietoa dokumentin kohderyhmät eniten tarvitsevat (Hämäläinen & Maula 2004: 79). Tiedon rakenteen muotoutuminen dokumentissa vaikuttaa siihen, millä tavalla lukijat tietoa omaksuvat.

Dokumentin rakenne antaa lukijalle mielikuvia siitä, millä tavalla asiat liittyvät toisiinsa. (Walla 2004: 34–35) Esittelen seuraavaksi kriteerejä, jotka tähtäävät kulttuuristrategiadokumentille sopivan rakenteen muodostamiseen ja kohderyhmien huomioimiseen aihepiiriä koskevan tiedon valinnassa.

- 1) *Näkökulma aiheeseen:* Näkökulma kulttuuriin sekä korostettavat ja pois jätettävät asiat kannattaa valita kohderyhmien tarpeiden mukaan. Dokumentin aihepiirin käsittelytavassa kannattaa huomioida dokumentin kohderyhmien tarpeet. (Lentz & Pander Maat 2004: 393) Ammattikäyttäjillä ja muusta syystä strategiaa lukevilla voi olla erilaiset käyttösyöt (Lehtimäki 2000: 68, 86, 286).
- 2) *Kohderyhmien huomioiminen:* Eri kohderyhmiin kuuluvat käyttäjät voi huomioida väliotsikoita, alalukuja, yhteenvetoja tai listoja käyttämällä. Samassa dokumentissa on mahdollista huomioida eri kohderyhmiä lisäämällä erilaisia elementtejä sekä eristämällä ja korostamalla tieto-osioita. (Hämäläinen & Maula 2004: 67, 79; Lentz & Pander Maat 2004: 393) Eri kohderyhmien tietotarpeet voi joko huomioida samassa dokumentissa tai tekemällä dokumentista erilaisia versioita.
- 3) *Rakennevalinnat:* Strategiadokumentin rakenne viestii siitä, miten dokumentissa esitetyt asiat ovat yhteyksissä toisiinsa ja siitä, millaista logiikkaa ne noudattavat. Rakenteella voi siis vaikuttaa strategiaviestien välittämiseen halutulla tavalla.

Dokumentin rakennemalli viestii lukijalle siitä, millaisissa yhteyksissä tiedot ovat toisiinsa (Walla 2004: 34–35). Dokumentin rakenne kuvastaa aina tietynlaista sisäistä logiikkaa (Markel 2012: 156), vaikka dokumentin suunnittelija ei sitä tiedostaisi. Dokumentin rakenteen määrittelee se, millaisissa ja missä järjestyksessä olevissa pääluvuissa tietoa käsitellään (emt. 153–154). Kulttuuristrategioihin mahdollisesti

sopivia päälukujen tyyppejä ovat esimerkiksi johdanto, toiminnan tarkoitus, organisaation arvopohja, visio ja tavoitteet, kulttuuripalvelujen rakenteet ja hallinto, resurssit, laadun määrittely sekä seuranta ja arviointi (Suomen kuntaliitto 2004: 17).

6.2 Analyysimallin testaaminen

Analysoin tässä luvussa autenttisia strategiadokumentteja luomani kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin avulla. Analyysin tavoitteena on selvittää, toimiiko käyttäjakeskeisyysmalli kulttuuristrategioiden tarkastelussa, vai pitääkö jotain muuttaa tai lisätä. Esittelen tämän luvun alaluvuissa aluksi analyysiaineiston, minkä jälkeen siirryn tarkastelemaan dokumentteja käyttäjakeskeisyysnäkökulmasta. Esitän analyysin kolmessa osassa: viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja tekstin sisältö.

6.2.1 Aineiston kuvaus

Dokumenttiaineisto koostuu yhdeksästä erilaisesta strategiadokumentista. Aineistoon kuuluu kuuden Pohjanmaan kunnan ja kahden maakuntaliiton strategiadokumentit, joissa käsitellään kulttuuria vähintään muiden aiheiden ohella. Kristiinankaupungilta on mukana kaksi strategiadokumenttia, koska kulttuuristrategioiden kartoituskyselyyn vastanneen Kristiinankaupungin edustajan mukaan kaupungilla on kaksi voimassa olevaa strategiaa, joissa käsitellään kulttuuria muiden aiheiden ohella..

Erikoista tutkimusaineistossani on analyysin kannalta se, että osa aineistosta on itsenäisiä kulttuuristrategioita, mutta osa on laajempia kuntastrategioita, joissa käsitellään kulttuuria muiden aiheiden ohella. Tämän vuoksi dokumentit eivät sellaisinaan ole täysin vertailukelpoisia, mutta toisaalta niissä ei ole niin suuria keskinäisiä eroja, ettei niitä voisi vertailla. Analyysivaiheessa huomioin laajemmissa strategiadokumenteissa

ulkoasun, kulttuuria koskevat kohdat sekä koko dokumenttia koskevat johdanto-, päätös- ja seurantaluvut. Jätän huomiotta osat, joissa ei käsitellä lainkaan kulttuuria.

Taulukko 4. Dokumenttiaineiston kuvaus

Kunta/Maakunta	Dokumentin nimi	Kulttuuria käsittelevät sivut/Koko dokumentti	Huomioitavaa
Etelä-Pohjanmaa	Etelä-Pohjanmaa – Jotakin parempaa: Kulttuuristrategia 2015–2020	46/46	
Korsnäs	Kulturinventering & kulturplan för Korsnäs 1999	49/49	Saatavilla vain painettuna
Kristiinankaupunki	Cittaslow Kristiinankaupunki kriteerit	N. 3/20	Dokumentti on lista kriteereistä, joten kulttuuria käsittelevien sivujen määrä on kulttuurikriteerien summa.
Kristiinankaupunki	Näin rakennamme Kristiinankaupungin tulevaisuutta	4/47	-
Närpiö	Från Kustby till Ådal – Närpes kulturmiljö-program	237/237	Strategia käsittelee ainoastaan kulttuuriympäristöä ja -perintöä.
Pedersöre	Pedersöre kommun – Strategisk generalplan 2030	4/68	-
Pietarsaari	Pietarsaari – tulevaisuuden kaupunki	3/27	-
Pohjanmaa	Pohjanmaan kulttuuriohjelma 2014–2017	22/22	-
Vaasa	Vaasan kaupunki: Sivistystoimi/kulttuuri 2014–2016	2/2	Muotona Powerpoint-esitys

Kuten taulukosta 4 (ks. s. 59) käy ilmi, ovat aineistona olevat strategiadokumentit sisällöltään erilaisia ja kulttuurin painoarvolla on niissä suurta vaihtelua. Seuraavissa alaluvuissa esitän strategioiden analyysin kolmesta eri näkökulmasta: viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja tekstin sisältö.

6.2.2 Viestien esitystavat

Tarkastelen tässä alaluvussa viestien esitystapoja, joita dokumenttiaineistossa on käytetty. Viestien esitystapojen tarkastelu liittyy tässä tutkimuksessa siihen, miten ymmärrettävyys, luettavuus ja selkeys tulevat esiin dokumenteissa. Viestien esitystavoissa tehdyt valinnat voivat joko vahvistaa edellä lueteltuja ominaisuuksia tai tehdä dokumenteista vaikeaselkoisempia.

1) ***Ydinviestit:*** *Strategian pääviestit kannattaa kiteyttää muutamaaan ydinviestiin, jotka on tärkeintä tuoda esiin.*

Strategian ydinviestit oli tuotu selkeästi esiin kahdessa dokumentissa. Ydinviestit oli näissä tapauksissa esitetty joko toimenpiteiden ja mission kuvauksen yhteydessä tai taulukkomuodossa. Muissa dokumenteissa pääviestejä ei ole kiteytetty ydinviesteiksi.

Kuvassa 1 (ks. s. 61) on kuvakaappaus taulukosta esimerkkinä ydinviestien kiteyttämisestä Vaasan kaupungin kulttuuri- ja sivistystoimen strategiasta. Strategia on tiivistetty yhteensä viiteen tavoitteita kuvaavaan ydinviestiin.

Tavoitteet	Mittarit	Toimenpiteet
Alueen vetovoimaisuuden kehittäminen laadukkaiden kulttuuripalveluiden kautta	<ul style="list-style-type: none"> • Medianäkyvyys • Valtakunnallisten tapahtumien määrä • Kävijä/käyntimäärät • Asiakaspalaute 	<ul style="list-style-type: none"> • Tapahtumastrategian/linjauksen määrittely ja kokoaminen • Vahvojen kulttuurilaitosten profiloituminen, ydintehtäviin keskittyminen ja yhteistyö • Vapaan kentän tukeminen • Enemmän puhetta ja tietoa kulttuurista (viestintä ja markkinointi) • Kävijä/käyttäjätutkimukset
Kulttuurikasvatuksen ja -perinnön turvaaminen ja parantaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Päiväkotij- ja koululaisryhmien määrä • Opetussuunnitelma kyllä/ei • Kokoelmatyön laadulliset mittarit 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulttuurin opetussuunnitelma kouluihin (kulttuuripolku) • Pedagoginen toiminta • Kokoelmien ja aineistojen saavutettavuuden lisääminen (Finna)

Kuva 1. Ydinviestien kiteyttäminen taulukkomuodossa (Vaasan kaupunki: Sivistystoimi/kulttuuri 2014–2016: 2)

TILL LÄSAREN	6	Stor- och nyskiftesregleringarna skapar nya bosättningar	27
		Bondstugan och gårdstunet förr	30
1 UTGÅNGSLÄGE OCH INNEHÅLL	7	Fiskarbyar	31
Inventeringsläget i Närpes	7	Fiskarstugor	31
Byakvällar, seminarier och intervjuer – delar av kulturmiljöprogrammet		Stenkilning	32
Vad är kulturmiljö?	8	Lotsväsendet i Närpes	32
Vad är ett kulturmiljöprogram, varför görs det?	8	Skolor och ungdomslokaler sprider upplysning i byarna	33
	9		
2 NATURLANDSKAPET SOM GRUND FÖR KULTURLANDSKAPET	10	DEL II DAGSLÄGET, PRESENTATION AV BYARNA	34
Växthusstaden Närpes	10	4 VÄRDEFULLA INVENTERADE KULTURMILJÖER	34
Naturens egenskaper och värden	10	Värdbiotoper- kulturlandskapets artrika livsmiljöer	36
		Bygda kulturmiljöer	40
DEL I KULTURMILJÖNS HISTORIA	18	Landskapsområden	48
3 FAKTORER SOM FORMAT KULTURMILJÖNS UTVECKLING	18	5 MÅNGFACETERADE KULTURMILJÖER	49
Förhistorisk bosättning i närpesområdet	19	Värdefullt byggnadsarv utanför Närpes gränser	49
Närpes gamla storsocken	21	Kyrkliga omgivningar	51
Närpes församling och kyrkor	21	Allmogemiljöer	57
Skeppsbyggeri	22	Fritidens omgivningar	67
Bondesseglation	22	Danspaviljonger	69

Kuva 2. Avainteemat (Från Kustby till Ådal – Närpes kulturmiljöprogram 2013)

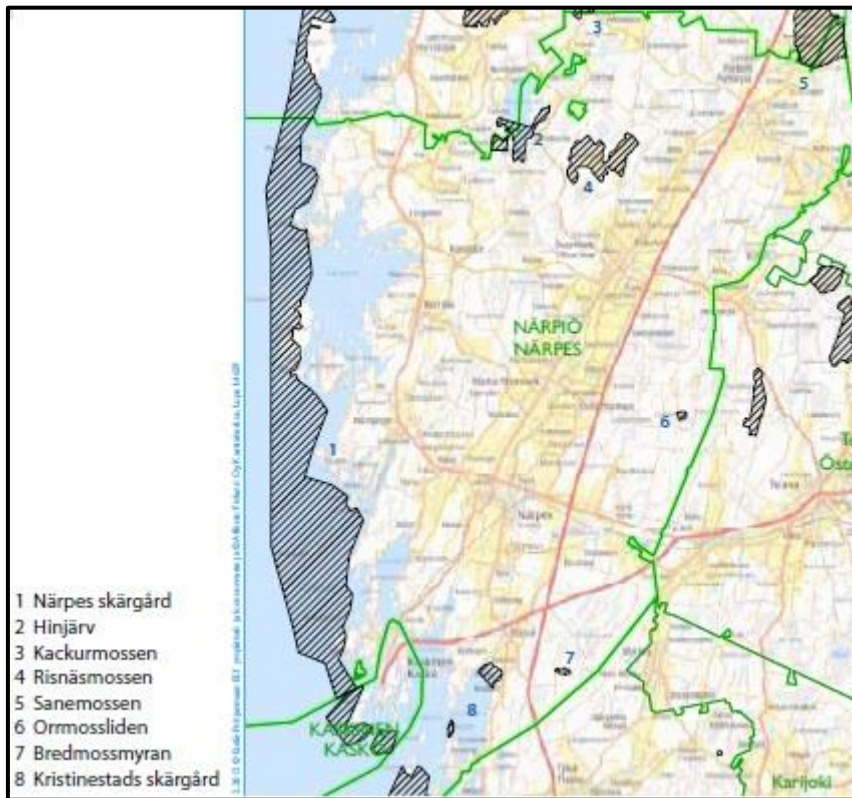
2) **Avainteemat:** *Strategian esittämisessä kannattaa valita muutama selkeästi toisistaan erottuva avainteema.*

Strategioiden avainteemat tulevat selkeästi esiin lähes kaikissa tapauksissa päälukujen otsikoinneissa tai päälukujen jakamisessa teeman mukaan osiin. Yhdessä dokumentissa päälukuja on niin monta (20 kpl), että sen avainteemoja on vaikea hahmottaa. Toisessa dokumentissa avainluvut taas näkyvät taulukkomuodossa. Kahdessa monta päälukua sisältävässä dokumentissa avainteemat on ilmaistu selkeästi jakamalla dokumentti osiin.

Närpiön kulttuurimiljööstrategian sisällysluettelon kuvakaappaus (kuva 2, ks. s. 61) kuvastaa dokumentin päälukujen jakamista teemallisiin osiin. Kuvassa näkyvät osat I ”Kultuurimiljöns historia” ja II ”Dagsläget, presentation av byarna”, joiden lisäksi dokumentissa on myös osa III ”Framtid”. Dokumentin kolme tärkeintä avainteemaa erottuvat selkeästi jaottelun ja osien nimien ansiosta.

3) **Tiedon graafiset esitysmuodot:** *Tiedon graafiset esitysmuodot voivat helpottaa ja nopeuttaa tiedon omaksumista.*

Vain yhdessä aineiston dokumentissa ei ole käytetty mitään tiedon graafisen esittämisen muotoja. Muissa dokumenteissa niitä esiintyy vähintään yksi, monissa useita. Tiedon graafisen esittämisen muotoina on käytetty taulukoita, diagrammeja, tekstilaatikoita ja erilaisia kuvioita.



Kuva 3. Tiedon graafiset esitysmuodot (Från Kustby till Ådal – Närpes kulturmiljöprogram 2013: 13)

Närpiön kulttuurimiljöohjelman karttakuva (kuva 3), jossa esitetään strategian kannalta tärkeät alueet. Kartta helpottaa erilaisiin alueisiin ja tiloihin liittyvän tiedon ymmärtämistä (Horton 1993: 208–209).

4) *Iskulauseet, vertauskuvat ja esimerkit: Iskulauseet, vertauskuvat, esimerkit ja näihin liittyvät otsikoinnit voivat selventää sanoman merkitystä.*

Enimmäkseen dokumenteissa ei ole käytetty vertauskuvia tai iskulauseita, vaan kielivalinnoissa painottuu asiapitoisuus ja tarkka kuvaaminen. Kaksi dokumenttia erottuu tässä osa-alueessa muista. Strategiassa ”Näin rakennamme Kristiinankaupungin tulevaisuutta” käytetään iskulauseita ja tehokeinona esimerkiksi me-retoriikkaa. Dokumentissa annetaan myös runsaasti esimerkkejä siitä, mitä strategiassa esitetyt asiat käytännön elämässä tarkoittaisivat. Etelä-Pohjanmaan kulttuuristrategiassa taas käytetään monipuolisesti iskulauseita, joista osa on paikallisen murteen muodossa.



4.3.4 Kansainvälisyys - Kulttuuri tuloo ja menöö

Kuva 4. Iskulauseet, vertauskuvat ja esimerkit (Etelä-Pohjanmaa – Jotakin parempaa: Kulttuuristrategia 2015–2020: 34)

Kuvassa 4 on esimerkki Etelä-Pohjanmaan kulttuuristrategian murremuotoisesta iskulauseen käytöstä otsikossa. Iskulauseet voivat helpottaa erilaisten strategiaviestien muistamista (Hämäläinen & Maula 2004: 89–90).

5) **Kieliryhmien huomioiminen:** *Vaihtelut käyttäjien kielessä ja muissa demografisissa ominaisuuksissa voi huomioida suunnittelemalla erilaiset dokumentit eri ryhmille tai lisäämällä samaan dokumenttiin eri kieliversioita.*

Kolmesta dokumentista on laadittu ainoastaan ruotsinkielinen versio, ja kahdesta vain suomenkielinen. Kolmesta dokumentista on julkaistu sekä suomen- että ruotsinkielinen versio. Yksi dokumentti, Pohjanmaan kulttuuriohjelma, on kaksikielinen. Kaksikielisyys on toteutettu kaksipalstaisilla sivuilla, jolloin toisella palstalla on teksti suomeksi ja toisella ruotsiksi.

Yhteenvetona voidaan todeta, että lähes kaikkien dokumenttien avainteemat erottuvat kappalejaon perusteella ja joissain tapauksissa valitut otsikot terävöittävät osaltaan avainteemoja. Avainteemojen selkeä esiintulo helpottaa tärkeimpien strategiaviestien hahmottamista, mutta vain yhdessä dokumentissa on tiivistetysti ja kiteytetysti ilmaistu strategian ydinviestit. Yhtä poikkeusta lukuun ottamatta jokaisessa dokumentissa on hyödynnetty taulukoita ja muita tapoja esittää tietoa graafisessa muodossa. Neljässä dokumentissa on huomioitu kaksikielisyys, ja loppuista dokumenteista on saatavilla vain suomen- tai ruotsinkielinen versio. Alueelliset erot kieliryhmien edustuksissa voivat osaltaan selittää kielivalintojen vaihtelua dokumenteissa. Esimerkiksi Pohjanmaan maakunnan kulttuuristrategian käyttäjille ruotsin kielellä on varmasti huomattavasti merkittävämpi painoarvo kuin Etelä-Pohjanmaan maakunnan kulttuuristrategian käyttäjille. Tämä perustuu siihen, että Pohjanmaan maakunnassa on kaksitoista kaksikielistä kuntaa ja yksi ruotsinkielinen, kun taas Etelä-Pohjanmaan maakunnassa kaikki kunnat ovat suomenkielisiä (Tilastokeskus 2015).

6.2.3 Visuaalinen käytettävyys

Visuaalinen käytettävyys on yhteydessä dokumentin ulkoasuun. Se tukee havaintoergonomiaa ja dokumentin luettavuutta (Näsänen 2004: 23; Näsänen 2007: 91). Tarkastelen tässä alaluvussa dokumenttien ulkoasua käytettävyyden kannalta.

1) ***Yhtenäisyys:*** *On syytä käyttää yhtenäistä visuaalista ilmettä esitystavassa dokumentin alusta loppuun. Elementtien samankaltaisuus samoissa käyttöyhteyksissä parantaa dokumentin luettavuutta.*

Jokaisessa dokumentissa on huomioitu graafisen ilmeen yhtenäisyys, joka on johdonmukaisesti samanlainen läpi strategiaosuuden. Kahdessa dokumentissa on liitesivuja, jotka eroavat ulkonäöltään selkeästi varsinaisesta strategiatekstiosuudesta. Kuvassa 5 (ks. s. 67) on esimerkkinä kuvakaappaus toisesta näistä dokumenteista, Pohjanmaan kulttuuriohjelmasta.

2) ***Fontit ja elementit:*** *On parempi käyttää hieman liian suurta kokoa kuin liian pientä. Kaikkien elementtien tulisi myös ulkoisesti noudattaa sitä tyyliä, mitä dokumentin halutaan edustavan.*

Dokumenteissa käytetyt fonttikoot ja erilaisten elementtien koot vaikuttivat riittävän suurilta, yhdessäkään dokumentissa ei ole käytetty liian pientä fonttikokoa. Kaikissa dokumenteissa on nähtävillä yhtenäistä värimaailmaa teksteissä ja kuvioissa. Kuvan 6 (ks. s. 68) kuvakaappauksessa näkyy esimerkki yhtenäisestä muotoilusta dokumentin elementeissä Pedersören kuntastrategiassa.



Kuva 5. Yhtenäisyys (Pohjanmaan kulttuuri-ohjelma 2014–2017: 22–23)

Pohjanmaan kulttuuri-ohjelmassa strategiatekstisivujen ja liitesivujen muotoilut ovat varsin erilaiset (kuva 5). Tämä on luettavuuden kannalta positiivinen asia, sillä lukija erottaa helposti, mihin varsinainen strategiaosuus päättyy ja mistä liitteet alkavat.

Biilaga 1. Organisationer, institutioner och utbildning inom kultursektorn i Österbotten 31.12.2013
Liite 1. Kulttuurialan järjestöt, instituutit ja koulutus Pohjanmaalla 31.12.2013

	KULTUR PÅ AMATÖRBAS HARRASTAJAKULTTUURI	KULTUR PÅ PROFESSIONELL BAS AMMATTIMAINEN KULTTUURI	UTBUD AV UTBILDNING KOULUTUSTARJONTA
KULTURIN JA KULTTUURITOIMINNAN KULTTUURIPERINTÖ JA KULTTUURISÄÄNTÖ	Finländska svenska hembygdsförbund rf Suomen Kotiseutuliitto ry - Finländsk hembygdsförbund rf Österbottens museiportal - Pohjanmaan museoportali	SARK Sarkkulttuuriverkko i Österbotten - Pohjanmaan laulun kulttuuriverkosto Jakobstads museum - Pietarsaaren kaupungin museo K.H. Reinholdin museo - K.H. Reinholdin museo Kuusinkä museum - Kuusinkäin museo Kävelövändert i Kivikentad - Kivikentän kaupungin museotoimi Ständers museum och kulturcentrum - Ständersin museo ja kulttuurikeskus Västerns maakunta-arkisto - Väsa läänin arkisto Österbottens museum - Pohjanmaan museo Österbottens traditionsarkiv	Arkistolobes - Arkiverket Finländska svenska hembygdsförbund rf Suomen Kotiseutuliitto ry - Finländsk hembygdsförbund rf
ARKEOLOGIA ARKEOLOGIA	Österbottens fornlämningsförhållningar rf	Museoverket Västan toimitus - Museoverket Väsa kontorit Österbottens museum - Pohjanmaan museo	
BYGGNADSKONSERVATION OCH KULTTUURIN JA KULTTUURIPERINTÖN KÄSITTELY		Museoverket: kulttuuriympäristötieto - Museoverket: information om kulttuuriympäristöjä Ympäristöhallinto: alueellista ympäristötietoa - Mijöörvalning: regional miljöinformation Österbottens museum - Pohjanmaan museo	

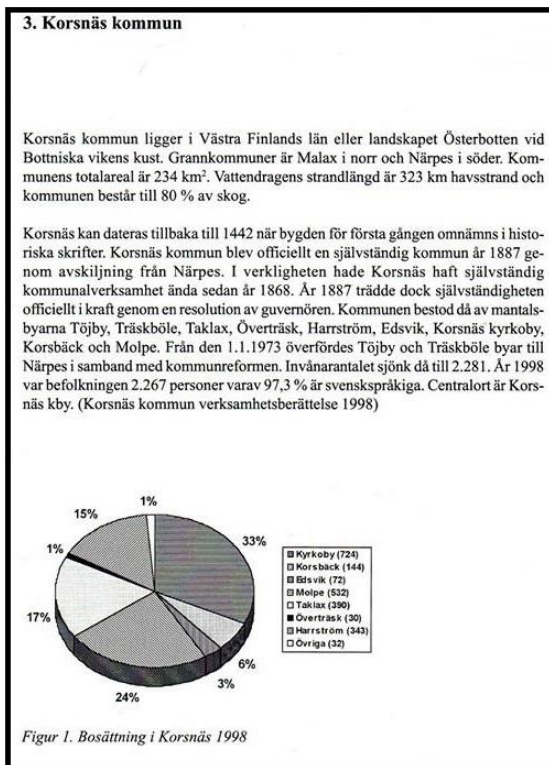
Kultur, rekreation och idrottsgruppen	
<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Natur och grönområden • Starkt föreningsliv, eldsjälur • Byakänsla, egenproducerat intresserar • Olika kulturformer har starka traditioner • Lokalt, bekant, hemkänsla lockar • Allätande kulturkonsumerter • Konstutbildningen i Jakobstad: tillgång till kunnigt folk • Näridrottsmöjligheter 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marknadsföring • Frivilliga krafter • Kulturkonsumtionen är stadscentrerad • "Finkultur" lockar inte i egen kommun • Undervärderar egna traditioner • Svårt att locka folk utifrån • Övernattningsmöjligheter • Jantelagen
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potentiella events som kan utvecklas • Natur med vandringsleder • Kulturhistoria: fornlämningar • Museer och byagårdar • Ådalskultur • Spelmanslag, folkmusik • Starkt kulturarv, lång historia, stor potential • Föreningar och konstformer möter varandra • Vasabåtarna • Stort motionsintresse • Decentraliserade bibliotek • Pedersöre har framgångsrika idrottare och professionella inom kulturfältet • Eldsjälur inom nya områden 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingen förvnsring i traditionskulturen • Dagens tempo: hur folk använder sin tid • Byråkrati som avskräcker föreningar • Övergödning av sjöar • Exploatering av naturmiljöer • Sårbara föreningar med minskande antal medlemmar • Ekonomiska resurser begränsade • Föreningshusens skick
<p>Kultur, rekreation, idrott</p> <p>Arbetsgruppen konstaterade rent allmänt att det är viktigt med en egen identitet för att känna samhörighet. Utan samhörighet är också intresset för att</p>	

Kuva 6. Fontit ja elementit (Pedersöre kommun – Strategisk generalplan 2030: 40)

Kuvassa 6 on esimerkki Pedersören kuntastrategiassa käytetystä yhtenäisestä tyylisestä fonttien ja elementtien muotoilussa. Yhtenäinen tyyli muotoiluasetuksissa tukee dokumentin luettavuutta (Kimball & Hawkins 2008: 120–121; Reiss 2012: 171–172).

3) **Värien käyttö:** Kontrastieron tulee olla sopiva, jotta teksti erottuisi. Värejä voi käyttää tärkeiden asioiden korostamiseen ja elementtien luokitteluun.

Kontrastierot on huomioitu kaikissa dokumenteissa. Dokumenttien värimaailmoissa on vaihtelua. Korsnäs ja Pietarsaaren strategiadokumentit ovat mustavalkoisia. Kolme dokumenttia on väreiltään hillittyjä, eli niissä on käytetty 3–4 värisävyä. Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan kulttuuristrategioissa väriyhdistelmiä on käytetty tyylikeinona. Närpiön ja Pedersören strategiadokumenttien muotoilusetusten värivalinnat ovat hillittyjä, kun taas kuvia on käytetty runsaasti.



4.3 Kulttuurin kehittämisen kulmakivet

Tavoitteenamme on luoda Etelä-Pohjanmaasta vuoteen 2020 mennessä "meitä ittiä ja muuta maailmaa innostava kulttuurimaakunta". Strategia, jossa ei ole tehty valintoja, on vaikutusvoimaltaan vähäinen tai olematon. Jotta voimme nousta entistään merkittävämäksi, kansainvälisemmäksi ja vetovoimaisemmaksi kulttuurimaakunnaksi, on kehittämistyössä tehtävä valintoja. Kehittämisen kulmakivet vuosille 2014-2020 kertovat, mihin asioihin erityisesti panostamme alueen kulttuurin edistämiseksi ja kehittämisessä seuraavien vuosien aikana. Ne perustuvat niin nykyisiin vahvuksiimme kuin tulevaisuuden tarpeiden ennakkointiin.

YHTEISTYÖ
HIAT KAARI-TAHAN YHYRES!

Tarvitsemme lisää lisääntyä tuottavaa yhteistyötä, toiminnallisia verkostoja ja innovatiivisia toimintamalleja maakuntaan.

HYVINVOINTI
TÄNNEKKI FRIS-KAANAA TAIRETTA!

Kulttuuri kuuluu kaikille. Tuomme kulttuurin sinne, missä ihmiset ovat. Kulttuuri edistää hyvinvointia ja terveystä.

LUKETOIMINTA
EPHÄ SE ON, JOKA KOMMENTEERAA!

Edistämme uusin innovatiivisin menetelmin ja mallein niin yrittäjyyttä kuin ammattilaisuutta. Olemme kehittämisessä pitkäjänteisiä.

KANSAINVALISUUS
KULTTUURI TULOO JA MENO!

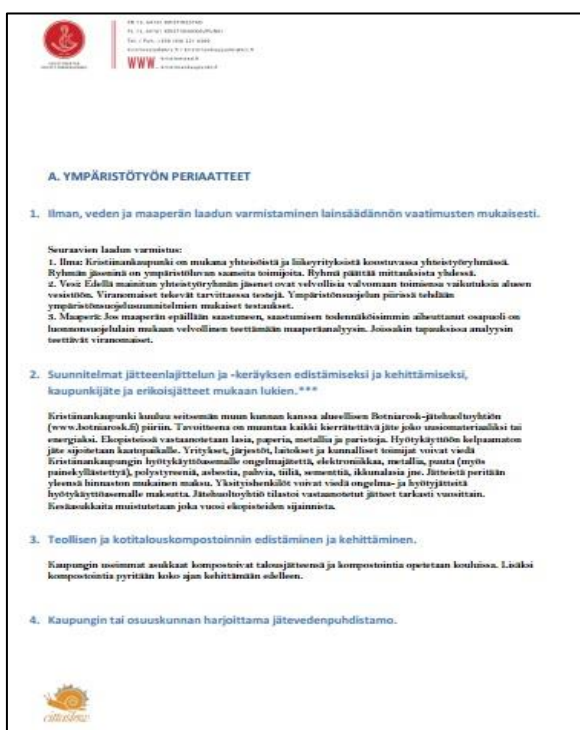
Olemme rohkeasti oma itsemme, ja juuri siksi kansainvälisesti kiinnostava. Kehitämme omia vahvuksiamme määrätietoisesti kohti kansainvälistä osaamiskärkeä. Toimimme aktiivisesti kansainvälisissä verkostoissa.

Kuva 7. Värien käyttö (Korsnäs kunta 1999: 10; Etelä-Pohjanmaa – Jotakin parempaa: Kulttuuristrategia 2015–2020: 24)

Kuvassa 7 on aineiston kaksi ääripäätä värivalinnoissa: Korsnäsin mustavalkoinen dokumentti ja Etelä-Pohjanmaan dokumentti, jossa värejä käytetään korostuskeinona.

4) *Sijoittelultaan selkeä ja yksinkertainen ulkoasu: Tiedon ja elementtien sijoittelussa kannattaa pysyä yksinkertaisuudessa. Turhan ja ylimääräisen tiedon esittämistä tulee välttää.*

Dokumenteissa tietojen ja elementtien sijoittelu on pääasiassa selkeää. Joissain dokumenteissa on käytetty paljon värejä ja kuvia, mutta se ei vähennä tiedon esittämisen selkeyttä, koska niiden käyttö on johdonmukaista.



Kuva 8. Sijoittelultaan selkeä ja yksinkertainen ulkoasu (Cittaslow Kristiinankaupunki kriteerit 2011: 5)

Kuvassa 8 (ks. s. 70) on esimerkki selkeästä ja yksinkertaisesta ulkoasusta Kristiinankaupungin Cittaslow-strategiassa. Lukijan on helppo tunnistaa erilaiset tekstityypit ja niiden merkitykset. Johdonmukainen ja yhtenäinen muotoilu parantaa dokumentin luettavuutta (Kimball & Hawkins 2008: 120–121; Reiss 2012: 171–172).

Tarkastelun yhteenvedona voidaan todeta, että dokumenttien ulkoasuissa esiintyy huomattavaa vaihtelua. Jotkut ovat hyvin yksinkertaisia ja värivalinnoiltaan hillittyjä, kun toisissa taas on runsaasti kuvia, värejä sekä muita visuaalisia elementtejä ja tehokeinoja. Visuaaliset ilmeet ovat lähes poikkeuksetta yhtenäisiä ja johdonmukaisia, eikä niissä esiinny tiedon omaksumista vaikeuttavia tai katsetta harhauttavia tekijöitä. Muutamassa dokumentissa visuaalisia keinoja ja elementtejä käytetään tärkeiden asioiden esille nostamiseen ja korostamiseen, joissain dokumenteissa taas visuaalinen ilme ei anna viitteitä siitä, että jotkut dokumentin osat olisivat tärkeämpiä kuin toiset.

6.2.4 Tekstin sisältö

Tekstin sisällön tarkasteleminen keskittyy kahteen asiaan: strategiadokumenttien rakenteen hahmottamiseen ja siihen, mistä näkökulmasta kulttuuria käsitellään. Näkökulma kulttuuriin näkyy siinä, millaista tietoa kulttuuristrategiasta ja alueen kulttuuritoiminnasta otetaan mukaan strategiaan. Ihannetapauksessa valinnat tehdään ennen kaikkea kohderyhmien tarpeiden mukaan (Lentz & Pander Maat 2004: 393).

1) **Näkökulma aiheeseen:** *Näkökulma kulttuuriin sekä korostettavat ja pois jätettävät asiat kannattaa valita kohderyhmien tarpeiden mukaan.*

Seitsemässä dokumentissa kulttuuria tarkastellaan ennen kaikkea strategian ja suunnittelun näkökulmasta. Närpiön ja Korsnäsin kulttuuristrategioissa operatiivisen

tason kulttuuritoimintaa kuvataan erittäin paljon muihin dokumentteihin verrattuna, kun taas varsinaisen kulttuuristrategian kuvaaminen jää melko vähäiseksi kulttuuritoiminnan kuvaamisen määrään verrattuna. Närpiön kulttuuristrategiassa kulttuuritoimintaa ja -strategiaa kuvataan ainoastaan kulttuuriympäristön ja -perinteen näkökulmasta.

2) **Kohderyhmien huomioiminen:** *Eri kohderyhmiin kuuluvat käyttäjät voi huomioida väliotsikoita, alalukuja, yhteenvetoja tai listoja käyttämällä.*

Korsnäsin kulttuuristrategiassa on yhteenveto, johon on listattu kaikki kulttuurin kehittämissuunnitelmat. Tällainen yhteenveto sopii kohderyhmälle, jolle on tärkeää tietää ajankohtaiset kehittämistavoitteet, kuten työnsä puolesta kulttuuristrategioista tietoa tarvitseville. Muissa dokumenteissa ei näy vastaavanlaisia ratkaisuja, jotka voisi tulkita tietyn käyttäjäryhmän huomioimiseksi.

3) **Rakennevalinnat:** *Strategiadokumentin rakenne viestii siitä, miten dokumentissa esitetyt asiat ovat yhteyksissä toisiinsa ja siitä, millaista logiikkaa ne noudattavat. Rakenteella voi siis vaikuttaa strategiaviestien välittämiseen halutulla tavalla.*

Markelin (2012: 153–154) rakennemalleista aineistossa yleisin on ”Yleisestä yksityiskohtaiseen”, joka näkyy neljässä dokumentissa. Luokitteluun perustuva rakenne erottuu kahdessa dokumentissa, kausaalinen taas yhdessä. Kahden dokumentin rakennetta kuvaa parhaiten rakennemallien yhdistelmä. Närpiön kulttuuristrategian pääluvuissa näkyy kronologinen järjestys, mutta alaluvuissa spatiaalisuudella on vahva merkitys. Pedersören kuntastrategian rakenteessa on piirteitä kolmesta mallista: ”Yleisestä yksityiskohtaiseen”, kronologinen ja spatiaalinen.

Taulukossa 5 esitän luokittelun dokumenteissa esiintyvistä lukutyypeistä. Lukutyypin esiintymismäärät ilmoitan sen perusteella, kuinka monessa dokumentissa kyseinen lukutyyppi esiintyy vähintään kerran.

Taulukko 5. Strategiadokumenttien rakenteet

Luvun tyyppi	Lkm	Huomioitavaa
Johdantoluku	7	Johdantolukujen aiheet: vision kuvaus, strategiatyön taustojen kuvaus, alueen kulttuuri-ilmapiiirin kuvaus
Kulttuuristrategian ohjelmakohdat	4	Lisäksi 2 dokumentissa kulttuuristrategian ohjelmakohdat kuvattiin muuta aihetta käsittelevän pääluvun aluvussa. Lopuissa dokumenteissa kulttuuristrategiaa käsitellään kappaleissa, taulukoissa, listoissa tai virkkeissä.
Alkusanat	4	Yhdessä dokumentissa on kahdet alkusanat, jotka esitetään omilla luvuissaan.
Liitteet	4	-
Seuranta- ja/tai arviointiluku	3	Lisäksi 1 strategiassa seuranta ja arviointi esitetään muuta aihetta käsittelevän pääluvun aluvussa.
Arvopohjan kuvaaminen	2	-
Kulttuuripalvelujen rakenne ja/tai hallinto	2	Toisessa dokumenteista tiedot esitetään liitteissä.
Kunnan/maakunnan kuvaus	2	-
Lähteet	2	-
Yhteenvetoluku	1	Aiheena kulttuuristrategian tavoitteet
Kulttuurikäsitteen määrittely	1	-
Kulttuurilainsäädäntö	1	-
Dokumentissa ei ole varsinaisia lukuja	1	Kulttuuristrategia on esitetty taulukkomuodossa.

Yksittäisessä dokumentissa saattaa olla useampi samaa lukutyyppiä edustava luku, mutta taulukossa 5 huomioidaan se, kuinka monessa strategiadokumentissa lukutyyppi esiintyy edes kerran. Päälukujen määrä vaihtelee dokumenteissa 0–20 välillä. Yleisin lukutyyppi on johdantoluku, jollainen on seitsemässä dokumentissa. Taulukossa 5 on huomioitu vain dokumenttien yleiset ja kulttuuristrategiaa käsittelevät osuudet. Tarkemmat tiedot aineistona olevien strategiadokumenttien kokonaisista sisällöistä esitetään taulukossa liitteessä 2.

Tekstin sisällön analyysin perusteella voidaan todeta, että lähes kaikissa dokumenteissa korostuu suunnitteluun ja kehittämiseen liittyvä näkökulma, joka todennäköisesti kiinnostaa eniten työnsä puolesta kulttuuristrategioita käyttäviä. Kahdessa dokumentissa taas keskitytään laajemmalti operatiiviseen kulttuuritoimintaan, joka voi taas vastata paremmin muusta syystä kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneen lukijan, kuten esimerkiksi kunnan asukkaan, intresseihin.

Dokumenttien rakenteet ovat varsin erilaisia. Dokumentin sisältämien lukujen tarkastelua monimutkaistutti se, että osa dokumenteista on varsinaisia kulttuuristrategioita, kun taas jotkut ovat laajempia strategiadokumentteja. Huomioin laajemmista strategiadokumenteista niiden yleisen rakenteen, kulttuuria koskevat luvut sekä koko dokumenttia koskevat johdanto- ja päätösluvut.

6.2.5 Yhteenveto dokumenttien analyysistä

Tutkimusaineistona olevissa strategiadokumenteissa on merkittävästi eroa viestintäkeinojen käytössä, ulkoasussa sekä tekstin sisällössä ja rakenteessa. Kaikkia strategiadokumentteja yhdistää kuitenkin se, että niissä esitetään kehittämissuunnitelmia alueen kulttuuritoimintaan. Analyysin perusteella näyttää siltä, että maakuntien kulttuuristrategioissa näkökulma kulttuuriin on laaja-alaisempi kuin kuntien strategioissa, eikä niissä juurikaan huomioida operatiivisen tason kulttuuritoimintaa. Maakunnallisissa kulttuuristrategioissa ei paneuduta yksittäisten kuntien erityiskysymyksiin (Hautamäki 2015), minkä vuoksi näkökulma kulttuurin kehittämiseen koskee enemmän suuria linjoja kuin yksityiskohtia. Kuntien omissa kulttuuristrategioissa kulttuuritoimintaa saatetaan tarkastella hyvinkin yksityiskohtaisesti, kuten esimerkiksi Korsnäsin kulttuuristrategiasta, jossa kunnassa tapahtuvan kulttuuritoiminnan kuvaamiselle on omistettu yhteensä kaksitoista päälukua.

Ulkoasun perusteella dokumenteista erottui kolme päätyyppiä. Ensimmäiseen tyyppiin kuuluu perinteisen asiakirjamaiset dokumentit, joissa värimaailma on mustavalkoinen tai hillitty. Ne sisältävät kuvioita ja taulukoita, mutta eivät värikkäitä kuvia. Tätä tyyppiä edustavat aineistossa Korsnäsin ja Pietarsaaren strategiadokumentit. Toisessa tyyppissä muotoilu ja värimaailma ovat myös hillittyjä ja asiakirjamaisia, mutta niissä on käytetty värikkäitä kuvia ja valokuvia dokumentin elävöittäjinä. Tyyppiä edustavat esimerkiksi Pedersören ja Närpiön strategiadokumentit. Kolmannessa tyyppissä graafisen ilmeen suunnitteluun on panostettu ja siinä on käytetty visuaalisina tehokeinoina elementtejä, jotka eivät ole täysin välttämättömiä tiedon esittämisen kannalta. Valokuvat ja värikkyys ovat myös tyyppillisiä. Aineiston maakunnalliset kulttuuristrategiat edustavat tätä tyyppiä. Maakuntatason strategioiden suunnittelussa resursseja saattaa olla käytössä enemmän kuin yksittäisten kuntien strategiatyössä, mikä voi selittää graafiseen ilmeeseen panostamisen niissä.

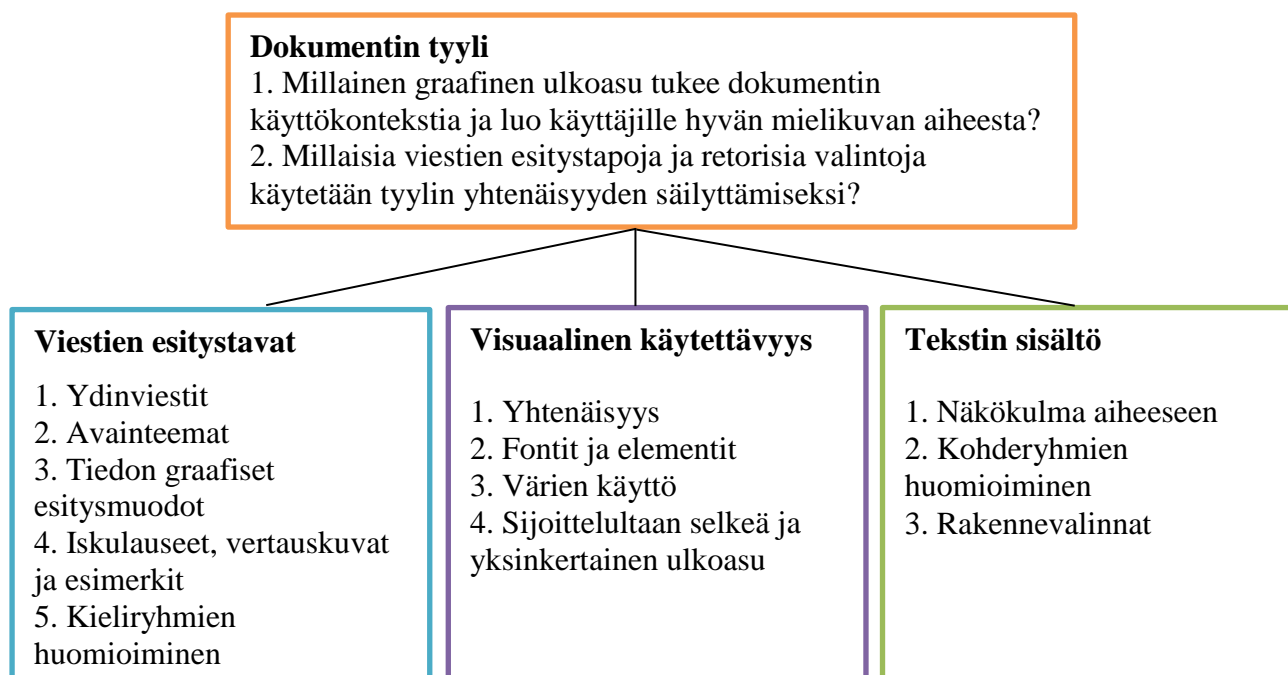
6.3 Käyttäjakeskeisyysmallin arviointi

Kulttuuristrategioiden analyysissa nousi esiin ominaisuus, jota käyttäjakeskeisyysmallin kriteerit eivät kattaneet. Kyseessä on dokumentin tyyli. Vaikka analysoin dokumenttien visuaalista suunnittelua ja viestinnän keinoja, huomasin, etteivät ne käsittäneet graafisen olemuksen ja viestintävalintojen yhteisvaikutuksesta syntyvää tyyliä. Korpela (2008: 57) määrittelee dokumentin tyylin muotoilusetusten kokonaisuudeksi. Fonttien, grafiikan käytön ja värien tarkastelu ei tavoitakaan dokumentin tyyliä kokonaisuudessaan, vaan tyyliin liittyy myös esteettinen ulottuvuus ja lukijan tuntemukset (Kimball & Hawkins 2008: 16, 120). Käyttäjakeskeisyysmallissa dokumentin graafisia ominaisuuksia on tarkasteltu lähinnä havaintoergonomian ja käytettävyyden näkökulmasta, jolloin estetiikka, tunnepuoli ja dokumentin ulkoasun

kokonaisuudessaan muodostama tyyli eivät tulleet huomioiduksi. Tämä johtunee siitä, että käyttäjakeskeisyysmalli keskittyy paljolti dokumentin yksityiskohtiin, kun tyyli taas on laajempi kokonaisuus. Tyyli on koko dokumenttia määrittelevä ominaisuus.

Kimball & Hawkins (2008: 13–14) näkevät, että dokumenttisuunnittelussa voidaan puhua suunnittelun tasosta, ja suunnittelun taso on myös yhteydessä tyyliin, joka dokumenttiin valitaan. Taso, jolla dokumentin suunnitteluun panostetaan, valitaan tilanteen, dokumentin käyttökontekstin ja kohderyhmän mukaan. Korkeatasoiseen ja korkeaan tyylittelyyn tähtäävän suunnitteluun vaaditaan paljon työtä ja resursseja, kun taas kevyempi suunnittelu vaatii vähemmän. (Emt. 14–15) Kimball & Hawkins (2008: 15–16) suosittelevat panostamaan dokumentin suunnitteluun erityisesti silloin, jos sen käyttäjillä on valtaa tehdä päätöksiä. Sopivan tyylin valitseminen perustuu siihen, että käyttäjät reagoivat dokumentteihin usein ensin tunteellisesti ja muodostavat sitä kautta nopeasti johtopäätöksiä dokumentin hyödyllisyydestä ja sopivuudesta käyttötarkoitukseensa. Tyyliissä keskeisiä tekijöitä ovat dokumentin aiheen käsittelytapa ja sen suhteen tehdyt viestintäkeinojen valinnat sekä ulkoasun valitseminen. (Emt. 16–17) Tyyliissä pysymisessä on tärkeää, että dokumentin graafiset elementit sekä dokumentissa käytetty retoriikka ja muut viestintätavat ovat sopusoinnussa (emt. 120–121).

Täydennän käyttäjakeskeisyysmallia siis kriteerillä, joka huomioi dokumentin tyylin. Tyylin voi nähdä liittyvän niin viestien esitystapoihin kuin visuaaliseen käytettävyyteen ja tekstin sisällön suhteen tehtyihin valintoihinkin. Viestien esitystavat liittyvät tyylin retoriikkaan ja tiedon graafisten esitysmuotojen tyyliin. Visuaalinen käytettävyys on yhteydessä dokumentin ulkomuotoon. Valinnat tekstin sisällössä koskevat myös osaltaan dokumentin retorista tyyliä. Koska tyyliillä on yhtymäkohtia jokaiseen kolmeen käyttäjakeskeisyyden osa-alueeseen, voi sen nähdä vaikuttavan kaikkiin osa-alueisiin ja olevan periaatteessa kaikkien niiden yläpuolella.



Kuvio 5. Kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalli

Parannellussa käyttäjakeskeisyysmallissa (kuvio 5.) kaikkia muita osa-alueita määrittäväksi tekijäksi nousi lopulta tekijä, jota en ollut tullut huomioineeksi alustavaa käyttäjakeskeisyysmallia luodessani. Käyttäjakeskeisyyden tutkiminen kulttuuristrategiadokumenteissa eteni siis alhaalta ylöspäin kulkevassa suunnassa. Aluksi oli helpointa hahmottaa yksityiskohtaiset ja pienehköjä tekijöitä koskevat käyttäjakeskeisyyden kriteerit, joiden kautta lopulta hahmottui kattavampi tekijä, eli koko dokumentissa käytettävä tyyli.

6.4 Yhteenveto

Tämän luvun tarkoituksena oli luoda kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalli, kokeilla sen toimivuutta analyysityökaluna ja tehdä siihen parannuksia tulosten perusteella. Luvussa esitettiin vastaukset toiseen ja kolmanteen tutkimuskysymykseen. Pohjana toiseen ja kolmanteen tutkimuskysymykseen vastaamiselle toimi ensimmäisen tutkimuskysymyksen vastaukseksi selvitetty kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti. Toinen tutkimuskysymys käsittelee käyttäjakeskeisyyden huomioimista kulttuuristrategiadokumenteissa, joten viestintäkontekstin selvittäminen oli tarpeen ennen tätä vaihetta. Selvitys tuotti tietoa kulttuuristrategioiden käyttökontekstista ja -systä, joiden pohjalta lähdin selvittämään käyttäjakeskeisyyden merkitystä. Vastauksena toiseen tutkimuskysymykseen loin alustavan käyttäjakeskeisyysmallin.

Kolmannessa tutkimuskysymyksessä haettiin vastausta siihen, millaiset kriteerit kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmalliin sopivat. Vastauksen saadakseni analysoin dokumenttiaineistoa käyttäjakeskeisyysmallin avulla, jotta näkisin, kuinka hyvin alustava käyttäjakeskeisyysmalli kattaa kulttuuristrategiadokumenttien ominaisuudet. Analyysi osoitti, että alustavaan käyttäjakeskeisyysmalliin tulee lisätä sen alkuperäisten kriteerien lisäksi dokumentin tyyliä koskevia kriteerejä. Tutkimustulosten valossa voi siis perustellusti todeta, että kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisydessä on oleellista huomioida dokumentin tyyli, viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja tekstin sisältö.

Käyttäjakeskeisyysmallin toimivuus analyysityökaluna viittaa siihen, että sitä voisi mahdollisesti käyttää kulttuuristrategiadokumenttien suunnittelutyössä käyttäjakeskeisyyden vahvistamiseen. Mallin soveltamista käytännön toimintaan tukee se, että käytin sen muodostamisessa monia alan ohje- ja opaskirjoja, joten tähtäsin mallin suunnittelussa alun alkaenkin käytännölläisyyteen.

7 LOPPUPOHDINNAT

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä käyttäjakeskeisyys merkitsee kulttuuristrategiadokumenteissa. Osatavoitteina oli selvittää kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti, hahmottaa niiden käyttäjakeskeisyyden kannalta oleelliset ominaisuudet ja valita sopivat kriteerit kulttuuristrategiadokumenttien käyttäjakeskeisyyden tarkasteluun.

Viestintäkontekstin selvitin Lentzin & Pander Maatin funktionaalista analyysia käyttäen. Sain selville, että kulttuuristrategioiden viestien lähettäjinä olevia organisaatioita ovat kunnat ja kuntaliitot, joiden päämääränä on kulttuuristrategian toteuttaminen, jossa tärkeässä osassa on strategiasta viestiminen ja sitä kautta kohderyhmiin vaikuttaminen. Kohderyhminä kulttuuristrategioille ovat työnsä puolesta kulttuuristrategiasta tietoa tarvitsevat (kunnan kulttuurityöntekijät, poliittiset päättäjät ja kunnan kulttuuritoimijat) ja muusta syystä kulttuurin kehittämisestä kiinnostuneet. Kohderyhmät haluavat tietoa kulttuuristrategiasta joko työtehtäviensä hoitamisen tueksi tai muusta syystä johtuvan kiinnostuksen vuoksi. Menetelmänä funktionaalinen analyysi oli tehokas halutun tuloksen saavuttamisessa.

Hyödynsin selvittämäni viestintäkontekstia ja tutkimuksen teoria-aineistoa luodessani kulttuuristrategioiden käyttäjakeskeisyysmallin. Käytin mallin luomisessa käyttäjakeskeisyyttä ja käytettävyyttä koskevaa teoria-aineistoa, josta valitsin kulttuuristrategioiden kannalta oleelliset asiat. Valintojen taustalla oli kulttuuristrategioiden viestintäkonteksti. Käyttäjakeskeisyysmalli sisältää kriteerejä, jotka liittyvät dokumentin ymmärrettävyyteen, visuaaliseen käytettävyyteen ja tekstin sisällön suhteen tehtyihin valintoihin.

Testasin käyttäjakeskeisyysmallin toimivuutta soveltamalla sitä autenttisiin strategiadokumentteihin. Havaittiin, että alustava teoreettinen malli ei ollut vielä aivan riittävä, sillä se ei kattanut dokumentin tyyliä, vaikka siinä huomioitiinkin viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja tekstin sisältö. Paranneltu käyttäjakeskeisyysmalli sisältää neljä osa-alueita: dokumentin tyyli, viestien esitystavat, visuaalinen käytettävyys ja tekstin sisältö. Tutkimukseni tulosten perusteella käyttäjakeskeisyysnäkökulmasta ihanteellisessa kulttuuristrategiadokumentissa on huomioitu edellä esitetyt osa-alueet. Strategiasuunnittelussa olisi aluksi tärkeintä selvittää strategian käyttäjät, heidän tarpeensa ja se, millaista toimintaa varten käyttäjät strategiaa tarvitsevat. Visuaalisen käytettävyyden periaatteet ovat melko samanlaisia dokumenteissa yleensä, mutta viestien esitystavat ja tekstin sisältö tulee suunnitella käyttäjien tarpeiden mukaan. Viestien esitystapojen, käyttäjäystävällisen ulkoasun ja tekstin sisällön tulee sopia tyyliltään dokumentin kokonaistyyliin.

Lähdekirjallisuudessa esitetään näkemyksiä ja suosituksia, jotka tukevat tekemiäni valintoja käyttäjakeskeisyysmallin muodostamisessa. Markel (2012: 41–42, 45–46) näkee, että dokumentteja suunniteltaessa tulee ottaa huomioon kohderyhmä tarpeineen, toimivan ulkoasun luominen ja sopivimpien viestintäkeinojen valitseminen. Kimball & Hawkins (2008: 7) suosittelevat huomioimaan dokumentin suunnittelussa seuraavanlaisia seikkoja: millaista tietoa käyttäjät dokumentista haluavat lukea, millaisia valintoja dokumentin sisällön suhteen tulisi tehdä ja miten dokumentin visuaalinen ilme saadaan palvelemaan mahdollisimman hyvin dokumentin sanomaa ja käyttötarkoitusta.

Tutkimuksen pohjalta ei pystytty suoraan vastaamaan siihen, voiko käyttäjakeskeisyysmallia käyttää apuna strategiadokumenttien suunnittelussa, koska luotu malli oli teoreettinen. Seuraavassa vaiheessa mallia tulisi testata käytännössä strategiadokumenttien luomisessa. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää sen toimivuutta ja

mahdollisia parannusehdotuksia dokumenttien laatijoille tehtävien haastattelujen avulla. Toinen mahdollinen jatkotutkimusaihe käyttäjakeskeisyysmallin kehittämiseen olisi valmiiden dokumenttien käytettävyydestä käyttäjille.

Vaikka tämän tutkimuksen varsinaisiin tutkimuskysymyksiin ei kuulunut kysymys käyttäjakeskeisyysmallin toimivuudesta käytännön suunnittelutyössä, on perusteltua olettaa, että malli olisi toimiva kulttuuristrategioiden suunnittelutyössä. Oletusta tukee se, että käyttäjakeskeisyysmallin luomisessa on hyödynnetty erilaisia ohje- ja opaskirjoja, joten lähestymistapa on melko käytännönläheinen. Käyttäjakeskeisyysmallia voisi mahdollisesti soveltaa pienin muokkauksin muidenkin strategiadokumenttien kuin kulttuuristrategioiden suunnitteluun. Monet käyttäjakeskeisyysmallissa olevat kriteerit sopivat dokumenttien suunnitteluun yleensä. Nimenomaan kulttuuristrategioita koskevat tekijät kriteereissä voi muuttaa muunkin alan strategiaan sopiviksi, kunhan kriteerien alkuperäiset periaatteet säilyvät.

LÄHTEET

Carliner, Saul (1993). A way with words. Presenting information verbally. Teoksessa: Barnum, Carol & Carliner Saul (toim.). *Techniques for technical communicators*. New York: Macmillan co. 138–186.

Grove Ditlevsen, Marianne & Peter Kastberg (2007). When Corporate Communication Goes Public. Communication Policies in Public Communication [online]. *Hermes – Journal of Language and Communication Studies* 38: 3, 11-40. [Lainattu 15.1.2015]. Saatavilla: <http://download2.hermes.asb.dk/archive/download/hermes-38-3-pk-mgd.pdf>

Hautamäki, Tarja (2015). VS: VS: Väkiraportti on valmis! Sähköpostiviesti Krista Koskelle 23.2.2015.

Horton, William (1993). Pictures please. Presenting information visually. Teoksessa: Barnum, Carol & Carliner Saul (toim.). *Techniques for technical communicators*. New York: Macmillan co. 187–218.

Horwarth, Rich (2006). The evolution of business strategy [online]. [Lainattu: 5.12.2014]. Saatavilla: <http://www.slideshare.net/Alistercrowe/the-evolution-of-business-strategy>

Hämäläinen, Virpi & Hanna Maula (2004). Strategiaviestintä. Keuruu: Management Institute of Finland MIF.

Kamppuri, Minna (2011). Theoretical and methodological challenges of cross-cultural interaction design [online]. Joensuu: Department of Forestry and Natural Sciences, [Lainattu 17.1.2015]. Saatavilla: http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-0407-2/urn_isbn_978-952-61-0407-2.pdf

Kimball, Miles A. & Ann R. Hawkins (2008). Document Design. A guide for technical communicators. New York: Bedford/St. Martin's.

Korpela, Jukka K. (2008). Työelämän asiakirjat. Asettelu, tyylit & typografiat. Jyväskylä: Docendo.

Kuntalaki 17.3.1995/365

Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 3.8.1992/728

- Lamminen, Juha (2012). Intentional lähestymistapa käytettävyyttä koskevien vaatimusten määrittelyyn. Kuluttajamarkkinoille suunnatun innovatiivisen ohjelmistotuotteen vuorovaikutussuunnittelu [online]. Jyväskylä: Department of Computer Science and Information Systems. [Lainattu 17.1.2015]. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/40659/978-951-39-5021-7.pdf?sequence=1>
- Lehtimäki, Hanna (2000). Strategiatarina kaupungista ja sen toimijoista [online]. Tampere: Tampereen yliopisto, yrityksen taloustieteen ja yritysoikeuden laitos. [Lainattu 8.2.2015]. Saatavilla: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/67009/951-44-48162.pdf?sequence=1>
- Lentz, Leo & Henk Pander Maat (2004). Functional Analysis for Document Design [online]. *Technical Communication* 51: 3, 387–398. [Lainattu 21.2.2015] Saatavilla: <http://core.ecu.edu/engl/tpc/MennoMenno/ftp/Lentz%20and%20Pander%20Maat%20-%20Functional%20Analysis.pdf>
- Lindkvist, Lars & Erica Månsson (2008). Cultural planning. Om att se på en plats med nya glasögon [online]. Teoksessa: SweCult (toim.). *KulturSverige 2009. Problemanalys och statistic*. 25–30. Linköping: Swedish Cultural Policy Research Observatory. [Lainattu 17.10.2014]. Saatavilla: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:220401/FULLTEXT01.pdf>
- Markel, Mike (2012). *Technical Communication*. New York: Bedford/St. Martin's.
- Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand & Joseph Lampel (1998). *Strategy Safari. A guided tour through the wilds of strategic management*. New York: Pearson Education Canada.
- Mustonen, Minna (2009). Strategiaviestinnän vastaanottokäytännöt. Henkilöstö strategiaviestinnän yleisönä [online]. Helsinki: Helsinki School of Economics. [Lainattu 5.12.2014]. Saatavilla: <http://pub.lib.aalto.fi/pdf/diss/a353.pdf>
- Nisula, Tapio (2015). Johdatus kulttuuri- ja sosiaaliantropologiaan [online]. [Lainattu 4.10.2014] Saatavilla: <http://www.uta.fi/avoinyliopisto/arkisto/sosiaaliantropologia/antropologia2.html>
- Näsänen, Risto (2004). Käyttöliittymien visuaalinen käytettävyys [online]. *Työ ja ihminen* 18:3, 90–99. [Lainattu 3.3.2015]. Saatavilla: http://www.ttl.fi/fi/tyo_ja_ihminen/Documents/Tyojaiihminen_3_2004.pdf

- Näsänen, Risto (2007). Visuaalisen käytettävyyden opas [online]. [Lainattu 3.3.2015]. Saatavilla:http://www.ttl.fi/fi/verkkokirjat/Documents/Visuaalisen_kaytettavyden_opas_2007.pdf
- Ovaska, Saila, Anne Aula & Päivi Marjaranta (2005). Johdatus käytettävyytutkimukseen. Teoksessa: Ovaska, Saila., Anne Aula, & Päivi Marjaranta (toim.). *Käytettävyytutkimuksen menetelmät*. Tampereen yliopisto: Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1. 1–16.
- Pesonen, Ilkka (2005). Vuorovaikutteinen kunnan johtaminen [online]. [Lainattu 5.12.2014]. Saatavilla: http://www.jhl.fi/files/attachments/tutkimukset/vuorovaikutteinen_kunnan_johtaminen_1_.pdf
- Pirnes, Esa (2008). Merkityksellinen kulttuuri ja kulttuuripolitiikka. Laaja kulttuurin käsite kulttuuripolitiikan perusteluna [online]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. [Lainattu 20.4.2015]. Saatavilla: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/18544/9789513930851.pdf?sequence=1>
- Pohjanmaan liitto (2014). Pohjanmaan maakuntastrategia 2014–2017 [online]. [Lainattu 4.10.2014]. Saatavilla: <http://www.obotnia.fi/assets/1/Regionalutvecklingsenheten/Landskapsstrategi/Maakuntastrategia-12052014-Korjauksin.pdf>
- Pohjanmaan liitto (2015). Jäsenkunnat [online]. [Lainattu 8.2.2015]. Saatavilla: <http://www.obotnia.fi/tietoa-liitosta/jasenkunnat/>
- Prinz, Jesse (2011). Culture and Cognitive Science [online]. Teoksessa: Edward N. Zalta (toim). *Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2011 Edition)*. [Lainattu 28.1.2015]. Saatavilla: <http://plato.stanford.edu/entries/culture-cogsci/#WhaCul>
- Redish, Janice (1993). Understanding Readers. Teoksessa: Barnum, Carol & Carliner Saul (toim.). *Techniques for technical communicators*. New York: Macmillan cop. 14–41.
- Reiss, Eric (2012). Usable Usability. Simple steps for making stuff better. Indianapolis: John Wiley & Sons Inc.

- Strandman, Kristiina (2009). "Se vain ilmestyi". Vuorovaikutukseen perustuva strategian viestintä kuntaorganisaatiossa [online]. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. [Lainattu 5.3.2015]. Saatavilla: https://www.doria.fi/xmlui/bitstream/handle/10024/66739/Kristiina_Strandman_v%C3%A4it%C3%B6skirja.pdf?sequence=1
- Strong, Diane & Richard Wang (1997). Beyond accuracy. What data quality means to data consumers [online]. *Journal of Management Information Systems* 12: 4. [Lainattu 20.4.2015]. Saatavilla: http://web.mit.edu/tdqm/www/tdqmpub/beyondaccuracy_files/beyondaccuracy.html
- Suojanen, Tytti, Kaisa Koskinen & Tiina Tuominen (2012). *Käyttäjakeskeinen kääntäminen* [online]. Tampere Studies in Language, Translation and Literature Series B1. [Lainattu 28.1.2015]. Saatavilla: http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66333/kayttajakeskeinen_kaantaminen_2012.pdf?sequence=1
- Suomen kuntaliitto (2004). Aakkoset sivistystoimeen. Helsinki: Suomen kuntaliitto.
- Suomen kuntaliitto (2014). Kuntalaisten hyvinvoinnin edistäminen [online]. [Lainattu 23.10.2014] Saatavilla: www.kunnat.net/hyvinvointikunta
- Suomen kuntaliitto (2015a). Kuntien yhteistoiminta [online]. [Lainattu 22.1.2015]. Saatavilla: <http://www.kunnat.net/fi/kunnat/toiminta/yhteistoiminta/Sivut/default.aspx>
- Suomen kuntaliitto (2015b). Maakuntien liitot [online]. [Lainattu 28.1.2015] Saatavilla: <http://www.kunnat.net/fi/kunnat/maakunnat/Sivut/default.aspx>
- Suomen Standardisoimisliitto (2004). Tieto- ja dokumentointisanasto: standardi SFS-ISO 5127. Helsinki: Suomen Standardisoimisliitto.
- Tilastokeskus (2015). Kunnat 2015: Kielisuhde 2015 [online]. [Lainattu 25.4.2015] Saatavilla: http://tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/kunta/001-2015/kunta_ks.html
- Valtionvarainministeriö (2008). *Valtionhallinnon tietoturvasanasto* [online]. Vahti 8/2008. [Lainattu 10.4.2015] Saatavilla: <https://www.vahtiohje.fi/web/guest/maaritelmat-d;jsessionid=65ECAD8F4B72C2DC9BE00D4A566111D9D2F4D77CACC29114EA0B4E2EBDF5C49797BE921F9F56DB64AB0D6C>
- Vataja, Pentti (1982). Johdatus kunnallishallintoon. Vantaa: Otakustantamo.
- Walla, Erik (2004). Så skriver du bättre tekniska rapporter. Lund: Studentlitteratur AB.

AINEISTOLÄHTEET

Cittaslow Kristiinankaupunki kriteerit (2011) [online]. [Lainattu 19.4.2015] Saatavilla: http://www.kristiinankaupunki.fi/medialibrary/data/CITTASLOW_KRISTIINAN_KAUPUNKI_kriteerit_ny_botten-%7Bjh4g3-7jkrh-dcfv5%7D.pdf

Etelä-Pohjanmaa – Jotakin parempaa: Kulttuuristrategia 2015–2020 (2014) [online]. [Lainattu 19.4.2015] Saatavilla: http://www.epliiitto.fi/images/A_50_Etela-Pohjanmaa_Jotakin_parempaa_Kulttuuristrategia_2015-2020.pdf

Från Kustby till Ådal – Närpes kulturmiljöprogram (2013) [online]. [Lainattu 19.4.2015] Saatavilla: <http://www.narpes.fi/sv/invanare/fritid-kultur/kulturen-i-narpes/kulturmiljoprogram-narpes>

Korsnäs in kunta (1999). Kulturinventering & kulturplan för Korsnäs 1999.

Pedersöre kommun – Strategisk generalplan 2030 (2014) [online]. [Lainattu 19.4.2015] Saatavilla: <https://www.pedersore.fi/assets/Dokumentarkiv/Kommun-och-politik/Strategisk-generalplan.pdf>

Pohjanmaan kulttuuriohjelma 2014–2017 (2014) [online]. [Lainattu 19.4.2015] Saatavilla: <http://www.obotnia.fi/assets/1/Kulttuuri/Kulttuuriohjelma-2014-2017-webb.pdf>

Vaasan kaupunki: Sivistystoimi/kulttuuri 2014–2016 (2014). Julkaisematon sivistys- ja kulttuuritoimen strategiakartta. Vaasan kaupungin kulttuurikeskus.

Liite 1. Kuntien kulttuuristrategiakyselyn vastaukset

Kunta	Vastaajan työnkuva	Strategian nimi	Strategian muoto
Isokyrö	Kulttuurisihteeri	Ei ole	-
Kaskinen	Kirjastotoimenjohtaja	Ei ole	-
Korsnäs	Kirjastotoimen päällikkö	Kulturinventering & kulturplan för Korsnäs 1999	Itsenäinen dokumentti
Kristiinankaupunki	Kulttuurisihteeri	Osia: Cittaslow-strategia ja Kristiinankaupungin tulevaisuus -strategia	Osana laajempaa dokumenttia
Kruunupyö	Vapaa-ajanohjaaja	Ei ole	-
Laihia	Sivistys- ja vapaa-ajanjohtaja	Ei ole	-
Luoto	Koulutoimenjohtaja/ kulttuurivastaava	Ei ole	-
Maalahti	Vapaa-ajansihteeri	Ei ole	-
Mustasaari	Kulttuurisihteeri	Ei ole	-
Närpiö	Kulttuurisihteeri	Kulttuuriperintöohjelma	Itsenäinen dokumentti
Pedersöre	Kulttuuripäällikkö	Osia kuntastrategiasta	Osana laajempaa dokumenttia
Pietarsaari	Kulttuurisihteeri	Osia kuntastrategiasta	Osana laajempaa dokumenttia
Uusikaarlepyy	Kulttuuri- ja vapaa-ajan johtaja	Ei ole	-
Vaasa	Kulttuuripäällikkö	Vaasan kaupunki: Sivistystoimi/ kulttuuri 2014–2016	Strategiakartta, muotona Powerpoint-esitys
Vöyri	Vapaa-aikasihteeri	Ei ole	-

Liite 2. Aineiston strategiadokumenttien kokonaisrakenteet

Strategian nimi	Kulttuuri-strategia/ Muu kunnallinen strategia	Rakennemalli (Markel 2012)	Dokumentin pääluvut
Cittaslow Kristiinankaupunki kriteerit	Kristiinankaupungin Cittaslow-strategia	Luokittelu	A. Ympäristötyön periaatteet, B. Infrastruktuurin periaatteet, C. Kaupunkimiljööseen liittyvät tekniset ratkaisut, D. Paikallisen tuotannon vaaliminen, E. Vieraanvaraisuus, F. Tietoisuus
Etelä-Pohjanmaa – Jotakin parempaa: Kulttuuristrategia 2015–2020	Kulttuuristrategia	Kausaalinen	1. Alkusanat, 2. Kulttuuristrategian perusta, 3. Valmisteluprosessi, 4. Jotakin parempaa – Tie vuoteen 2020, 5. Toimeenpano, seuranta ja viestintä, 6. Tausta-aineistoa
Från Kustby till Ådal – Närpes kulturmiljöprogram	Närpiön kulttuuriympäristöohjelma	Pääasiassa kronologinen, spatiaalinen näkyy alaluvuissa	1. Utgångsläge och innehåll, 2. Naturlandskapet som grund för kulturlandskapet, 3. Faktorer som format kulturmiljöns utveckling, 4. Värdefulla inventerade kulturmiljöer, 5. Mångfacetterade kulturmiljöer, 6. Kulturmiljöer i byar och på stränder, 7. Kulturmiljövård, 8. Kulturmiljöstrategi
Kulturinventering & kulturplan för Korsnäs 1999	Kulttuuristrategia	Yleisestä yksityiskohtaiseen	1. Inledning, 2. Kulturbegreppet, 3. Korsnäs kommun, 4. Kommunal förvaltning, 5. Lagstiftning på området, 6. Malax-Korsnäs medborgarinstitut, 7. Musik, 8. Bildkonst, 9. Dans, 10. Litterär verksamhet, 11. Kommunbiblioteket, 12. Hantverk, 13. Museiverksamhet, 14. Ungdomsföreningar, 15. Teaterverksamhet, 16. Biografverksamhet, 17. Övriga kulturellt aktiva, 18. Avslutning, 19. Källförteckning, 20. Bilaga

Näin rakennamme Kristiinankaupungin tulevaisuutta	Kristiinankaupungin yleinen kuntastrategia, tehty yhteistyössä kuntalaisten kanssa	Luokittelu	Tausta, 1. Kristiinankaupungissa voi elää hyvää elämää, 2. Yrittäjäyys ja elinkeinoelämä. Virat ja työpaikat, 3. Matkailu ja tapahtumat. Taas kerran: ne merkitsevät hyvää elämää, 5. Viestintä ja markkinointi [sic]
Pedersöre kommun – Strategisk generalplan 2030	Pedersören kuntastrategia	Ei edusta yhtä mallia, piirteitä seuraavista: yleisestä yksityiskohtaiseen, kronologinen ja spatiaalinen	1. Identifikationsuppgifter, 2. Kort beskrivning av planområdet, mål och innehåll, 3. Planeringsskeden och utgångsmaterial, 4. Analys av planeområdet, 5. Temagrupper och slutrapporter, 6. Beskrivning av utvecklingsbild 2030, 7. Planens konsekvenser, 8. Pedersöre 2030
Pietarsaari – tulevaisuuden kaupunki	Pietarsaaren kuntastrategia	Yleisestä yksityiskohtaiseen	1. Strategiaproessi, 2. Strategiaperusta, 3. Pietarsaaren kaupungin toiminta-ajatus, 4. Pietarsaaren kaupungin visio, 5. Pietarsaaren kaupungin kriittiset menestystekijät, 6. Strategian toteuttaminen
Pohjanmaan kulttuuriohjelma 2014–2017	Kulttuuristrategia	Yleisestä yksityiskohtaiseen	Visio, 1. Kulttuuriperinnön vaaliminen, 2. Kulttuuri arjen hyvinvoinnin lähteenä, 3. Taide- ja kulttuurikasvatuksen saavutettavuus, 4. Kulttuuritapahtumien markkinointi, 5. Kulttuurisesti moninainen yhteistyö, 6. Kulttuurista toimeentulo, Liitteet
Vaasan kaupunki: Sivistystoimi/ kulttuuri 2014–2016	Kulttuuristrategia	Yleisestä yksityiskohtaiseen (taulukossa edetään yleisluontoisista tavoitteesta toimenpiteisiin)	Ei lukuja, strategia on esitetty taulukkomuodossa.