

## Paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineiden käyttäjälähtöinen kehittäminen HelMet-kirjastossa

Manu Kuutti

Opinnäytetyö  
Liiketalouden ylempi  
ammattikorkeakoulututkinto  
Tietojärjestelmäosaamisen  
koulutusohjelma  
2012



Tietojärjestelmäosaamisen koulutusohjelma, ylempi AMK-tutkinto

<p><b>Tekijä tai tekijät</b> Manu Kuutti</p>	<p><b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> YTI11K</p>
<p><b>Raportin nimi</b> Paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineiden käyttäjälähtöinen kehittäminen HelMet-kirjastossa</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 167 + 14</p>
<p><b>Opettajat tai ohjaajat</b> Jouni Soitinaho</p>	
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli tukea HelMet-kirjaston paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden kehittämistä. Keväällä 2011 alkaneessa ja syksyllä 2012 päättyneessä tutkimusprosessissa selvitettiin mitä paikallisuus merkitsee, miten se koetaan sekä miksi, kenelle ja miten palvelua kehitetään. Kehittämisen keskeisimpänä kohteena pidettiin Tarinoiden Helsinki -verkkopalvelua, joka otettiin esimerkkitapaukseksi tutkimusempiriassa. Tutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa kehittämiselle käyttökelpoista käyttäjätietoon pohjautuvaa informaatiota, kuten konsepteja ja teorioita. Varsinaisten konstruktioiden rakentaminen sekä palvelukokemuksen käytännön kehittäminen rajattiin tutkimuksen ulkopuolelle.</p> <p>Tutkimusongelmia ratkottiin tutkimusotteena työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen, joka painotti verkostoitumista ja tulosten käyttökelpoisuutta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kirjallisuuskatsausta paikallisuuden kokemista käsittelevän teorian osalta sekä kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia menetelmiä tutkimusaineiston analysoinnissa. Tutkimusaineisto kerättiin strukturoidulla www-kyselyllä 1.11.2011 – 21.3.2012. Asiakasvastaajien osalta kysely kohdennettiin aiheen teoriassa todetusta vaikeaselkoisuudesta johtuen lähinnä pääkaupunkiseudun paikallisyhdistystoimijoille. Lisäksi vertailtiin elävätkö asiakkaat ja kirjaston työntekijät erilaisessa kehittämistodellisuudessa, koska tällaista vertailevaa tutkimusta ei oltu kirjastoissa aiemmin tehty.</p> <p>Tutkimustulokset avasivat paikallisuuden käsitettä ja kirjaston palveluiden kehittämiseen liittyvää problematiikkaa. Kerätystä kattavasta tutkimusaineistosta johdetut päätelmät paljastivat mielenkiintoisia asioita asiakkaiden ja kirjastolaisten näkemyseroista sekä paikallisuuden kokemisen yhteyksistä verkkopalveluiden käyttöön.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> kirjastot, käyttäjälähtöisyys, paikallisuus, palvelut, verkkopalvelut</p>	

Master's Degree Programme in Information Systems Management

<p><b>Authors</b> Manu Kuutti</p>	<p><b>Group or year of entry</b> YTI11K</p>
<p><b>The title of the thesis</b> User-driven Development of Local Information Web Services at the HelMet Library</p>	<p><b>Number of pages and appendices</b> 167 + 14</p>
<p><b>Supervisor(s)</b> Jouni Soitinaho</p>	
<p>The aim of this study was to support the development of the HelMet Library web services containing local information. The study commenced in the spring of 2011 and finished in the autumn of 2012. The aim of the process was to inspect what “local” means, what people think about it and also how and why the library develops its services and who is the target audience. Tarinoiden Helsinki web service was used as an example for planning the research into the development of web services. The main objective of the study was to produce exploitable information for the improvement of service development. This information, such as concepts and theories, was to be based on user data. The scope of the study ruled out the building of constructions and the practical development of service experience.</p> <p>The research utilised research-aided development, a methodology that focuses on networking and adaptable results. Both quantitative and qualitative analysis were used in the study. The research material was collected through a structured web questionnaire between 1<sup>st</sup> December 2011 and 21<sup>st</sup> March 2012. The target audience for the questionnaire was the members of neighborhood associations in the Helsinki Metropolitan Area as it was believed that the study subject was complex and unclear. The questionnaire was also sent to the employees of the HelMet Library for comparison purposes. This comparative study was the first of its kind in libraries.</p> <p>The results shed light on the concept of local information web services and the issues related to service development in the libraries. The results of the investigation revealed some interesting facts about the differences between customer and librarian mind-sets and conclusions were drawn on how local connections were seen in relation to web service use.</p>	
<p><b>Key words</b> libraries, user-driven development, local, services, web services</p>	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Tutkimusongelma, -kysymykset, -tavoitteet ja viitekehys .....	1
1.2	Käytettävät tutkimusmenetelmät.....	4
1.3	Rajaukset.....	5
1.4	Raportin rakenne .....	5
2	Metodologia .....	6
2.1	Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen .....	7
2.2	Kehittämisen prosessin hahmottaminen ja hallinta .....	12
2.3	Kvantitatiivinen- ja kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	13
3	Teoria.....	14
3.1	Paikallisuus .....	14
3.1.1	Paikka .....	14
3.1.2	Paikallisuus .....	15
3.1.3	Identiteetti ja yhteisöllisyys.....	16
3.1.4	Paikallinen kulttuuri ja globalisaatio .....	18
3.1.5	Tulevaisuuden megatrendit .....	21
3.1.6	Sosiaalinen media - paikallisuus ja yhteisöllisyys verkossa .....	25
3.1.7	Paikallistieto ja paikallisaineisto .....	29
3.1.8	Kirjasto paikallistiedon kanavana .....	30
3.2	Palveluiden kehittäminen .....	31
3.2.1	Palvelut määritelmällisesti.....	31
3.2.2	Palvelulogiikka, tarjooma ja arvon luominen.....	33
3.2.3	Palveluasenne .....	34
3.2.4	Palveluiden markkinointi.....	34
3.2.5	Palvelukokemus .....	35
3.2.6	Verkkopalvelu palveluna.....	38
3.2.7	Palvelustrategia.....	39
3.2.8	Palvelun kehittäminen.....	43
3.2.9	Palvelukukkamalli palvelun tuotteistamiseen.....	44
3.2.10	Palveluiden jakelu .....	47

3.3	Käyttäjälähtöisyys, ihmislähtöisyys ja käyttäjäkeskeisyys.....	47
3.3.1	Käyttäjätutkimus.....	50
3.4	Kirjaston palveluiden kehittäminen .....	51
3.5	Yhteenveto ja johtopäätökset teoreettisesta tarkastelusta.....	53
3.5.1	TK1: Mitä näkökulmia kirjallisuus tarjoaa paikallisuuden kokemiseen ja verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen? .....	53
4	HelMet-kirjaston palveluiden kehittäminen.....	59
4.1	HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjooma .....	59
4.2	Tarinoiden Helsinki.....	61
4.3	Kehittämisen mallien soveltaminen .....	63
4.3.1	HelMet-kirjaston strategiatimantti.....	63
4.3.2	Tarinoiden Helsingin palvelukukka.....	71
5	Tutkimustyön toteutus ja tulosten analysointi.....	74
5.1	Tiedonkeruumenetelmä.....	74
5.2	Tutkimuksen tausta .....	75
5.3	Tutkimustulokset.....	77
5.3.1	Vastaajien taustatiedot .....	79
5.3.2	Asuminen ja tärkeät paikat .....	87
5.3.3	Henkilökohtaiset projektit, yhteisöllisyys ja paikallisuus .....	97
5.3.4	Paikallisuus ja verkkopalvelut.....	103
5.3.5	Sähköiset ja fyysiset aineistot .....	109
5.3.6	Verkkopalvelut ja päätelaitteet.....	110
5.3.7	Tarinoiden Helsinki.....	118
6	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	122
6.1	Yhteenveto tuloksista.....	122
6.1.1	TK2: Mikä on vastaajien suhde paikallisuuteen ja minkälaisesta paikallisuuteen liittyvästä sisällöstä he ovat kiinnostuneita? .....	122
6.1.2	TK3: Mitä verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja millaisia paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineitä he mieluiten käyttäisivät? .....	130
6.1.3	Johtopäätökset .....	137
6.2	Tutkimuksen luotettavuus.....	140
6.3	Rajoitukset ja yleistettävyys .....	143

6.4 Tulosten hyödyntäminen.....	144
7 Jatkokehitysehdotukset.....	146
8 Prosessin onnistuminen ja tutkijan rooli.....	148
Sanasto.....	152
Lähteet.....	158
Liitteet.....	168
Liite 1. Kysely.....	168
Liite 2. Jarmo Lepistön haastattelu.....	177

## **Kuviot**

Kuvio 1. Tutkimuksen viitekehys, s. 4

Kuvio 2. Erilaiset kehittämistodellisuudet, s. 9

Kuvio 3. Tutkimusavusteisen kehittämismallin tutkimus- ja kehittämisasetelma, s. 12

Kuvio 4. Palveluorganisaatioiden kaksi markkinointitoimintoa, s. 35

Kuvio 5. Palvelukokemuksen rakentuminen, s. 36

Kuvio 6. Strategiatiimantti, s. 41

Kuvio 7. Palvelukukka, s. 45

Kuvio 8. Yksinkertaistettu havainnollistus HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjoomasta, s. 60

Kuvio 9. Kyselyyn päätyminen, s. 79

Kuvio 10. Sukupuoli, s. 80

Kuvio 11. Ikäjakauma, s. 82

Kuvio 12. Koulutus, s. 83

Kuvio 13. Kirjastolaisten työnantaja, s. 84

Kuvio 14. Kirjastolaisten asema, s. 85

Kuvio 15. Asiakkaiden asema, s. 86

Kuvio 16. Yleisimmät syntymäpaikkakunnat, s. 87

Kuvio 17. Yleisimmät nykyiset asuinpaikkakunnat, s. 88

Kuvio 18. Nykyiseen asuinpaikkaan muuttoon vaikuttaneet tekijät, s. 90

Kuvio 19. Asuinpaikkakunnat, s. 91

Kuvio 20. Haluaisin tai voisin asua, s. 93

- Kuvio 21. Asuinpaikassa minua miellyttää, s. 96
- Kuvio 22. Minkä koet kotipaikaksesi?, s. 97
- Kuvio 23. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit, s. 98
- Kuvio 24. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys, s. 99
- Kuvio 25. Paikallisuus on minulle tärkeää, s. 101
- Kuvio 26. Aktiivisuuteni liittyen paikallisuuteen ja tiedontuotantoon, s. 103
- Kuvio 27. Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja?, s. 104
- Kuvio 28. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa, s. 105
- Kuvio 29. Olen kiinnostunut sisällöistä, jotka liittyvät, s. 107
- Kuvio 30. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi, s. 108
- Kuvio 31. Luen mieluiten, s. 109
- Kuvio 32. Miten käytät tunnettuja verkkopalveluita?, s. 111
- Kuvio 33. Miten käytät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?, s. 115
- Kuvio 34. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla?, s. 117
- Kuvio 35. Olen suunnitellut hankkivani puolen vuoden sisällä, s. 118
- Kuvio 36. Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun?, s. 119
- Kuvio 37. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun ja mielestäni, s. 120

## **Taulukot**

- Taulukko 1. Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan metodologiset sitoumukset, s. 8
- Taulukko 2. Kulttuurin finalisaatio, s. 19
- Taulukko 3. Kahdeksan teknologian hyödyntämisen keskeistä paradoksia, s. 39
- Taulukko 4. Kyselyyn päätyminen, s. 79
- Taulukko 5. Sukupuoli, s. 80
- Taulukko 6. Sukupuolen korrelaatiot, s. 80
- Taulukko 7. Kirjastolaisuuden korrelaatiot, s. 81
- Taulukko 8. Ikäjakauma, s. 82
- Taulukko 9. Koulutus, s. 83
- Taulukko 10. Koulutuksen korrelaatiot, s. 84
- Taulukko 11. Kirjastolaisten työnantaja, s. 85
- Taulukko 12. Kirjastolaisten asema, s. 85

- Taulukko 13. Kirjastolaisten aseman korrelaatiot, s. 86
- Taulukko 14. Asiakkaiden asema, s. 86
- Taulukko 15. Asiakkaiden aseman korrelaatiot, s. 87
- Taulukko 16. Yleisimmät syntymäpaikkakunnat, s. 88
- Taulukko 17. Yleisimmät nykyiset asuinpaikkakunnat, s. 89
- Taulukko 18. Nykyiseen asuinpaikkaan muuttoon vaikuttaneet tekijät, s. 90
- Taulukko 19. Nykyiset asuinpaikkakunnat, s. 91
- Taulukko 20. Asuinpaikkakunnat, s. 92
- Taulukko 21. Asuinpaikkakunnat, s. 92
- Taulukko 22. Haluaisin tai voisin asua, s. 93
- Taulukko 23. Suosikkikaupunginosat, s. 94
- Taulukko 24. Asuinpaikassa minua miellyttää, s. 96
- Taulukko 25. Minkä koet kotipaikaksesi?, s. 97
- Taulukko 26. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit, s. 99
- Taulukko 27. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit – korrelaatiot, s. 99
- Taulukko 28. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys, s. 99
- Taulukko 29. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys – korrelaatiot, s. 100
- Taulukko 30. Mitä paikallisuus sinulle merkitsee?, s. 101
- Taulukko 31. Paikallisuus on minulle tärkeää, s. 102
- Taulukko 32. Paikallisuus on minulle tärkeää – korrelaatiot, s. 102–103
- Taulukko 33. Aktiivisuuteni liittyen paikallisuuteen ja tiedontuotantoon, s. 104
- Taulukko 34. Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja?, s. 105
- Taulukko 35. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa, s. 106
- Taulukko 36. Olen kiinnostunut sisällöistä, jotka liittyvät, s. 107
- Taulukko 37. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi, s. 109
- Taulukko 38. Luen mieluiten, s. 110
- Taulukko 39. Miten käytät tunnettuja verkkopalveluita?, s. 111
- Taulukko 40. Facebookin käyttö – korrelaatiot, s. 112–113
- Taulukko 41. Miten käytät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?, s. 116



Taulukko 42. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla?, s. 117

Taulukko 43. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla – korrelaatiot, s. 117–118

Taulukko 44. Olen suunnitellut hankkivani puolen vuoden sisällä, s. 118

Taulukko 45. Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun?, s. 119

Taulukko 46. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun ja mielestäni, s. 120

# 1 Johdanto

HelMet-kirjasto (Helsinki Metropolitan Area Libraries) on Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten kaupunginkirjastojen muodostama verkosto, jolla on yhteinen kirjastojärjestelmä. Asiakkaita tämä kirjastojen konsortiomuotoinen yhteenliittymä palvelee siten, että HelMet-alueella on käytössä sama kirjastokortti ja aineiston tilaaminen toiseen toimipisteeseen, palauttaminen, varaaminen sekä lainan uusiminen onnistuvat kaikissa kirjastoissa.

Jokaisella HelMet-alueen kaupunginkirjastolla on oma paikalliskokoelmansa kaupunkiin liittyvää historiallista aineistoa, kirjallisuutta, äänitteitä jne. Kaupunginkirjastot ylläpitävät omia verkkopalveluita tämän paikallistiedon jakamiseksi asiakkaille. Nämä verkkopalvelut on perustettu asiakastarpeiden pohjalta vastaamaan kysymyksiin kaupunkiin tai paikkoihin liittyvästä aineistosta, paikallishistoriasta ja kirjailijoista.

Myös pääkaupunkiseudun paikallisyhdistyksillä ja museoilla on paikallishistoriaan liittyvää aineistoa, mutta tätä aineistoa ei juuri ole saatavilla verkosta. Kirjastojen, kaupunginosa- ja paikallisyhdistysten sekä museoiden välillä on ollut yhteistyötä, esimerkkinä MuistiVantaa-hanke Vantaan kaupunginkirjaston ja -museon välillä. Satunnaiset hankkeet eivät ole johtaneet jatkuvaan yhteistyöhön.

## 1.1 Tutkimusongelma, -kysymykset, -tavoitteet ja viitekehys

Kirjastojen ylläpitämät paikallistietoa sisältävät verkkopalvelut eivät tarjoa asiakkaille nykyaikaisia välineitä vuorovaikutteisuuteen ja tiedon jakamiseen. Riskinä on, että nykyiset palvelut eivät vastaa asiakastarpeeseen. Sekä paikallisyhdistyksissä että niiden ulkopuolella on paikallishistoriasta tai -tutkimuksesta kiinnostuneita aktiiveja, mutta heillä ei ole yhteistä selkeää kanavaa julkaisuilleen. Näiden aktiivien lisäksi paikallisuuteen liittyvä aineisto kiinnostaa mahdollisesti myös suurempaa asiakaskuntaa, koska kirjastojen nykyiset paikallistietoa välittävät verkkopalvelut on luotu jatkuvaan asiakastarpeeseen. Kirjastoilla ei kuitenkaan ole ajantasaista, tarkkaa tietoa asiakaskuntansa tarpeista, eikä kirjastojen välillä ole keskinäistä, saati ulkopuolisiin toimijoihin ulottuvaa yhteistyötä paikallisaineiston ylläpitämiseksi ja rikastuttamiseksi.

## Tutkimuskysymykset ja –tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on antaa suuntaviivoja HelMet-kirjaston paikallisuuteen liittyvän verkkopalvelutarjonnan käyttäjälähtöiselle kehittämiselle. Kehittämisen kohteeksi nähdään kirjastojen olemassa olevat verkkopalvelut ja tavoitetilana tutkimuksen lähtötilanteessa pääkaupunkiseudun kattava paikallisaineiston keräämisen ja jakamisen vuorovaikutteinen kanava. Tutkimuksessa odotetaan myös syntyvän kirjaston sisäisiä resursseja ja ulkoisia yhteistyökumppaneita käsittäviä verkostoja, joita voidaan hyödyntää kehittämisessä. Tavoitteiden saavuttamisen oletetaan johtavan kirjaston rajallisten resurssien tehokkaampaan hyödyntämiseen, asiakastyytyväisyyden lisääntymiseen, sekä täysin uusien asiakkaiden tavoittamiseen ja kirjaston tavoitteita tukevan uudenlaisen, kokonaisvaltaisen palvelukonseptin syntymiseen. Tarkemmat tavoitteet palvelevat yleistä tavoitetta ja liittyvät seuraavaksi esitettyihin tutkimuskysymyksiin, joilla puolestaan pyritään löytämään ratkaisuja tutkimusongelmaan.

*TK1: Mitä näkökulmia kirjallisuus tarjoaa paikallisuuden kokemiseen ja verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen?*

Tutkimuskysymyksen TK1 tavoitteena on selvittää, miten paikallisuus ja siihen liittyvät tämän tutkimuksen kannalta keskeiset ajatukset ja käsitteet esitetään kirjallisuudessa. Lisäksi tavoitteena on tutustua verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen palvelun kehittämisen ja kirjastoalan erityispiirteiden näkökulmista valittujen tutkimusmenetelmien puitteissa.

*TK2: Mikä on vastaajien subde paikallisuuteen ja minkälaisesta paikallisuuteen liittyvästä sisällöstä he ovat kiinnostuneita?*

- a) Keitä ovat paikallisuudesta kiinnostuneet?
- b) Miten vastaajat määrittävät paikallisuuden ja mitä se heille merkitsee?
- c) Mitä paikallisuuteen liittyviä sisältöjä vastaajat tuottavat ja kuluttavat?
- d) Mitä haasteita, mahdollisuuksia ja suuntaviivoja tulokset asettavat palvelun kehittämiseksi yleisesti?

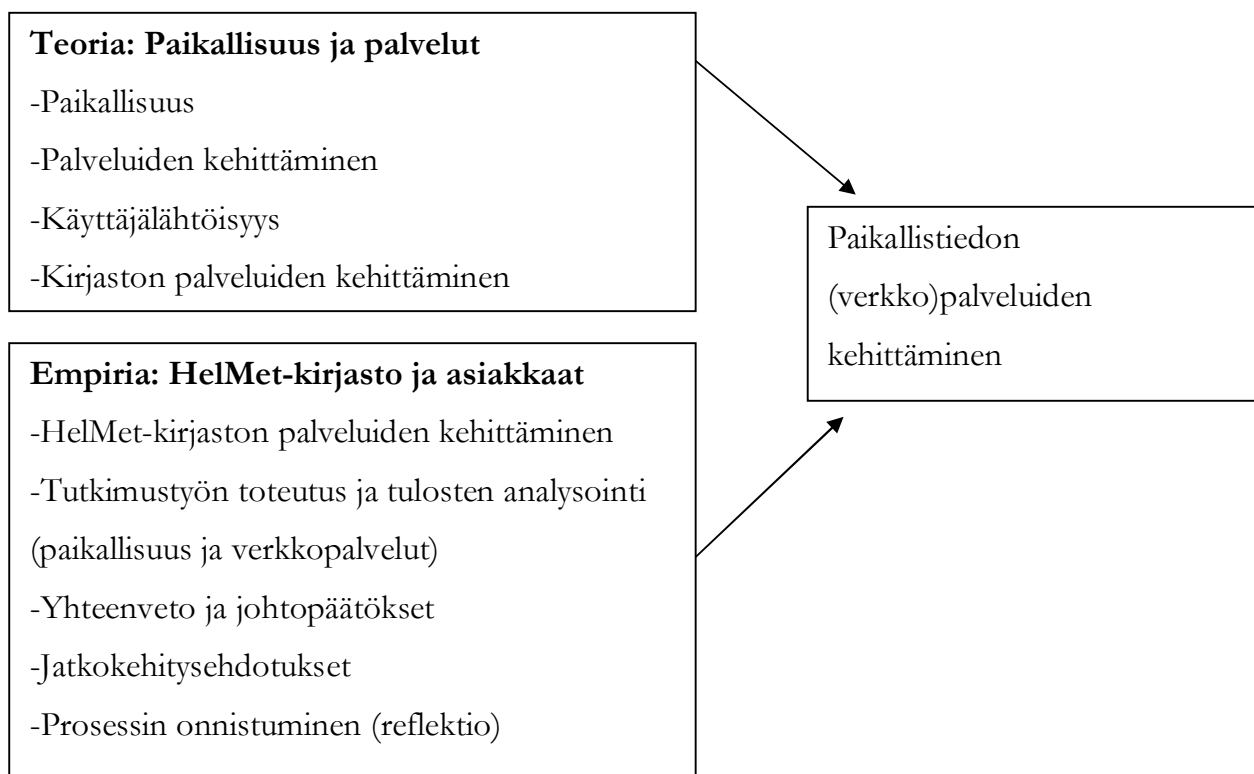
Tutkimuskysymyksen TK2 tavoitteena on selvittää, mikä on palvelun kohderyhmän suhde paikallisuuteen, paikallisaineistoon ja sisällöntuotantoon. Vastaajien taustatietojen pohjalta on tarkoitus määrittää, millaisia ovat paikallistiedosta kiinnostuneet pääkaupunkiseutulaiset ja minkä tyyppiset sisällöt heitä kiinnostavat. Tarkoitus on myös analysoida vastausten asettamia haasteita, mahdollisuuksia ja mahdollisia suuntaviivoja verkkopalveluiden kehittämiseksi. Jokaisen kysymyksen osalta tutkitaan, miten kirjaston työntekijöiden ja asiakkaiden vastaukset eroavat toisistaan. Vastauksia peilataan mahdollisuuksien mukaan esitettyihin teorioihin.

*TK3: Mitä verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja millaisia paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineitä he mieluiten käyttäisivät?*

- a) Miten vastaajat käyttävät verkkopalveluita?
- b) Miten vastaajat käyttävät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?
- c) Miten tunnettu on Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelu, miten sitä luonnehditaan ja miten sitä voisi tulosten pohjalta kehittää?
- d) Elävätkö asiakkaat ja kirjastolaiset erilaisessa kehittämistodellisuudessa?

Tutkimuskysymyksen TK3 tavoitteena on selvittää, miten ja millaisia verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja miten he luonnehtivat Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelua. Tarkentavien kysymysten osalta tutkitaan myös, miten kirjaston työntekijöiden ja asiakkaiden vastaukset eroavat toisistaan ja lopuksi pohditaan havaittujen erojen pohjalta, elävätkö asiakkaat ja kirjastolaiset erilaisessa kehittämistodellisuudessa. Vastauksia peilataan mahdollisuuksien mukaan esitettyihin teorioihin.

## Tutkimuksen viitekehys



Kuvio 1. Tutkimuksen viitekehys

### 1.2 Käytettävät tutkimusmenetelmät

Tutkimus koostuu teoriasta ja empiriasta. Lähestymistapana teoriaan toimii kirjallisuuskatsaus. Tutkimuksen empiriisessä osassa käytetään tutkimusotteena työelämän tutkimusavusteista kehittämistä. Käytetyt tutkimusmenetelmät esitetään teoriassa metodologiassa (luku 2) ja toteutuksen osalta empiriaosuuksien (luvut 4 ja 5) yhteydessä.

Tutkimusprosessin aikana tutkija on osallistunut aktiivisessa roolissa tutkimukseen kytkeytyvään kehittämistoimintaan tutkimuksen kohdeorganisaatiossa.

Menetelmistä kirjallisuuskatsaus liittyy tutkimuskysymykseen TK1 ja työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen tutkimuskysymyksiin TK2 ja TK3, joihin etsitään vastauksia kvantitatiivisin ja kvalitatiivisin menetelmin sekä kirjallisuuskatsauksen tuloksia hyödyntämällä.

### **1.3 Rajaukset**

Tutkimuksessa keskitytään paikallistiedon jakamiseen ja keräämiseen keskittyvien verkkopalveluiden nykyisten ja potentiaalisten käyttäjien näkemysten, toiveiden ja tarpeiden kartoittamiseen. Verkkopalvelukehitykseen liittyviä asioita, kuten esimerkiksi käytettävyyttä ja esteettömyyttä, ei käsitellä syvällisesti tutkimusteoriassa, koska pääpaino on kokonaisvaltaisen palvelukonseptin kehittämisessä kartoittavan tutkimuksen pohjalta. Tutkimuksessa ei siten myöskään testein mitata kehitettävän palvelun tai prototyyppien käytettävyyttä, mikä kuuluisi enemmän konstruktivisen tutkimuksen piiriin, vaan kehittämis ehdotukset kohdistetaan lähinnä yleisiin suuntaviivoihin sekä palvelun konseptiin ja sen ominaisuuksiin. Julkisten verkkopalveluiden kehittämisen ohjeistusten sijaan käsitellään kirjaston erityisluonteesta johtuen kirjaston palveluiden ja palvelukonseptien kehittämistä yleisesti. Tutkimuksessa esitetään pohdintoja, suosituksia ja jatkokehittämisehdotuksia, mutta ei määritellä mallia tutkimukseen kytkeytyvän kehityshankkeen tekniselle toteutukselle.

### **1.4 Raportin rakenne**

Tässä luvussa esiteltiin tutkimuksen taustat, tutkimusongelma, -kysymykset ja -tavoitteet, tutkimuksen viitekehys sekä käytettävät tutkimusmenetelmät ja rajaukset. Luvussa 2 käsitellään tutkimuksen metodologista perustaa. Luvussa 3 esitetään tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Luvut 4 ja 5 muodostavat tutkimuksen empiirisen osuuden. Luvussa 6 esitetään yhteenveto sekä johtopäätökset ja luvussa 7 jatkokehittämisehdotukset. Lopuksi luvussa 8 kerrotaan prosessin onnistumisesta ja tutkijan roolista.

## 2 Metodologia

Metodologialla tarkoitetaan periaatteiden määrittelyä. Tutkimuksellisessa kehittämis-toiminnassa periaatteiden määrittely on tärkeää, koska niiden avulla voidaan oikeuttaa ja perustella käytännön kehittämismenetelmät ja tavat käyttää niitä (Toikko & Rantanen 2009, 35; Tuomi & Sarajärvi 2009, 13). Metodologian kautta pyritään myös hahmottamaan tutkimuksen mahdollisuuksia ja rajoitteita suhteessa todellisuuteen ja toisiin tutkimuksiin (Tuomi & Sarajärvi 2009, 13).

Käytettäväksi tutkimusotteeksi on valittu *työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen*, joka tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tuottamia tuloksia hyödynnetään kehittämisprojektissa soveltuvien osien, mutta tutkimus ei viime kädessä ohjaa kehittämistä ja painopiste on tutkimuksen lisäksi uusien kehittämistä tukevien verkostojen synnyttämisessä. (Toikko & Rantanen 2009, 33–34) Tässä hankkeessa on viime kädessä kyse paremman palvelun tuottamisesta asiakkaille ja tiedon siiloutumista ehkäisevien (ks. Hyötyläinen & Nuutinen 2010, 128) seudullisten verkostojen luomisesta eri kirjastojen ja toimijoiden välille.

Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen on hyvä valinta tutkimusotteeksi, koska tutkija osallistuu käytännön kehittämiseen tutkimuksen kohdeorganisaatiossa. Samankaltaisen asetelman sisältävää toimintatutkimusta ei valittu tutkimusotteeksi, koska organisaation ulkoisten ja sisäisten tekijöiden (Hyppänen 2009, 46, 66) riskinä tunnistetuista nopeista muutoksista johtuen kehittämisprojektin lopullinen toteutusmalli voi muuttua tutkimuksen aikana. Erityisesti hankkeen seudullisuus ja siihen liittyvät taloudelliset ja hallinnolliset epävarmuustekijät voivat vaikuttaa kehittämisprojektin toteutukseen. Juuri näistä seikoista johtuen tutkimus ei tässä tapauksessa toimintatutkimuksen edellyttämällä tavalla voisi ohjata kehittämistä ja ongelmaksi voisi nousta myös vaatimus tutkimuksen ja kehittämisen samanaikaisuudesta (vrt. Tuomi & Sarajärvi 2009, 40). Tutkimus ja kehittäminen ovatkin tässä tutkimuksessa nähtävä itsenäisinä ja muokautumiskykyisinä, toisiinsa vaikuttavina prosesseina, jotka eivät viime kädessä ole riippuvaisia toisistaan.

## 2.1 Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen

*"Sen sijaan, että erotetaan toisistaan 'tieteellinen' tai 'käsitteiden' maailma sekä toisaalta 'todellisuuden' tai 'käytännön' tai 'työn' maailma, voisi olla hedelmällisempää puhua tutkivasta työotteesta vs. muista työotteista. Kyse on erilais-  
ten tietäjien, tiedon muotojen ja tiedon tuottamisen tapojen kohtaamisesta. Tällöin on toki hyväksyttävä se, ettei ole yhtä,  
oikeanlaista tutkivaa otetta vaikkapa kehittämistyöhön, vaan erilaisia tapoja toimia tutkimuksellisesti. Tällöin voitai-  
siin eritellä tarkemmin sitä, miten tutkimuksellisuus ymmärretään, millaisista käytänteistä tutkiminen muodostuu ja  
mitä merkitystä näiden käsitysten ja käytänteiden erityispiirteillä on esimerkiksi kehittämistyön yhteydessä – jos niillä  
nyt sitten on muuta kuin tutkijan statusta ylläpitävää merkitystä. Kun puhutaan tiedosta, puhutaan myös vallasta ja  
kyvystä saada aikaan ja aihentaa." (Räsänen 2007, 55.)*

Työelämän tutkimusavusteisen kehittämisen käsite on siinä määrin vakiintumaton, ettei sille löydy yhtä yleisesti käytettyä määritelmää, vaan tutkijoiden teoreettiset lähestymistavat ja asemoituminen suhteessa tutkimukseen ja kehittämiseen määrittävät eri yhteyksissä käytettyä käsitteistöä ja terminologiaa (Alasoini & Ramstad 2007, 4). Toikon ja Rantasen mukaan tutkimuksellisen kehittämisen erilaiset suuntaukset, kuten käytäntötutkimus, kehittävä työntutkimus, ja toimintatutkimus muistuttavat toisiaan lähtökohdiltaan, mutta eroavat merkittävästi historiallisilta taustoiltaan (Toikko & Rantanen 2009, 34).

Hyötyläisen mukaan tutkimusavusteinen kehittäminen pohjautuu toimintatutkimuksen traditioon (Hyötyläinen 2007, 364). Hamilton (1994 teoksessa Tuomi & Sarajärvi 2009, 11) esittää, että traditioon kuuluvat tradition harjoittaminen, harjoittajat, vaalijat ja tradition luomat artefaktit, kuten metodikirjallisuus. Toimintatutkimusta käsittelevää kirjallisuutta on saatavilla runsaasti, mutta tämän tutkimuksen metodologisten periaatteiden esittely tehdään lähinnä tutkimuksellista kehittämistä käsittelevien lähteiden kautta. Valinta perustuu siihen, että vaikka tutkimusotteet ovat samankaltaisia, soveltuu tutkimuksellinen kehittäminen periaatteiltaan paremmin tämän tutkimuksen lähtökohdaksi.

Tässä tutkimuksessa tutkimusavusteinen kehittäminen nähdään Kyllösen, Alasoinin, Pekkolan, Rouhiaisien ja Tervahartialan esityksen mukaisesti käytäntöön suuntautuneena, kehittämistä palvelevana toimintana, jossa nykytilaa pyritään kehittämään tieteellistä tietoa hyödyntäen (Toikko & Rantanen 2009, 33). Tämä tarkoittaa sitä, että kehittämis-toiminnan velvoitteet ovat ensisijaisia suhteessa tutkimuksellisiin velvoitteisiin ja kehit-



tämistoiminta asettaa reunaehdot tutkimukselle (Toikko & Rantanen 2009, 34). Alasoinin ja Ramstadin mukaan tällainen lähestymistapa voi parhaimmillaan synnyttää uutta, yleistettävää ja käyttökelpoista tietoa kehittämistoiminnan tueksi (Alasoini & Ramstad 2007, 4).

Kehittämistoiminta asemoidaan vastaamalla metodologisiin kysymyksiin. Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan metodologiset perusvalinnat, joihin myös tässä tutkimuksessa sitoudutaan, on esitetty seuraavassa taulukossa neljän kysymyksen kautta (taulukko 1).

Taulukko 1. Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan metodologiset sitoumukset (Toikko & Rantanen 2009, 55.)

	<b>Metodologinen kysymys</b>	<b>Metodologinen sitoumus</b>
<b>ONTOLOGIA</b>	Millainen on todellisuuskäsitys?	Tulkinnallinen lähtökohta
<b>EPISTEMOLOGIA</b>	Millainen on tietokäsitys?	Tiedon käyttökelpoisuutta korostava uusi tiedontuotantotapa
<b>LÄHESTYMISTAPA</b>	Millainen on kehittämistoimintaa ohjaava intressi?	Kriittinen toimija- ja käyttäjälähtöinen toimintatapa
<b>TOIMINNAN LUONNE</b>	Kehittämistoiminnan luonne?	Reflektiivinen toiminta

### **Ontologia**

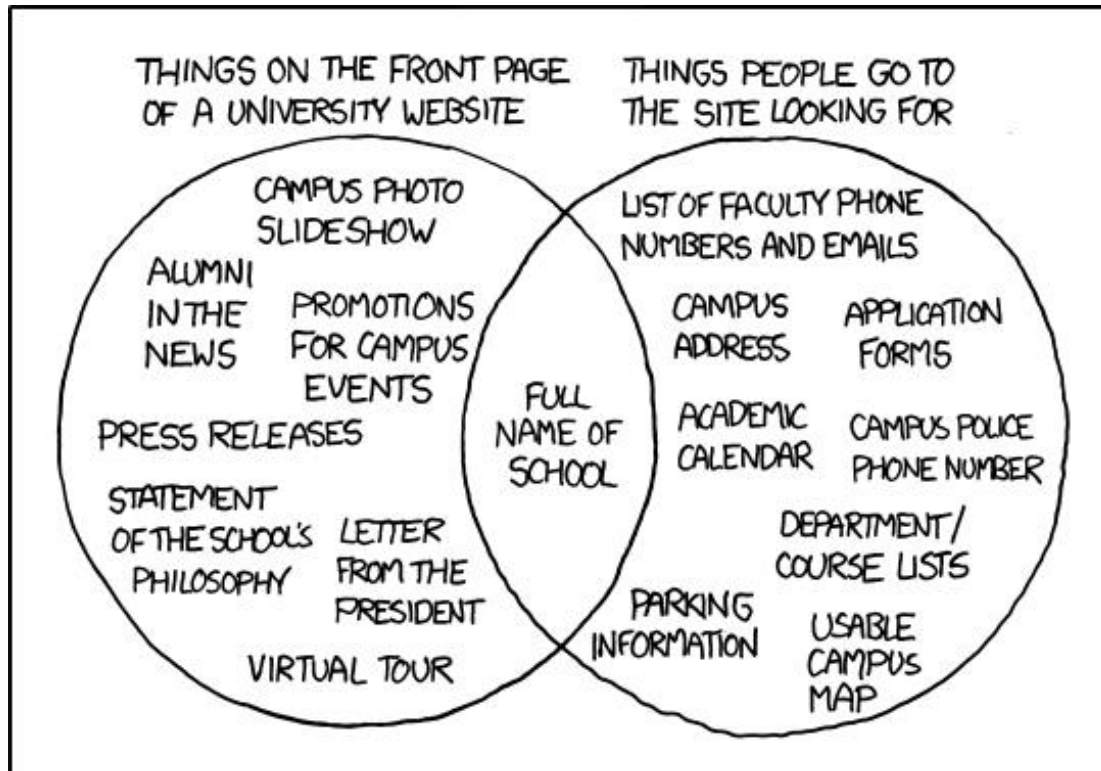
Koska toimijat eivät aina jaa samaa näkemystä toiminnan tavoitteista, edellyttää tutkimuksellinen kehittämistoiminta todellisuuskäsityksen määrittelyä (Toikko & Rantanen 2009, 35–36.). *Ontologia* on tieteenfilosofian osa-alue, joka tarkastelee todellisuuden luonnetta (mm. Toikko & Rantanen 2009, 36; Niiniluoto 1999, 125).

Tässä tutkimuksessa todellisuus nähdään ainakin osin sosiaalisesti rakentuneena (Toikko & Rantanen 2009, 36). Käsitys todellisuudesta muotoutuu siis osin *konstruktivistis-*

ti. Konstruktivismi korostaa todellisuuden muotoutumista sosiaalisten prosessien kautta ihmisten luomassa merkitysjärjestelmässä (Toikko & Rantanen 2009, 36; Koivisto 2007, 398; Hyötyläinen 2007, 371).

Hyötyläisen mukaan tutkijan on kyettävä tarkastelemaan kohteena olevaa järjestelmää yläpuolelta, ymmärrettävä eri ryhmien näkökulmat ja oltava näin mukana rakentamassa moniäänistä, kollektiivista prosessia (Hyötyläinen 2007, 371). Todellisuutta ei tarkastella pelkästään ulkoisista faktoista käsin, vaan tutkimuksellisen kehittämistoiminnan perusvalintoja mukailien sitä pidetään *tulkinnallisena* ja alati muuntuvana. Olennaista onkin ymmärtää toimijoiden tapaa hahmottaa toimintaa, tavoitteita ja periaatteita. (Toikko & Rantanen 2009, 54.)

Tätä tutkimusta ohjaa yhtenä keskeisenä hypoteesina ontologisessa tarkastelussa usein konstruktivismiin liitetty ajatus siitä, että kehittäjät ja käyttäjät saattavat elää erilaisessa kehittämistodellisuudessa (Toikko & Rantanen 2009, 37). Seuraava humoristinen esimerkki havainnollistaa, mitä tämä voisi käytännössä tarkoittaa (kuvio 2).



Kuvio 2. Erilaiset kehittämistodellisuudet (xkcd. A webcomic of romance, sarcasm, math, and language.)

Esimerkki kuvaa yliopiston ja yliopiston verkkosivuston käyttäjien erilaisia tarpeita. Yliopiston näkökulma on esimerkissä ennen kaikkea markkinoinnillinen, eikä siksi palvele sivuston vakiintuneiden käyttäjien tietotarpeita. Toisaalta käyttäjien tarpeet kohdistuvat tässä karrikoidussa esimerkissä ainakin osin tietoon, joka ei välttämättä kuuluisikaan julkisen verkkosivuston etusivulle. Tavoiteltava kehittämistodellisuus lienee tässä tapauksessa jonkinlainen kompromissi esitettyjen näkökulmien väliltä. (Kuvio 2.)

### **Epistemologia**

Tieteenfilosofinen kysymys tiedon luonteesta on erityisesti *epistemologinen* (Toikko & Rantanen 2009, 39). Epistemologia tarkoittaa käsitystä totuuden luonteesta. Käytännössä epistemologialla pyritään tässä ottamaan kantaa siihen miten maailmasta parhaiten saadaan tietoa, sekä millaisena tutkijan ja tutkimuskohteen välinen suhde nähdään (Toikko & Rantanen 2009, 39).

Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan tietokäsitys ei tukeudu pelkästään luotettavaan tieteelliseen tietoon ja sen sovelluksiin, vaan tiedon nähdään syntyvän käyttöyhteydessään *uuden tiedontuotannon* mukaisesti. Keskeisinä kriteereinä ovat tällöin tiedon käytännöllisyys ja käyttökelpoisuus. Tällaista tietoa voidaan kutsua *transdisiplinaariseksi*, eli tieteenrajat ylittäväksi ja tiedon käyttäjät integroivaksi. (Toikko & Rantanen 2009, 41–42, 54.)

### **Lähestymistapa**

Lähestymistapa kysymykseen kehittämistoiminnan intressistä on keskeinen metodologinen valinta tutkimuksellisessa kehittämisessä. Tutkimuksen ihanteena on perinteisesti pidetty riippumattomuutta, mutta toisaalta kehittämisellä tavoitellaan muutosta, joka väistämättä palvelee jonkun intressiä. Toimijoiden erilaisten intressien yhteensovittaminen on usein haastavaa (vrt. Alasoini & Ramstad 2007). Oleellista on ymmärtää, kuka asettaa kehittämistoiminnan tavoitteet ja missä mielessä kehitettävän palvelun käyttäjien näkökulma poikkeaa palvelua kehittävien ammattilaisten näkökulmasta. (Toikko & Rantanen 2009, 44.)

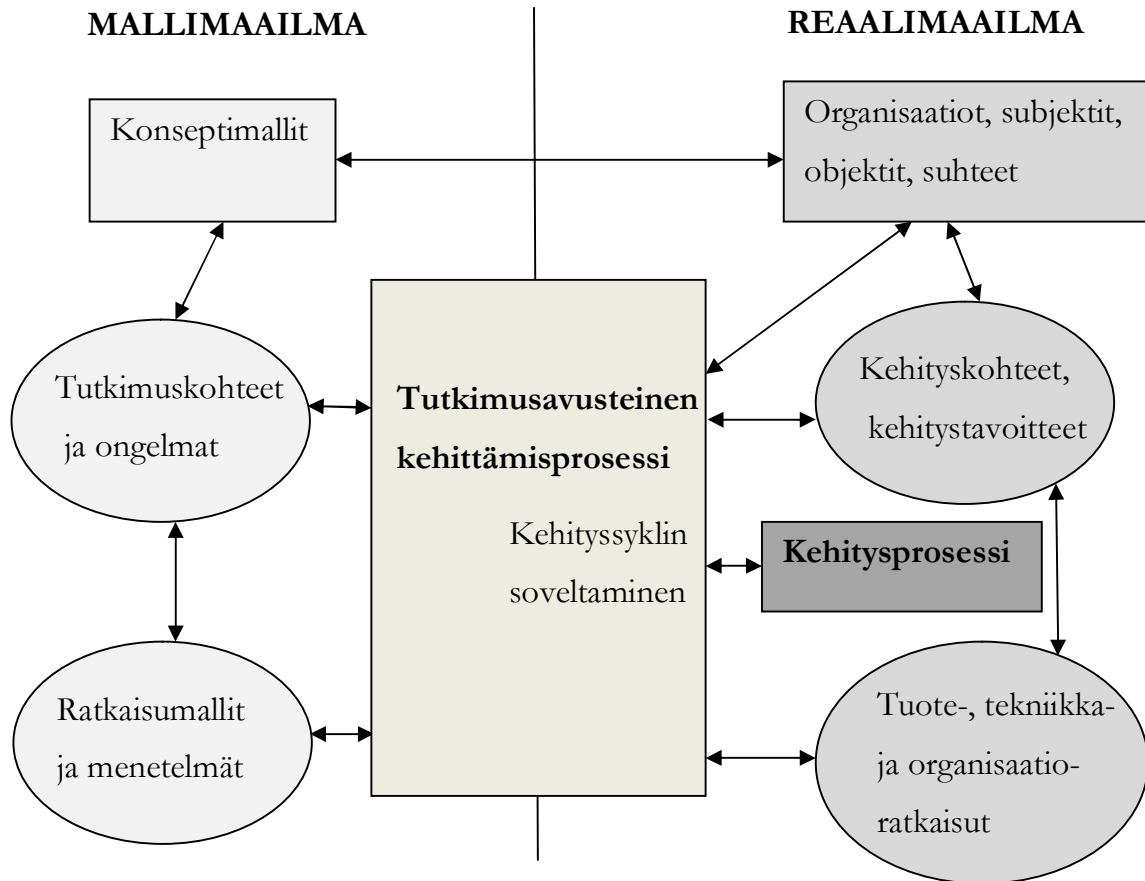
Tutkimuksellisessa kehittämisessä korostetaan *kriittistä kehittämisorientaatiota*, jonka avulla erilaiset näkökulmat, tavoitteet ja toimintatavat pyritään avaamaan mahdollisimman

tasapuoliselle keskustelulle. Kriittisyys tarkoittaa monipuolista tarkastelua, jossa nostetaan esiin myös ei-tavanomaisia näkökulmia. Lähestymistapa painottaa myös toimija- ja käyttäjälähtöisyyttä kehittämistoiminnassa, tukien siten erinomaisesti tämän tutkimuksen tavoitteita. (Toikko & Rantanen 2009, 54–55) Tärkeämpänä kuin pelkästään yhden organisaation kehitystarpeisiin vastaamista, pidetään toimijoiden verkostoitumista ja yhdessä oppimista (Toikko & Rantanen 2009, 34).

### **Toiminnan luonne**

Yhteiskunnallisen todellisuuden ja toiminnan ympäristöt nähdään kompleksisina. Tällaisissa ympäristöissä kehittäminen ei voi perustua ennalta määrättyihin sitoviin tavoitteisiin ja prosesseihin, vaan se etenee iteratiivisesti täydentyen, edellyttäen toimintatapojen jatkuvaa tarkistamista. Kehittäjältä vaaditaan *reflektiivistä* asiantuntijuutta, jotta hän kykenee toimimaan ja tekemään päätöksiä alati muuttuvassa ja vaikeasti hahmotettavassa sosiaalisessa todellisuudessa. (Toikko & Rantanen 2009, 55.)

Tutkimuksen tuottaman tiedon hyödyntämistä kehittämisessä havainnollistaa hyvin Hyötyläisen luoma tutkimusavusteisen kehittämisprosessin malli (kuvio 3). Malli perustuu realistiseen ja konstruktiviseen lähestymistapaan ja sillä kuvataan tutkimuksen ja käytännön välistä vuorovaikutusta. Hyötyläisen mallissa konsepteja siirretään mallimaailmasta reaali maailmaan. Konseptit ovat tässä tarkentuvia hypoteeseja, jotka myös luovat tutkimuksen viitekehyksen. (Hyötyläinen 2007, 375–377.)



Kuvio 3. Tutkimusavusteisen kehittämismallin tutkimus- ja kehittämisasetelma (Muokattu lähteestä Hyötyläinen 2005, 40.)

## 2.2 Kehittämisprosessin hahmottaminen ja hallinta

Tutkimusprosessi kuvataan erityisesti toimintatutkimuksissa usein syklisenä spiraalina, jossa edetään perusteluista organisointiin ja edelleen toteutuksen kautta arviointiin eli reflektioon (Toikko & Rantanen 2009, 66–67). Tässä tutkimuksessa kehittämistoiminta käsitetään edellä kuvatusti reflektiota edellyttävänä prosessina, jonka tarkoitus on viime kädessä tuottaa Hyötyläisen mallin mukaisesti konsepteja reaali maailmaan.

Itse kehittämisprosessi nähdään kuitenkin kriittisen kehittämisorientaation hengessä orgaanisena, *spagettimaisena* kokonaisuutena, jossa erilaiset hankkeet, prosessit, toimijat ja päämäärät ristelevät jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Lineaaristen tai syklisen vaiheistusten noudattaminen on tällaisessa reaali maailman usein kaottisessakin systeemissä vaikeaa. Käytännön kehittämistoiminta voi olla katkoksellista ja hidasta.

Myös toiminnassa tuotettu tieto ja konseptit voivat olla hajallaan eri projekteissa ja prosesseissa sekä saavutetut hyödyt vaikeasti mitattavissa. Tärkeäksi ei kuitenkaan lopulta nähdä kehittämis- ja tutkimusprosessin määrämuotoista, vaiheistettua suorittamista. Tärkeintä on avoin ja muuntautumiskykyinen, oppimisen mahdollistava prosessi itsessään. (vrt. Toikko & Rantanen 2009, 69–72.)

### **2.3 Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä**

Pääasialliseksi lähestymistavaksi on tässä tutkimuksessa valittu kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Menetelmään on päädytty ensinnäkin, koska kirjaston asiakkaista on aiemmin kerätty lähinnä laadullista käyttäjätietoa melko pienimuotoisesti. Toisekseen, koska ei tiedetä mitä toiminnallisuuksia ja sisältöjä asiakkaat toivoisivat kehitettävään verkkopalveluun, on laajempi otanta perusteltu. Tällä varmistetaan, ettei tutkimuksessa harhauduta jo alussa sivuraiteille tutkimalla vain muutaman käyttäjän suhdetta aiheeseen.

Kvantitatiivista tutkimusta kritisoidaan usein sen pinnallisuudesta laadulliseen tutkimukseen verrattuna (Heikkilä 2004, 16). Syvemmän tarkastelun ja osuvampien johtopäätösten mahdollistamiseksi tässä tutkimuksessa kerätään sekä määrällistä että laadullista tutkimusaineistoa. Kvalitatiivista tutkivaa otetta voidaan myös hyödyntää ennen tai jälkeen kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimustavoitteiden tarkentamiseen tai tutkimusaineiston analyysin syventämiseen (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 142–143). Vaikka kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen analyysi usein erotetaan toisistaan, voi niitä hyvin soveltaa myös saman tutkimusaineiston analysoinnissa (Alasuutari 1993, 15).

Tutkimuksessa käytetyt tiedonkeruumenetelmät ja niiden avulla saadut tulokset on kuvattu tarkemmin tutkimuksen empiriaosuudessa, luvuissa 4 ja 5. Tulosten luotettavuutta käsitellään luvussa 6.2.

## 3 Teoria

Teoriatausta esittää kuinka kirjallisuudessa ymmärretään paikallisuus ja siihen liittyvät tämän tutkimuksen kannalta keskeiset ajatukset ja käsitteet. Lisäksi tutustutaan verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen palvelun kehittämisen ja kirjastoalan erityispiirteiden näkökulmista, valittujen tutkimusmenetelmien puitteissa.

### 3.1 Paikallisuus

Paikallisuus on laaja aihe, joka sitä käsittelevissä tutkimuksissa liitetään esimerkiksi maantieteeseen, sosiaalitieteisiin, taloustieteisiin tai psykologiaan (Jovero & Horelli 2002, 13; Kainulainen 2005, 21; Södergren 2002, 33). Paikallisuuden käsitteen syvempi analyysi edellyttäisi aidosti monitieteistä lähestymistä, mikä tämän tutkimuksen puitteissa ei ole mahdollista, eikä välttämättä hedelmällistäkään suhteessa tutkimuksen tavoitteisiin. Poikkitieteellisyys on aina riski, joka altistaa tekijänsä eklektismiin eli tutkimusperinteiden mekaaniseen rinnastamiseen ilman kykyä rakentaa uutta käsitteellistä synteesiä (Sanderson 1987 teoksessa Kainulainen 2005, 20).

Tässä luvussa esitellään tutkimuksessa käytetyt paikallisuuteen liittyvät käsitteet, sekä tarkastellaan paikallisuuden, identiteetin ja yhteisön nivoutumista toisiinsa ja niiden roolia globaalissa maailmassa nyt ja tulevaisuudessa, sekä fyysisessä tilassa että verkossa. Painopiste on paikallisidentiteetin rakentumisen sekä paikallisuuden merkityksen ymmärtämisessä. Paikallisuutta käsittelevä teoria on tutkimuksen tavoitteiden kannalta keskeisessä osassa, jotta pystytään ymmärtämään, mitä ylipäätään tutkitaan, sekä mitä paikallisuuteen liittyviä asiakastarpeita ja kirjaston sisäisiä tarpeita voidaan tutkimustulosten perusteella tunnistaa ja ottaa kehityskohteiksi.

#### 3.1.1 Paikka

Paikka tarkoittaa tilaa, johon ihminen kiinnittyy elämisen kautta ja johon hän liittyy merkityksiä. Paasin (1984, 172–174) mukaan paikka onkin sekä konkreettinen maantieteellinen alue että arkielämän toimintarutiineissa muodostuva kulttuurinen ihmisen elämismaailman (ks. Kainulainen 2005, 166) keskus. Elämismaailma paikan kontekstis-

sa sisältää tuttuudet ja rutiinit, joiden kautta abstraktista tilasta tulee subjektiivinen paikka (vrt. Jovero & Horelli 2002, 13). (Moring 2000, 85–86.)

Ihmiset merkityksellistävät paikkoja sekä tiedon että mielikuvien kautta. Paikkaan kuuluminen on subjektiivinen kokemus, mutta yhteisön arjessa se voi saada kollektiivisia muotoja. Laveasti tulkittuna paikallisuus kontekstualisoi tapahtuneita asioita ja kertomuksia niistä. Nämä kertomukset ja tulkinnat liittyvät tiettyyn käsitykseen alueellisesta kokonaisuudesta, joka voidaan erottaa muista. (Moring 2000, 86.) Paikat hahmottuvat paikkakokemusten ja -merkitysten muutosvirrassa, jota nopeat elämäntilanteiden vaihdokset ja työelämän epävarmuus ruokkivat (Lehtinen 2006, 45). Suhde paikkaan voi rakentua myös etäisyyden päästä esimerkiksi voimallisen luku- tai elokuvakokemuksen kautta (Lehtinen 2006, 48).

Tuanin (2006, 20–26) mukaan myös maalaukset, valokuvat, elokuvat, runot, tarinat ja romaanit sekä musiikkiteokset ovat eräänlaisia paikkoja, koska ne vapauttavat meidät ajan kahleista pysäyttämällä sen. Jotkut paikat, kuten autiomaa, muuttuvat niin hitaasti, että ne tuntuvat ikään kuin omilta saarekkeiltaan ajan virrassa. Paikat tarjoavat myös ajassa takaisinpaluun mahdollisuuden: voimme uudestaan vieraila paikassa, jossa kävimme kauan sitten. Tuanin mielestä ihmiset tuntevat olonsa kotoisaksi juuri paikassa, ei ajassa, jonka koemme nykyään etenevän armotonta vauhtia. Aiemmissa historian vaiheissa aikaa ei pidetty yhtä ongelmallisena, koska ihmisiltä puuttui yksilöllisen minuuden taju. Vain yksittäinen ihminen on ajan vallassa, sillä vain yksilö syntyy ja kuolee – yhteisö on kuolematon. (Tuan 2006, 26–27.)

### **3.1.2 Paikallisuus**

Paikallisuus juontaa juurensa paikan käsitteestä. Paikallisuus käsitteenä yhdistetään Kukkosen ja Lehtosen (teoksessa Jovero & Horelli 2002) mukaan Suomessa usein sodanjälkeiseen urbaaniin murrokseen eli agraarin paikallisuuden katoamiseen kaupunkeihin muuton myötä (vrt. Sarmela 2011, 3). Kukkonen ja Lehtonen mainitsevat, että on noussut esiin keskustelua siitä, onko paikallisuus enää mahdollista tai tarpeellista-kaan, vai ovatko uudet paikan rajat ylittävät universaalit aineettomat rakenteet kenties täyttäneet paikallisuuden tehtävän (vrt. Rokka 2010, 8; Mannermaa 2008, 55–56, 87–



93). Tällaisia kysymyksiä esitettäessä on kuitenkin muistettava, että paikoissa subjektiivinen, fyysinen, sosiaalinen ja toiminnallinen lomittuvat toisiinsa ainutlaatuisella tavalla (Jovero & Horelli 2002, 13).

Ihmiset ovat vielä toistaiseksi siinä mielessä sidoksissa paikkaan, että asuvat useimmiten vakituisesti tietyssä osoitteessa, valitsemassaan asuinpaikassa. Roosin (1988, 65) mukaan asumisella on aluksi marginaalinen merkitys elämäntapoihin<sup>1</sup>, mutta tämä merkitys kasvaa elämän vakiintumisen myötä ja asumisesta tulee eräänlainen elämäntavan symboli. Elämäntapa tietyssä paikassa ja samaistuminen paikkaan liittyvään yhteisöön muo-  
vaa yksilön identiteettiä ja muodostaa siten alueellisen identiteetin, eli *paikallisidentiteetin*, jonka voimakkuus voi vaikuttaa esimerkiksi muuttopäätöksiin. (Södergren 2002, 40–41; vrt. Isoaho 2011, 83–84).

Stuart Hall (1999, 10) kertoo kaunistelemattoman ja yllättävän yleispätevän syyn muuttolleen pois kotoa uuteen maahan: halun päästä eroon äidistään. Hallin mukaan ”me olemme siellä missä olemme voidaksemme olla poissa jostain muualta”.

### 3.1.3 Identiteetti ja yhteisöllisyys

*Identiteettiä* voidaan klassisten identiteettiteorioiden mukaan pitää kollektiivisena minuutena eli yksilöissä ilmenevänä yhteisöllisyytenä, uudempien teorioiden painottaessa yhteisyyden ja yhdenmukaisuuden sijaan yksilön itseymmärrystä omasta kollektiivisesta tajunnastaan. Nykyään puhutaan ihmisen monista identiteeteistä ja niistä muodostuvista identiteettinipuista, jotka voivat yhdistää esimerkiksi saman alueen tai maan ihmisiä tai vaikka vain yhden sukupolven tai ammattiryhmän edustajia (Kivikuru 2000, 11). Yksilön sitoessa itsensä identiteettiin tulevat sosiaalisen todellisuuden paikkoihin ja tapahtumiin liittyvät subjektiiviset tunteet ymmärrettäviksi. (Valtonen 2000, 56.)

---

<sup>1</sup> Elämäntavalla Roos (1988, 12) ymmärtää ”laajimmassa merkityksessään elämänhistorian ja elinolojen muodostaman habituksen kautta jäsentynyttä, nykyisten elämäntapamuotojen ja -asenteiden (dispositioiden) muodostamaa jäsentynyttä kokonaisuutta. Elämäntapa voi olla yksilön, perheen, sosiaalisen ryhmän, sukupuolen, sukupolven tai luokan elämäntapa, tarkastelun yleisyydestä riippuen. Tämän määritelmän mukaan elämäntapa on yhteydessä ennen kaikkea elämänhistoriaan, habitukseen ja toimintaan.” Kuten Pierre Bourdieun teoksessa *La distinction* (1979), tarkoittaa habitus tässä yhteydessä tapaa jäsentää, arvottaa ja hierarkisoida elämää.

Tutkittaessa alueellisuutta ja paikallisuutta, on huomioitava, että alueilla tai alueellisilla identiteeteillä ei ole riippumatonta selkeärajaista olemassaoloa, vaan niitä tutkitaan aina jostain näkökulmasta (Moring 2000, 88). Paasin (1999, 103) mukaan alueellisen identiteetin käsitettä käytetään usein epämääräisesti ja onkin järkevää erottaa toisistaan *alueiden identiteetti* ja ihmisten identiteetti, eli *aluetietoisuus*. Vaikka aluetietoisuutta eli paikallisidentiteettiä ei yleensä pidetäkään keskeisimpiin identiteetteihin kuuluvana, voi se aktivoitua tietyissä tilanteissa, esimerkiksi kun asuinpaikkaan kohdistetaan ennakkoluuloja, ja tarvittaessa sillä voidaan tehdä eroa toisiin ihmisiin: me käpyläläiset, te töölöläiset (Ruonavaara 2001, 26; Tapper 2000, 5; Valtonen 2000, 56; Moring 2000, 88).

Identiteetit eivät ole muuttumattomia, vaan jotkin niiden ainekset ovat aikaan sitoutuneita ja voivat muuttua nopeastikin, toisten aineiden pysyessä lähes muuttumattomina ajan saatossa (Kivikuru 2000, 11; Hall 1999, 21–24). Identiteetit eivät kehity, vaan ne tietoisesti kehitetään, oli sitten kyse etnisistä identiteeteistä, kansallisista identiteeteistä, luokkaidentiteeteistä, kulttuurisista identiteeteistä tai sosiaalisista identiteeteistä. Identiteetteihin liittyvät aina yhteisöllisyys ja ulkopuolisuus (vrt. Hall 1999, 12). Yhteisöllisyys perustuu siihen, että yhteisö on rajattu joukko, josta jotkut jäävät ulkopuolelle. (Kivikuru 2000, 11.)

Yhteisöllisyyden ja paikallisuuden suhde nyky maailmassa on kaksijakoinen. Yleisesti nyky-yhteiskunta näyttyy perinteisten perhe- ja sosiaalisten siteiden sekä yhteisöllisyyden muotojen, kuten tiettyyn paikkaan juurtumisen heiketessä kasvavan individualistisena (Rokka 2010, 8). Erilaiset globaalit, ideologialtaan ohuilta vaikuttavat liikkeet tai virtuaaliheimot eli uusheimot (Mannermaa 2008, 91–93; Rokka 2010, 8), kuten esimerkiksi Zeitgeist, voivat suhteellisen lyhyessä ajassa kerätä suuren määrän kannattajia. Toisaalta myös monenlaista aidosti paikallista toimintaa, kuten asukasyhdistykset, paikalliset valuutat tai aikapankit (Lappalainen 2011, 75–78; Aldridge & Patterson 2002; Kirjavainen 2011, 16), syntyy kiihtyvällä tahdilla.

Ihmisen elämän nähdään kuitenkin usein sitoutuvan enemmän henkilökohtaisiin projekteihin kuin alueelliseen yhteisöön (Sarmela 2011, 10, 17; Mannermaa 2008, 78–82; Vilkkö 2000, 83). Tältä katsontakannalta paikallinen yhteisöllinen toiminta ja siihen liittyvät identiteetit voidaan käsittää projektiluontoisiksi ja alati muuttuviksi (Tapper

2000, 6–7). Anttiroikon (1999, 114) mukaan nämä projekti-identiteetit eivät kytkeydy teollisuusyhteiskunnan instituutioihin, vaan valtiovalta ja instituutiot menettävät valta-asemiaan eri alojen globaaleille verkostoille.

### 3.1.4 Paikallinen kulttuuri ja globalisaatio

Kainulaisen (2005, 150) mukaan kulttuuri (*culture*) on yksi englannin kielen monimerkityksellisimmistä sanoista. Käsitteenä kulttuuria on käytetty ja määritelty lukemattomin tavoin mitä erilaisimmissa yhteyksissä. Kaikkia määritelmiä yhdistää Kupiaisen ja Seväsén (1994, 7) mukaan kollektiivisuus ja yhteisöllisyys. Kulttuuri on yhteistä, jaettua ja opittua, omaa tai muiden kulttuuria.

Antropologi Matti Sarmela kuvaa tekeillä olevassa teoksessaan *Postlokaali kulttuuri* (2011) kulttuurin finalisaatiota kyläyhteisön lokaalisesta kulttuurista, delokaalisen kansallisen valtiokulttuurin kautta globaaliin postlokaaliseen kulttuuriin (taulukko 2). Sarmela näkee kuvaamansa kehityskulun johtavan täydelliseen ulkoa ohjattuun kontrolliin ja arvojen rappeutumiseen. Sarmelan mallin mukaan paikallisuus siis kuolee tai siitä tulee vain yksi triviaali näkökulma globaalin viihdeteollisuuden, eli Sarmelan sanoin tajuntateollisuuden<sup>2</sup>, kulutushyödykevirrassa.

---

<sup>2</sup> Sarmelan mukaan ”tajuntateollisuus on kaupallista kulttuurituotantoa, tiedettä, taidetta, viihdettä, vaikuttamista, jolla pyritään täyttämään kuluttavien massojen tajunnan tila, ohjaamaan ihmisten ajattelua, tuntemista ja kokemuksia”.

Taulukko 2. Kulttuurin finalisaatio (Muokattu lähteestä Sarmela 2011, 15.)

1. Lokaalinen kulttuuri	2. Delokaalinen kulttuuri	3. Postlokaalinen kulttuuri
<p><b>Etninen paikalliskulttuuri</b></p> <p><b>Paikallinen ympäristö</b> paikalliset resurssit</p> <p><b>Paikalliset tuotantomuodot</b> paikallinen tieto ja tekniikka, luonnonmukaiset elinkeinovuodet ja työperiodit, paikallinen tuotannonjako</p> <p><b>Kyläyhteisöt</b> naapuruus, keskinäinen naapuriapu, kylähallinto, yhteisöllinen kontrolli</p> <p><b>Kyläuskonto</b> korkeauskonnot, kylätempelit, uskonnollistettu ajanlasku, uskonnollistetut perhe- ja siirtymäriitit, lähimmäisyseetiikka</p> <p><b>Yhteisön perinteet</b> kyläjuhlat (yhteisäteriat), kirkko- ja temppelejuhlat, kylähäät, kylähautajaiset, työvuoden yhteiset juhlat, kylänsisäiset seurustelutilaisuudet</p> <p><b>Ihmisideali</b> sukuihminen, kyläihminen, paikallinen enkulturaatio, työhön kasvaminen</p> <p><b>Yhteisöä tukeva folklore</b> kerronnan lokaalistaminen, moralistinen, yhteisöllinen kerronta, paikallisheerokset</p>	<p><b>Keskittynvä valtiokulttuuri, meritokratia</b></p> <p><b>Ei-paikallinen, kansallinen ympäristö</b> ulkopuoliset resurssit, fossiilinen energia, valtiollinen kansantalous</p> <p><b>Teknosysteemit</b> massateollisuus, liukuhihnatekniikka</p> <p><b>Valtioyhteisö</b> kansallinen solidaarisuus ("koti, isänmaa, uskonto"), hyvinvointivaltio, edustuksellinen demokratia</p> <p><b>Metropolikeskeiset rakenteet</b> keskushallinto, keskusjärjestöt (korporaatiot), kuntakeskukset, toimintakeskukset (virasto-, koulu-, kulttuuri-, urheilukeskukset)</p> <p><b>Valtiollinen kehitysideoologia</b> valtiollinen kehitysritualismi, poliittiset sosiodraamat, kansallinen kulttuurihierarkia</p> <p><b>Ihmisideali</b> kansallinen oppi-ihminen, meritokraatti, kansallinen peruskoulutus, tieteellistekninen taito ja tieto</p> <p><b>Kansallinen kulttuuriteollisuus</b> ammattikulttuuri, mediakulttuuri (TV), massatapahtumat (festivaalit), kulttuuripalvelut, kulutuskulttuuri</p> <p><b>Kansallinen kulttuuriperinne</b> kansallinen taide ja viihde, kansallinen kulttuuri-ideoologia, kansalliset heerokset</p>	<p><b>Mannerkulttuurit, finalistunut maailmankehitys, maanosavaltiot</b></p> <p><b>Globaali ympäristö</b> globaalit resurssit, universaalit tuotantorakenteet</p> <p><b>Globaalit teknosysteemit</b> digitaalitekniikka, automaatio, robotteknikka, avaruustekniikka (satelliitit), internet, globe-verkot, globaalit valvontakeskukset</p> <p><b>Universaali kulttuurijärjestelmä</b> universaali tieto ja koulutus, globaalit tiedostot ("maailmanavot"), täydellinen ympäristön ja luonnon valvonta</p> <p><b>Planetaarinen kehitysideoologia</b> maanosarituaalit, globaalit kehitys- ja valvontaideoologiat, globaali mediahierarkia</p> <p><b>Ihmisideali</b> maailmantason suorittaja, globaali meritokraatti, universaali koulutus ja ammattitaito, yhteinen tieteellistekninen osaaminen</p> <p><b>Globaali tajuntateollisuus</b> tieteellistekninen mielenhallinta, audiovisuaalinen symbolimaailma, maailmankulttuurin representaatiot, ylikansalliset heerokset, globaali julkisuuskultti</p>

Sarmelan (2011, 8) mukaan kulttuurien finalisaatioprosessin tuloksena syntyy täydellinen paikaton, postlokaalinen kulttuurijärjestelmä. Tämä johtaa kansallisvaltioiden sulautumiseen ensin mannervaltioiksi ja myöhemmin osaksi planetaarista, tieteellisteknistä maailmankulttuuria.

Jo sana finalisaatio osoittaa, että Sarmela pitää kuvaamaansa kehityskulkua loogisena päätepisteenä, kehityksen ollessa väistämätön vyöry, jota ei voi hallita tai muuttaa. Sarmela on tarkoituksellisen kärjistetyissä pohdintoissaan pitkälti samoilla linjoilla niiden

mediatutkijoiden<sup>3</sup> kanssa, joiden keskusteluissa Kivikurun (2000, 36) mukaan kulttuuri ja kulttuuriset identiteetit näyttäytyvät yleensä aitoina, tasapäistävän median uhkaamina ruohonjuuri-ilmiöinä, toisin kuin kirjallisuuden ja taiteen puolella, jossa kansainvälisyys nähdään rikastavana tekijänä, ei uhkana. Vaikka olisikin hiukan naiivia pitää tätä jo osin toteutunutta tulevaisuudennäkymää pelkkänä dystopiana, eli synkkänä tulevaisuuskuvielmanana, on Sarmela jättänyt tyystin huomiotta edellä mainitut uudet yhteisöllisyyden muodot, jotka osaltaan ruokkivat uudenlaista paikallista toimintaa.

Valtosen (2000, 59) mukaan globalisaation tuoman muutoksen nähdään rapauttavan kansallisia identiteettejä, mutta toisaalta vahvistavan erityisiä paikallisia ja rajallisia identiteettejä (vrt. Moring 2000, 82; Urry 1995, 153). Esimerkiksi Beatriz Plazan (artikkelissa Heinänen 2011, B1) mukaan ”kilpailukykyä mitataan nykyään enemmän kaupunkien kuin maiden brändeillä”. Joidenkin mielestä globaalin sijasta olisikin täsmällisempää puhua yleisen ja erityisen yhdistävästä *glokaalista* (Knuuttila 2006, 8). Valtonen (2000, 61) ei toisaalta ole valmis hylkäämään kansallistakaan, vaan näkee kansalliset identiteetit edelleen yhtenä kulttuuristen identiteettien keskeisimmistä lähteistä (vrt. Hall 1999, 19; Tuan 2006, 17–18). Kansainvälistymisen Valtonen (2000, 60) arvelee vain muuttavan kansallisen identiteetin merkitystä tehden siitä epävarmoina aikoina jopa entistä merkittävemmän lähtökohdan ihmisten väliselle kanssakäymiselle.

Valtonen näkee kansallisen identiteetin elävän ja toimivan *diskursseissa*, kansallisen kulttuurin ollessa diskurssi muiden joukossa. Diskurssilla tarkoitetaan lausumajoukkoa, joka tarjoaa kielen tiettyä aihetta koskevasta tiedosta keskusteluun. Diskurssi on siis aihetta rajaava näkökulma, joka sulkee pois muita näkökulmia. Kuvitteellisen yhteisön jäsenten on mahdollista nähdä diskurssikonaisuuksissa kansakunnan kertomus. Kertomuksen versioita löytyy kansallisista historioista, kirjallisuudesta, mediasta ja kaikesta populaarikulttuurista. (Valtonen 2000, 61–63.)

---

<sup>3</sup> Kivikuru mainitsee näistä mediatutkijoista hollantilaisen Cees Hamelinkin, joka teoksessaan *The politics of world communication: a human rights perspective* (1994, 284–316) kritisoi sitä järjestäytynyttä yhteiskunnallista toimintaa, johon olemme kasvaneet.

Globalisaatiota ja kuluttajaryhmien sekä kulttuurien eriytymistä käsittelee myös tulevaisuudentutkija Mika Mannermaa (2008) teoksessaan *Jokuveli – elämä ja vaikuttaminen ubiikkiyhteiskunnassa*, ottaen kehitykseen Sarmelaa myönteisemmän näkökulman. Mannermaan jokuveli tarkoittaa, isoveljestä poiketen sitä, että kaikki ihmiset yksityisinä, viranomaisina ja yrityksinä sekä valvovat että ovat valvottavina. Ubiikissa, kaikkialla läsnä olevan älyn yhteiskunnassa on kuitenkin vaikea tietää kuka kulloinkin valvoo ja mitä. Mannermaan mukaan ubiikkiyhteiskunta voidaan määritellä seuraavasti:

Ubiikkiyhteiskunta on yhteiskunta, jossa langaton tiedonsiirto ja verkottuminen on mahdollista kenelle tahansa, missä tahansa ja minkä välityksellä tahansa.

Määritelmään voisi vielä lisätä, että Mannermaan mukaan äly on kaikkialla ja kaikessa aina auton renkaista mummon pillerilaatikkoon, ja nämä älyt pystyvät keskustelemaan keskenään. Siihen, köyhdyttääkö kuvatus kaltainen globaali kehitys kulttuuria, Mannermaa ei ota kantaa, mutta kuten Sarmela, näkee perinteisesti käsitetyin paikallisuuden ja paikallisyhteisöjen merkityksen vähenevän entisestään.

Hardtin ja Negrin (2000, 52–59 teoksessa Lehtinen 2006, 46–47) mukaan kaikki yhteiskunnalliset muutokset rakentuvat viime kädessä paikallisina ja globaaleina yhdistelminä. Mitään erillistä, puhdasta paikallisuutta ei ole, koska olemme kaikki kiinnittyneet omissa elämäntilanteissamme osaksi maailmantalouden virtauksia. Näin ollen nykyisen kehityksen arvostelukin tapahtuu aina globalisaation sisältä käsin, sen joistakin piirteistä kieltäytymällä. Tämän näkökannan mukaan paikallisuus ja tilallisuus näyttävät väistyvinä. Ihmisiä ei nähdä paikantuvina ryhminä, vaan nopeasti asemoitumistaan muuttavina toimijoina eli itseohjautuvina asiantuntijoina, tai helposti vaihdettavina tuotannon osatekijöinä (vrt. Castells 2010, xxiii; Mannermaa 2008, 135–136).

### **3.1.5 Tulevaisuuden megatrendit**

Globalisaation katsotaan yleisesti kuuluvan keskeisimpiin tulevaisuuden megatrendeihin. Tiilikaisen (2009, 18) mukaan megatrendit ovat pitkäkestoisia, usein maailmanlaajuisia linjoja. Pitkät vahvat muutokset trendeissä sekä isot megatrendit asettavat raja-

aitoja kehitykselle. Pitkistä trendimuutoksista piirtyvää ennalta arvattavaa jatkumoa voidaan rikkoa pienien hiljaisten signaalien avulla.

Tiilikainen (2009, 18) mainitsee seuraavia yleisimpiä nykyajan megatrendejä:

- Globalisaatio
- Verkostoituminen
- Kestävä kehitys
- Väestön ikääntyminen
- Uuden teknologian kehitys
- Individualismi
- Yhteisöllisyyden kaipuu
- Mukavuudenhalu, kiireen tunne
- Nopeus ja reaaliaikaisuus
- Joustavuus ja säätelyn purkautuminen

Hieman syvemmälle tulevaisuusilmiöihin sukeltaa Mika Mannermaa (2008, 217) top ten -listassaan vuosilta 2007–2008:

1. *Globalisaatio leimaa kehitystä.* Ilmastonmuutos ja muut ympäristöongelmat, maailmantalouden painopisteiden muutokset, kulttuurien jännitteet, kehitysongelmat, ja terrorismi eivät katoa.
2. Tietoyhteiskunnan teknologiapainotteinen alkuvaihe korvautuu sisällöllisillä asioilla. *Olellaisia ovat kuluttajien tarpeet ja palvelut.*
3. Ubiikkinäkökulma nousee tärkeäksi. *Äly on läsnä kaikkialla:* jokuveli valvoo, tietää, eikä koskaan unohda. Kansalaiset, vallanpitäjät ja yritykset elävät akvaariossa.
4. *24/7 –yhteiskunnassa* kaupat, pankit, elokuvateatterit, virastot, yliopistot, ravintolat, kuntosalit jne. ovat aina auki.
5. *On vain vähemmistöjä:* ammatti- ja kuluttajaryhmät eriytyvät, samoin kulttuurit, arvot ja ihmisen identiteetit elinkaaren eri vaiheissa.

6. *Yhä useampi toimii vaeltavana ammattilaisena* sen sijaan, että hakeutuisi töihin suureen organisaatioon.
7. *Kaikki asuvat urbaaneilla alueilla* tai niiden läheisyydessä. Haja-asutusalueet tyhjenevät.
8. Tietoyhteiskuntaa leimaavan tieto- ja viestintäteknologian rinnalle nousee uusia teknologioita, kuten *bio-, materiaali- ja nanoteknologiat*.
9. Yhteiskunnalliset, taloudelliset ja teknologiset *systeemit monimutkaistuvat edelleen*. Aineellisten riskien lisäksi tietoyhteiskunnan aineettomat riskit, kuten virukset, ovat todellisuutta.
10. Pitkällä aikavälillä *erilaiset teknologiat fuusioituvat* muodostaen uudenlaisen pohjan yhteiskunnallisille ja taloudellisille järjestelmille.

Mannermaan hengessä Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen Nurmi, Vähätalo, Saarimaa & Heinonen (2010, 22–26) erottavat tutkimuksessaan ”Ubitrendit 2020: tulevaisuuden ubiteknologiat. Kehityskulkuja, sovelluksia, trendejä sekä heikkoja signaaleja.” seuraavia spesifejä megatrendejä ja heikkoja signaaleita:

#### Spesifit megatrendit

- Kuluttajalähtöinen ajattelu vahvistuu.
- Yksilöllistyminen korostuu.
- Väestön ikääntyminen tuo uudenlaisia kuluttajia.
- Elämyksellisyys ja kokemuksellisuus liittyvät yhä kiinteämmin kulutukseen.
- Kuluttajien jatkuva uuden opiskelu lisääntyy.
- Itsepalvelun osuus ohjaa palveluinnovaatioiden menestystä.
- Työpaikkoja ja tuotannonaloja syntyy ja katoaa entistä nopeammin.

#### Heikot signaalit

- Vaihtoehtoiset elämäntavat valtaavat alaa.
- Kuluttamisen arvostus hyvinvoinnin päämääränä ajautuu kriisiin.



- Maailma jatkaa edelleen moninapaistumistaan ja valtakeskittymiä on useita eri puolilla maapalloa.
- Teknologinen kehitys on entistä käyttäjälähtoisempää ja vastuullisempaa.
- Teknologiaa käytetään yhteisöllisesti ja uusien laitteiden käyttöön ottamisen sijaan pyritään löytämään kestäviä ratkaisuja vanhoihin ongelmiin.
- Tiedon määrä lisääntyy edelleen ja päätöksenteosta tulee entistä hektisempää.
- Yksinäisyys lisääntyy verkottuneessa yhteiskunnassa.
- Puhelin- ja nettiystävyyden yleistyminen nuorten keskuudessa.
- Turvallisuus ja valvontateknologian kysyntä kasvaa.
- Virtuaalimaailman valuuttojen volyymit kasvavat nopeammin kuin minkään reaali maailman valuutan.

Nurmen ja kumppaneiden listasta voisi paikallisuuden, identiteetin ja yhteisöllisyyden kontekstissa poimia yksilöllisyyden korostumisen, vaihtoehtoisten elämäntapojen yleistymisen, yksinäisyyden lisääntymisen sekä työväestön eläköitymisen ja nuorten nettiyhteisöllisyyden vahvistumisen mahdollisesti luoman entistä syvemmän sukupolvien välisen kuilun. Toisaalta, de Mooijn (2011, 87) mukaan sukupolvien väliset suhteet voivat olla läheisiä ja tunteikkaita, vaikka isovanhempien ja vanhempien yhteistalouksia ei olisikaan.

Osa Nurmen ja kumppaneiden ”ubitrendeistä” pohjautuu otaksumaan elintason jatkuvasta noususta. Suuremmat tulot antavat ihmisille lisää vapauksia itseilmaisuun, joka taas perustuu heidän asuinmaansa kansalliseen arvojärjestelmään, identiteettiin. Varallisuuden kasvun nähdään luovan vaihtoehtoja vapaa-ajankäyttöön. Nämä vaihtoehdot voivat liittyä kuluttamiseen, mutta myös esimerkiksi hyväntekeväisyystyöhön tai itsensä sivistämiseen. Varallisuuden kasvun nähdään usein johtavan joko ylikorostuneeseen materialismiin ja kulutuksen lisääntymiseen (*vrt. elämyksellisyys ja kokemuksellisuus liittyvät yhä kiinteämmin kulutukseen*) tai varallisuuden vakiintumisen myötä kulutuksen väheneemiseen (*vrt. kuluttamisen arvostus hyvinvoinnin päämääränä ajautuu kriisiin*), vaikka varsinaisia kiistattomia todisteita kulutuksen vähentämisestä varallisuuden kasvaessa ei olekaan. (de Mooij 2011, 87–88.)

Kuluttajakäyttäytymisen ja kulttuurin yhteyttä tutkineen de Mooijn (2011, 87) mukaan valtioiden vaurastuessa kulttuurin vaikutus kulutukseen ja kuluttajakäyttäytymiseen tulee näkyvämmäksi. Tämä ilmiö on hänen mukaansa näkynyt esimerkiksi kiinnostuksen lisääntymisenä kansallisia musiikki- ja TV-ohjelmia kohtaan, luoden aikanaan tiettyjen kansainvälisten TV-kanavien kuten MTV:n ja CNN:n kansalliset versiot. Myös monet Itä-Aasian maat ovat de Mooijn mukaan hyviä esimerkkejä siitä, että varallisuuden kasvu ei ole tappanut kulttuuriperinteitä, vaan monessa tapauksessa jopa vahvistanut niitä. Tiettyyn kulttuuriin lokalisoidut kansainväliset formaatit voidaan toki nähdä myös Sarmelan tapaan enemmänkin osana finalisaatioprosessia kuin kansallisen kulttuurin vahvuuden osoituksina.

Yhteenvedona voidaan sanoa, että tulevaisuus nähdään Mannermaan, Sarmelan ja Rokan sekä Nurmen ja kumppaneiden mukaan yksilökeskeisenä, hektisenä, ja katsontakannasta riippuen moni- tai eriarvoisena. Kehityksen tavoitteellisuudesta (Mannermaa 2008, 203) ollaan montaa mieltä. Kansalaisen näkökulmasta oleellisimpana näyttäytyy se, miten viestintäteknologiat ja niiden tarjoamat mahdollisuudet tukevat itse kunkin identiteetti projekteja (Turkki 1998, 33).

### **3.1.6 Sosiaalinen media - paikallisuus ja yhteisöllisyys verkossa**

Paikallisuuden ja yhteisöllisyyden ilmenemistä verkossa voidaan tarkastella sosiaalista mediaa tutkimalla. Erilaiset verkkopalvelut sosiaalisine verkostoineen tarjoavat, ainakin teoriassa, monipuolisia välineitä paikallisuuden ja yhteisöllisyyden toteuttamiseen. Sosiaalinen media onkin terminä hieman harhaanjohtava, sillä internet kokonaisuudessaan on Castellsin (2010, xxvi) mukaan lähtökohdiltaan interaktiivinen kommunikaatioväline, ei media. Toisaalta massamediakommunikaation ja muiden kommunikaatiomuotojen rajojen edelleen hämärtyessä käyvät rajanvedot tarpeettomiksi ja käsitteet hiljalleen uusiutuvat.

Sosiaalisen median evoluutio on kulkenut lankapuhelinverkkoon liitetystä Bulletin Board Systemistä, eli purkeista, chattien kautta Facebookin, Flickrin ja Foursquaren kaltaisiin yhteisöpalveluihin (Castone 2011). Tekniikan (ja tuotteistuksen) kehittyessä nörttiyhteisöistä on tullut koko kansan yhteisöjä, perusajatuksen kuitenkin pysyessä

samana –tekniikka on lähinnä monimuotoistanut jaettavaa sisältöä ja helpottanut palveluiden saavutettavuutta.

Rokan mukaan (2010, 8) on mahdollista, että Maffesolin (1988/1996) esityksen mukaisesti uusheimot ja postmodernit yhteisöllisyyden muodot ainakin jossain määrin korvaisivat perinteiset yhteisöllisyyden mallit (vrt. Ridell 2011, 18). Mitä sitten ovat nämä uudet yhteisöllisyyden muodot? Mikrobloggauspalvelu Jaikun perustaja Jyri Engeström (artikkelissa Aittamurto 2011, 79) puhuu *sosiaalisista objekteista*, joiden ympärille ihmiset järjestäytyvät verkossa. Sosiaalisia objekteja voivat olla vaikkapa elokuvat, ruoka tai videot. Esimerkiksi kuvanjakopalvelu Flickrissä ihmiset järjestäytyvät kuvien ympärille, YouTubessa videoiden. Engeströmin mukaan yritykset koettavatkin kilvan keksiä uusia tapoja, joilla ihmiset voivat verkottua erilaisten sosiaalisten objektien ympärille.

Sosiaaliset objektit ovat siis käyttäjien tuottamia sisältöjä, jotka altistetaan vertaisarvioille. Monissa palveluissa, kuten Wikipediassa, käyttäjät jopa harjoittavat eräänlaista tiedon rakentelua –voidaan puhua *parvi- tai joukkoälystä (wisdom of crowds)*, jota hyödynnetään *joukkoistamalla (crowdsourcing)* (Holmberg et. al. 2009, 47). Farmerin ja Glassin (2010, 112–113) mukaan tiedon jakamisesta voidaan erottaa kolme motivaatiotekijöiltään toisistaan poikkeavaa luokkaa: 1) altruistinen tiedon jakaminen pyrkii tuottamaan hyvää toisille, 2) kaupallinen tuottamaan voittoa ja 3) egosentrinen (vrt. Ridell 2011, 17) tuottamaan tyydytystä itselle. Andersonin (2006, 88–89) mukaan vertaistuotannon suurin motivoiva tekijä on maine. Myös Engeströmin (artikkelissa Aittamurto 2011, 79) mukaan maine motivoi –esimerkiksi taitava bloggaja voi nousta arvostetuksi ajatusjohtajaksi herättämällä huomiota fiksuilla ideoilla, rakentamatta kuitenkaan itse mitään uutta. Onkin mielenkiintoinen kysymys, onko sosiaalisessa mediassa juurikaan kyse yhteisöllisyydestä vai enemmän ihmisten henkilökohtaisista huomioprojekteista?

Pyrkimystä henkilökohtaiseen tyydytykseen on myös elämysten tavoittelu. Elämysten taas katsotaan enenevässä määrin sitoutuvan kulutukseen (Nurmi, Vähätalo, Saarimaa & Heinonen 2010, 22–26). Roosin (1988, 132) mukaan elämyksellisyys liittyykin kulutukseen, mutta elämysten tavoitteluun liittyvä addiktio ei ole niinkään addiktiota tavaroihin, vaan elämänmalleihin. Yhtä lailla ihmiset kuluttavat sosiaalisen median palveluita ja nykyään usein puhutaankin verkkopalveluiden koukuttavuudesta. Verkkopalvelui-

den voidaan siis nähdä ylläpitävän tai jopa luovan addiktoivia elämänmalleja. Jostain syystä nettiriippuvuudesta ei kuitenkaan ole juuri puhuttu mediassa aikoihin, viimeksi silloin kun internet ei vielä ollut merkittävä markkinointi- ja myyntikanava yrityksille. Päinvastoin koukuttavuus ja maineen tavoittelu esittäytyy usein hyvänä asiana –”Boost your ego”, kuten Samsungin TV-mainoksessa taannoin julistettiin.

Engeströmin (artikkelissa Aittamurto 2011, 79) mukaan sosiaalisessa mediassa tärkeää on myös Facebookista tuttu sosiaalinen ääreisnäkö eli se, että tiedämme missä tutut ihmiset ovat ja mitä he tekevät. Facebook-yhteisön voisi näin myös nähdä muodostavan tuttujen ihmisten paikan, joka muistuttaa tiivistä, lokaalia yhteisöä. Fyysisen sijainnin sijaan tätä yhteisöä kuitenkin yhdistää se, että jäsenillä on jonkinlainen suhde (ystävyyden, kavereiden, työn, harrastuksen tms. projektin) toisiinsa. Yhteisön jäsenet itse, omista henkilökohtaisista lähtökohdistaan, kokoavat juuri sellaisen yhteisön kuin haluavat (Ridell 2011, 17) –tai jollaisen keskuudessa haluavat tavoitella mainetta? Esimerkiksi blogit poikkeavat toistaiseksi käyttötavoiltaan tällaisista yhteisöistä siinä mielessä, että niiden tarkoituksena on usein herättää laajempaakin huomiota, erityisesti kaupallisten toimijoiden keskuudessa eli nostaa tekijöidensä arvostusta ja vaikutusvaltaa, ehkä jopa luoda ansaintamalleja.

Sosiaalista mediaa ja Facebookia tutkineiden, kuten Seija Ridellin ja myös danah boydin, jonka nimi todellakin kirjoitetaan pienin alkukirjaimin, sekä kumppaneiden mukaan Facebookissa ja vastaavissa palveluissa on kyse verkostoista, ei verkostoitumisesta (2011, 51). Olemassa olevat verkostot siirretään Facebookiin, mutta siellä ei varsinaisesti verkostoiduta tai harjoiteta palvelulle epäluonteenomaista toimintaa. Jos Facebook käsitetään sosiaalisena tilana, ei Ridellin (2011, 20, 24, 26) mukaan voida jättää huomiotta ihmisten toimintaa rajaavia ja ohjaavia tilallisia järjestelyjä, joista päättää nimenomaan Facebook ja Mark Zuckerberg. Facebook ottaa toki muutoksissa asiakkaansa huomioon, mutta käyttäjät eivät ole asiakkaita, he ovat tuote (vrt. Talouselämä 21.5.2012).

Dialogia työelämään soveltanut Isaacs (2002, 363) toteaa, että digitaalinen vallankumous on kytkenyt meidät verkkoon, mutta ei ole muodostanut välillemme yhteyttä. Hänen mukaansa emme kiinnitä riittävästi huomiota aidon dialogin synnyttämiseksi tarvittaviin

kokemustasoihin. Isaacsin huomio on edelleen ajankohtainen ja mielenkiintoinen siinä mielessä, että sosiaalisessa mediassa järjestäytyään sosiaalisten objektien ympärille. Pääpaino on tällöin yleensä tiedon jakamisessa (Ridell 2011, 18) ja sen näyttöarvossa (ks. Lovink 1996, 78–79), varsinaisen sisällöntuotannon ja dialogin jäädessä pienempään tai mekaanisempaan rooliin.

Sosiaalinen media on toki viestinnän ja kommunikaation väline, mutta siinä mielessä myös media, että se on kanava käyttäjiensä näyttöarvoltaan merkittäviksi kokemille asioille, jotka voivat olla uutisia, tietoa, viihdettä jne (Ridell 2011, 78) –kansankielellä sosiaalipornoa. Se, miten sosiaalisen median välineitä käytetään, ei tee niistä hyviä tai huonoja, mutta se voi ehkä kertoa ajan hengestä: henkisestä tyhjiöstä, kovista paineista pysyä ajan hermolla, henkilökohtaisen ajan riittämättömyydestä ja tarpeesta kokea itsensä tärkeäksi? Sosiaaliseen mediaan liittyy usein yllättävän voimakkaita tunteita, vaikka kyseessä on vain valikoima verkkopalveluita. Tämä johtunee siitä, että sosiaalinen media tai sen edustamat asiat, kuten elämäntapa, identiteetti ja yhteisö, ovat merkittäviä ja kytkeytyvät tiukasti ihmisen tunne ja kokemusmaailmaan (vrt. Ridell 2011, 125). Kuten paikallisidentiteetin osalta, nämä tunteet saattavat ehkä aktivoitua juuri silloin kun sosiaaliseen mediaan kohdistetaan arvostelua? Sosiaalis-mediallista identiteettiä (vrt. aluetietoisuus, paikallisidentiteetti), kuten kansallista ja paikallista identiteettiä, rakennetaan mediassa, mutta myös sosiaalinen media itse medianana rakentaa sitä tehokkaasti mielisämme.

Sosiaalinen media ei kuitenkaan ole Tuanin kuvailema ajan kahleista vapauttava kuolematon yhteisö, vaan erittäin vahvasti aikaan sidottu yksilöiden viestintäkanava (Ridell 2011, 17). Oma arvoa mitataan jatkuvasti tavoitellen samuuden kokemusta tykkäämisillä tms. Myös yhteisöjen sisällä tehdään eroja muihin, ketkä tykkäävät tietystä musiikista, ketkä seuraavat mitäkin mediaa jne. Sosiaalinen media on maailman suurin kahvipöytä, tupakkapaikka, eräänlainen small talk –areena, jossa ylläpidetään pieniä tuttuuksia ja julkisivuja. Niin kaupallisille toimijoille kuin yksityishenkilöillekin tämä tarkoittaa usein brändäämistä, oman tarinan luomista. Sosiaalinen media onkin erittäin tehokas

puskaradio ja sitä kautta merkittävä markkinointikanava yrityksille –tässä yhteydessä puhutaan usein *WOM-efektistä* (*word-of-mouth*) ja *viraalimarkkinoinnista*<sup>4</sup>.

Sosiaalisen median kaupalliseen potentiaaliin ja sosiaalisiin objekteihin liittyy oleellisesti myös *pitkä häntä –ilmiö* (*the long tail*). Andersonin (2006, 20–25) mukaan kaupallisesta näkökulmasta pitkä häntä on tuotevalikoiman monipuolinen, mutta vähän myyvä osuus, jota tukevan jakelu-, valmistus- ja markkinointimallin internet on mahdollistanut. Massamarkkinat ovat muuttuneet markkinarakojen massaksi. Kuluttajan näkökulmasta näillä paljouksien markkinoilla kaupallisten toimijoiden tuottamat sisällöt ja amatöörien tuottamat sisällöt ovat samalla viivalla, osa samaa loputonta viihdemassaa. Identiteetti- ja huomioprojekteja tukevat erikoiset uutuudet muodostavat kokonaisuutena tärkeämmän markkinan kuin hitit –uudella ja oudolla on enemmän näyttöarvoa kuin vanhalla ja tutulla.

Sosiaalinen media esitetään usein välineraationaalisesti (ks. Mannermaa 2008, 203) itseisarvollisesti hyvänä ja tavoiteltavana (vrt. Ridell 2011, 16), mikä näkyy joskus ihmisten kärjistyneenä suhtautumisena aiheeseen: toisaalla liioitellaan tietoturvariskejä ja yksityisyydensuojan puutetta, toisaalla hehkutetaan mahdollisuuksia ja hyötyjä ilman konkreettista näyttöä. Käyttäjälähtöisesti voisi ehkä olla mielekkäämpää puhua ihmisten sosiaalisuuden ilmenemismuodoista käytettävissä olevien välineiden puitteissa ja varsinkin palvelun kehittämisen näkökulmasta muistaa myös tavoiterationalismi välineraation sijaan.

### 3.1.7 Paikallistieto ja paikallisaineisto

Tässä tutkimuksessa käytetään termejä *paikallistieto* tai *paikallisaineisto* kuvaamaan tiettyyn paikkaan jollain tavoin liittyvää, paikalliskokoelmiin kuuluvaa tai niitä täydentävää tietoa. Paikallistieto tarkoittaa edellä määriteltyä, erityisesti paikallisesti kiinnostavaa informaatiota yleisesti ja paikallisaineisto viittaa sen konkreettisiin ilmentymiin. Paikallisaineisto voi olla esimerkiksi tietokirjallisuutta paikallishistorian muodossa, tiettyyn

---

<sup>4</sup> Katso esimerkiksi <http://www.konversio-optimointia.fi/blogi/facebook-markkinointi/facebook-markkinointi-ja-sen-hyodyntaminen-joulusesonkina/> tai Almgren & Jokitalo 2010, 90–91.

paikkaan viittaavaa kaunokirjallisuutta tai vaikkapa jostain kaupunginosasta kertova musiikkikappale. Paikallisaineistolla voidaan tässä tarkoittaa myös verkkopalvelun käyttäjien luomia sisältöjä, jotka osaltaan rikastuttavat kirjaston kokoelmia.

Perinteisesti merkittävimpiin paikallistiedon lähteisiin kuuluvat paikallislehdet, paikallisyhdistykset (paikalliset seurat ja yhdistykset, esimerkiksi kaupunginosayhdistykset), museot ja toki myös kirjasto tiedon välittäjän roolissa. Paikallistiedosta kiinnostumiseen ei välttämättä vaadita paikallisuuteen liitettyä yhteisöllisyyttä. Paikallisyhdistykseen liittyvä ihminen on kuitenkin kosketuksissa paikallisiin sosiaalisiin verkostoihin viimeistään yhdistystoiminnassa, elleivät nämä verkostot ole jo alun alkaen ohjanneet häntä kyseisen toiminnan pariin. Tietystä kaupungista, kaupunginosasta tai paikasta kiinnostunut ihminen, joka vain hakee tietoa lehdistä, kirjoista tai verkosta, voi puolestaan olla tai olla olematta, paikallisesti sosiaalinen, täysin riippuen omista tottumuksistaan ja mieltymyksistään –elämäntavastaan, jota noudatetaan kun se on eduksi (vrt. Roos 1988, 12).

### **3.1.8 Kirjasto paikallistiedon kanavana**

Almgrenin ja Jokitalon (2010, 15–16, 185, 201–202) mukaan paikallishistoria ja tarinan-kerronta sopivat mainiosti kirjastojen ohjelmaan, koska tarinat ovat osa yhteisön kultuuria ja kollektiivista muistia. On siis luonnollista, että kirjasto muistiorganisaationa osallistuu perinteen siirtämiseen ja jatkamiseen. Paikallishistoria, paikalliskirjallisuus ja mikrohistoria ovat usein esillä kirjastoissa tapahtumien tai teemaviikkojen kautta (Almgren & Jokitalo 2010, 15–16).

Mikrohistoria käsittää Elomaan (2001, 61) mukaan suppeahkojen, ajallisesti, alueellisesti ja tutkittavien henkilöiden määrän suhteen rajattujen ilmiöiden tutkimista. Paikalliskirjallisuuteen kuuluu puolestaan Knuutilan (2006, 9) mukaan usein tekstejä, jotka hyväuskoisesti rakentavat kuvausta omasta kylästä, meidän kylästä, sen ihmisistä, elämästä, hyvistä ja vaikeista ajoista, iloineen ja murheineen, kuvauksen ollessa yleensä tarkoituksellisen valikoitu, haluttuja paikan piirteitä korostava fiktiivinen dokumentti.

Isoahon (2011, 90) mukaan ihmisiä kiinnostavatkin nykyään faktatietoa enemmän kertomukset, elämykset ja tunteet. Tarinallisuus on hiipinyt myös liiketoimintaan niin, että menestyäkseen yrityksen tulee nykyään osata kertoa ”hyvä tarina hyvin”<sup>5</sup> ja osoittaa asiakkailleen, ettei kyseessä ole pelkkä rahanteko, vaan että yrityksen tavoitteet ovat tärkeitä koko yhteisölle.

### 3.2 Palveluiden kehittäminen

Palvelun kehittämistä voidaan pitää asiakaslähtöisenä tutkimuksellisenä kehittämisenä. Tässä tutkimuksessa ei kehitettävää palvelua käsitetä pelkkänä verkkopalveluna, vaan tarkastellaan palvelukonseptia kirjaston palvelutarjoamaan asemoitavana kokonaisuutena, johon voi kuulua erilaisia fyysisiä tai aineettomia elementtejä sekä fyysisiä prosesseja ja informaatioprosesseja. Palvelun kehittämistä pidetään tässä tutkimuksessa lähtökohtana ja ylätasona, jonka teorioiden ja mallien pohjalta suunnitellaan, mitä käyttäjälähtöisiä menetelmiä voidaan mahdollisesti hyödyntää palvelun jatkokehityksessä.

Tässä luvussa tarkastellaan palveluita määritelmällisesti ja perehdytään palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan avainkäsitteisiin. Luvun lopuksi puhutaan palvelun kehittämisestä ja esitetään mallit sekä yleisen palvelustrategian arviointiin että yksilöidyn palvelun elementtien määrittämiseen.

#### 3.2.1 Palvelut määritelmällisesti

Palveluita voidaan määritellä monin eri tavoin, mutta yleisesti katsotaan, että ne ovat taloudellista arvoa edustavia *tekoja*, *toimintoja* ja *prosesseja*, joiden lopputulos ei ole fyysinen tuote. Palvelut voidaan nähdä osaamiseen ja tietoon pohjaavina suoritteina toisen toimijan tai toimijan itsensä hyödyksi (Vargo & Lusch 2004, 2). Palveluita kuvataan

---

<sup>5</sup> Esimerkki hyvästä tarinasta on Metro-lehdessä (Salomaa 2011) julkaistu juttu siitä, kuinka Lotta Svärdiksi nimetty kana pakeni kanalaan hyökännyttä ja muut kanat tappanutta minkkiä uimalla mereen. Kanalan pitäjä toteaa jutussa, ettei tiedä kenenkään aiemmin nähneen uivaa kanaa ja että ”kanalaa vainoava minkki ei uimarikanaa saa”. Paikallislehdet ovatkin pullollaan ”hassuja” eläinjuttuja, joissa eläimiin liitetään ihmisten ominaisuuksia ja niiden toiminnan ympärille rakennetaan tarinoita.



usein neljällä klassisella erityispiirteellä<sup>6</sup>, jotka erottavat ne konkreettisista tuotteista. Nämä erityispiirteet ovat *aineettomuus, vaihtelevuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus*, sekä *varastoimattomuus*. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 15; Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 20–22.)

Aineettomuus tarkoittaa sitä, ettei palveluita voi tuotteiden tavoin nähdä, tuntea, maistaa tai koskea. Vaihtelevuudella tarkoitetaan sitä, että koska palvelut yleensä tuotetaan ihmisiltä ihmisille, ei palvelutilanne toistu identtisenä. Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus viittaa siihen, että palvelut yleensä ensin myydään ja sen jälkeen tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Varastoimattomuus puolestaan merkitsee sitä, ettei palveluita voi säästää, varastoida, jälleenmyydä tai palauttaa. (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 20–22.)

Yksi tapa erottaa palvelut tuotteista on myös myyntitapahtumien jakaminen kahteen ryhmään omistusoikeuden siirtymisen perusteella. Kun omistusoikeus ei siirry, on kyseessä palvelu. Omistusoikeuden siirtymättömyyden tarjoamat liiketoimintamahdollisuudet voivat liittyä tavaroiden tai tilojen vuokraamiseen, tieto- ja viestintäteknisen infrastruktuurin hyödyntämiseen tai resurssien jakamiseen. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 16.)

Palveluiden ja tuotteiden raja on häilyvä ja moni aikaisemmin tavaraksi ymmärretty katsotaan yhä useammin palveluksi. Näkökanta perustuu siihen, että tavaroiden voidaan nähdä tuottavan palveluita, esimerkiksi partakoneen avulla on mahdollista tuottaa paranaajopalvelu. Palveluiden ja fyysisten tuotteiden ero ei kuitenkaan ole asiakkaan *arvon luomisen* kannalta oleellista, koska asiakas ensisijaisesti hakee ratkaisua ongelmaan, ei tavaraa tai palvelua (vrt. Laamanen 2009, 11). (Ojasalo & Ojasalo 2010, 16–17.) Shethin (teoksessa Ojasalo & Ojasalo 2010, 11) mukaan *asiakaslähtöinen* ajattelutapa perustuu siihen, että markkinoiden toiminnan nähdään pohjautuvan kuluttajien haluihin ja yritysten tavoittelevan toiminnallaan kannattavuutta.

---

<sup>6</sup> Ensimmäistä kertaa nämä erityispiirteet esittivät Sasser, Olsen ja Wyckoff teoksessaan *Management of Service Operations* (1978).

### 3.2.2 Palvelulogiikka, tarjooma ja arvon luominen

*”Palvelulogiikan mukaan kaikki liiketoiminta on enemmän tai vähemmän palveluliiketoimintaa (Ojasalo & Ojasalo 2010, 14).”*

Palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan (*Service Dominant Logic*), tai lyhyemmin *palvelulogiikan*, on 2000-luvulla yleisesti nähty nousseen teollisuuslähtöistä, tavarakeskeistä liiketoimintalogiikkaa (*Goods Dominant Logic, Industrial Logic*) tärkeämmäksi. Palvelulogiikan mukaan myyjän ja ostajan vaihdannan keskiössä on usein aineettomien erityisresurssien, kuten tietojen tai taitojen soveltaminen, ei tuote. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 13–14.)

Palvelulogiikassa pääpaino on *palvelutarjoomien* luomisessa. Palvelutarjooma, tai lyhyemmin *tarjooma (offering)*, tarkoittaa kokonaisvaltaista asiakasratkaisua. Tarjooma on yhä useammin 2010-luvulla monimutkainen yhdistelmä, joka koostuu tavaroista, palveluista sekä asiakkaan omasta panoksesta. Näistä tekijöistä muodostuu tarjooman käyttöhetkellä kokonaisvaltainen asiakaskokemus ja arvo. Tarjooman avulla pyritään tukemaan asiakkaan arvontuotantoa ja *luomaan arvoa yhdessä asiakkaan kanssa (co-creation)*. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 3, 17.)

Palvelun arvon luominen ei tapahdu tuotteiden jakelun yhteydessä, vaan osapuolten erityisresursseja hyödyntävässä vuorovaikutuksessa. Sellainen resurssiyhdistelmä, jolla voidaan luoda parempaa palvelua osalle markkinoista luo *kilpailuedun (competitive advantage)*. Fyysiset tuotteet toimivat resurssien soveltamisen ja jakelun välineinä, eli niillä tuotetaan palvelu. Arvon luominen voikin tapahtua joko fyysisillä tuotteilla, aineettomilla palveluilla tai näiden yhdistelmillä (Ojasalo & Ojasalo 2010, 16). (Ojasalo & Ojasalo 2010, 14.)

Palvelulogiikassa lähtökohta on ymmärtää asiakkaan arvontuotantoprosesseja, joiden pohjalta voidaan luoda arvolupaus (*value proposition*). Arvolupaus houkuttelee asiakkaita, mutta sen tarkoitus on myös edesauttaa palvelukokemuksen muodostamista yhdessä asiakkaan kanssa. Keskeistä on siis viime kädessä asiakkaan kokemus palvelun käyttöarvosta, ei niinkään palvelun tekniset ominaisuudet. (Payne, Storbacka & Frow 2008, 86, 89.)

Yhdessä luodun arvon määrittelee ja kuluttaa asiakas, eikä sitä tule ymmärtää vain valmistuskustannusten tai myyntihinnan perusteella (Ojasalo & Ojasalo 2010, 16). Kun asiakas ja palveluntarjoaja luovat arvoa yhdessä, on palveluorganisaation tavoitteena tukea asiakkaan arvontuotantoprosessia. Asiakkaita ei palvelulogiikassa pidetäkään markkinoinnin kohteina, vaan luovina toimijoina, resursseina ja yhteistyökumppaneina. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 14.)

### 3.2.3 Palveluasenne

Monessa tapauksessa asiakaspalvelutyöntekijät ovat yrityksen palvelu ja brändi, koska palvelu tapahtuu heidän ja asiakkaiden välisessä vuorovaikutuksessa. Asiakaspalvelijoiden panos palvelun laatuun kuitenkin nojaa pitkälti yrityskulttuuriin, yrityksen sisäiseen asenteeseen. Palvelulogiikkaa korostavassa liiketoimintaympäristössä toimiminen on erityisen haasteellista yrityksille tai organisaatioille, jotka ovat toimineet tuotelähtöisesti ja korostaneet omiin tuotteisiin, palveluihin, prosesseihin tai tekniikkaan liittyvää osaamista asiakkaisiin liittyvän osaamisen sijasta. (Zeithaml et. al. 2009, 347–348; Ojasalo & Ojasalo 2010, 3.)

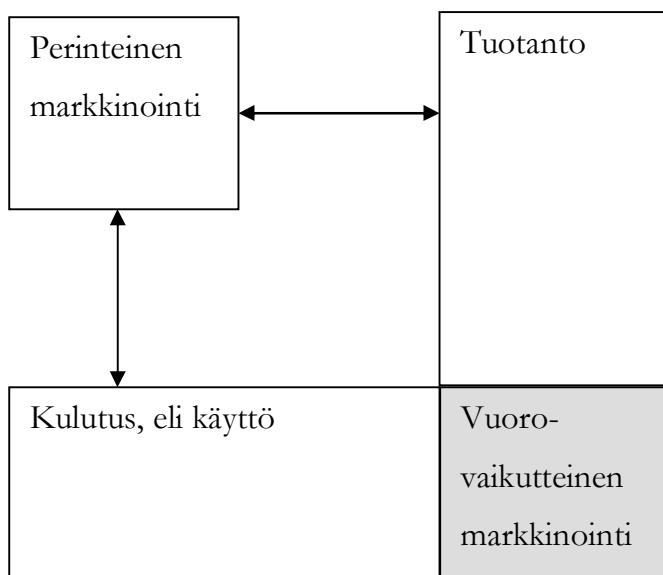
Palvelukeskeisen sisäisen asenteen tai palvelukulttuurin (*service mind-set, service culture*) voidaan katsoa olevan olemassa silloin, kun yrityksessä arvostetaan hyvää palvelua. On myös tärkeää, että hyvää palvelua tarjotaan tasapuolisesti sekä sisäisesti, että ulospäin asiakkaille. Palveluasenteen mukaisesti hyvän palvelun tulisi olla luonteva toimintatapa kaikille työntekijöille. (Zeithaml et. al. 2009, 348–349.)

### 3.2.4 Palveluiden markkinointi

Perinteisesti markkinoinnin on nähty liittyvän fyysisten tuotteiden myynninedistämiseen. Puhutaan neljän p:n (*product, place(distribution), promotion, price*) markkinointimiksistä (*marketing mix*), jonka osat ovat tuote, jakelukanava, myynninedistäminen ja hinta. Näillä elementeillä voidaan kommunikoida asiakkaan kanssa ja parantaa asiakastyytyväisyyttä –niitä pidetäänkin yleisesti markkinoinnin suunnittelun keskeisimpinä muuttujina. (Zeithaml et. al. 2009, 23; Vargo & Lusch 2004, 5.)

Perinteistä markkinointimixiä voidaan laajentaa palvelujen suuntaan ottamalla mukaan vielä kolme p:tä (*people, physical evidence, process*), eli suomeksi ihmiset, palvelun näkyvät osat (tilat, työntekijöiden asusteet, raportit, välineet, käyttöliittymät jne.) ja palveluprosessi. Palvelukeskeisestä näkökulmasta markkinointi koostuu sosiaalisista ja taloudellisista prosesseista, jotka keskittyvät pitkälti yrityksen aineettomien resurssien jatkuvaan parantamiseen kilpailuedun luomiseksi. (Zeithaml et. al. 2009, 24; Vargo & Lusch 2004, 5.)

Grönroosin (2001, 331–334) mukaan perinteinen markkinointi on oma erillinen toimintonsa, joka keskittyy lähinnä massamarkkinointiin. Siihen kuuluvat mm. markkinatutkimus, erillisen myyntihenkilöstön tekemä myyntityö, mainonta, hinnoittelu, myyninedistäminen ja suhdetoiminta. Tuotannon ja kulutuksen kosketuspinnassa, myyjän ja asiakkaan välillä, tapahtuu puolestaan vuorovaikutteista markkinointia. Myyjät tai muut palvelutuotannossa toimivat henkilöt ovatkin Gummessonin (teoksessa Grönroos 2001, 331) mukaan *osa-aikaisia markkinoijia* (vrt. Zeithaml et. al. 2009, 352). (Kuvio 4.)

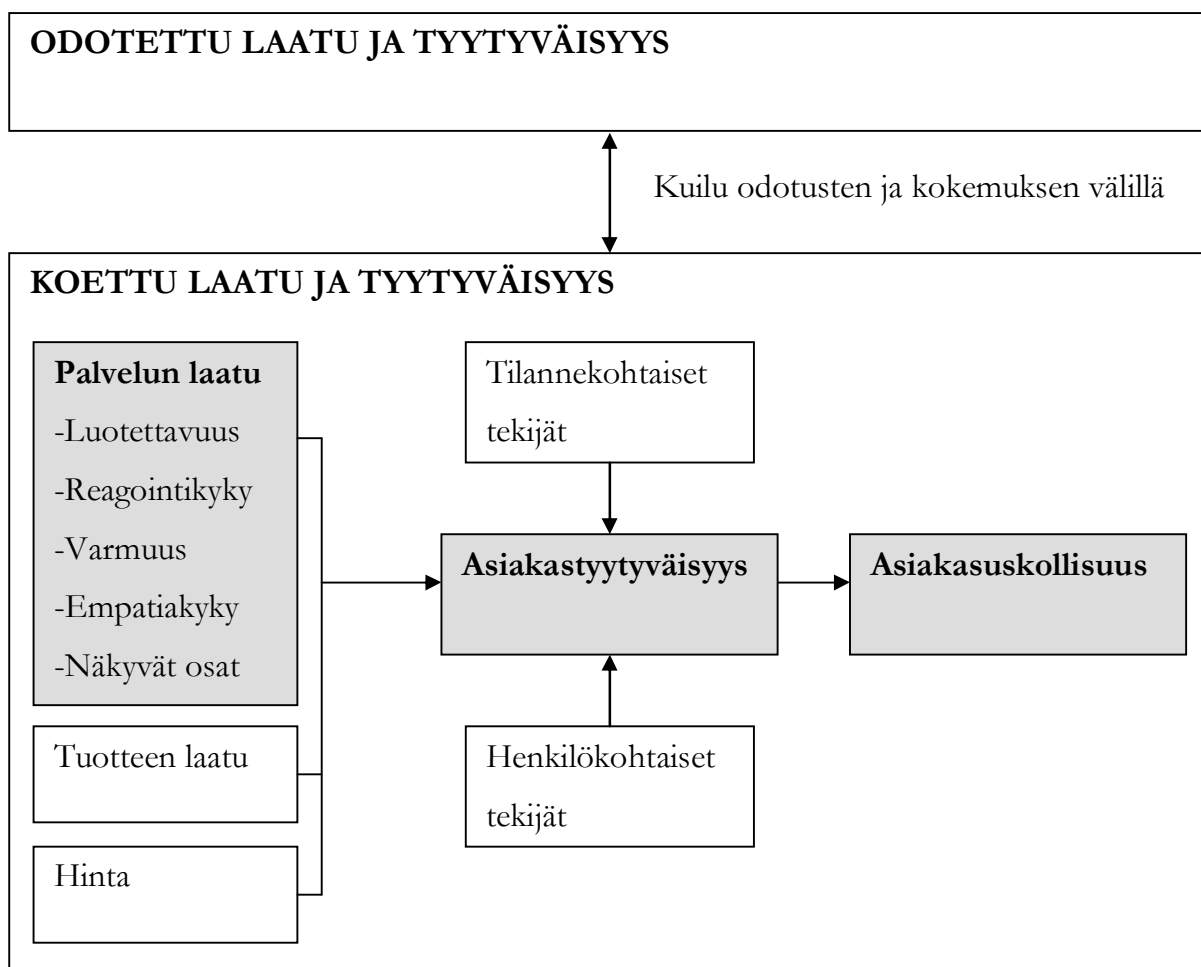


Kuvio 4. Palveluorganisaatioiden kaksi markkinointitoimintoa (Muokattu lähteestä Grönroos 1983, 62. Teoksessa Grönroos 2001, 333.)

### 3.2.5 Palvelukokemus

Asiakkaan palvelukokemus perustuu aina asiakkaan subjektiiviseen havaintoon asiakaspalvelutilanteesta. Asiakaskuilu (*customer gap*) on kuilu asiakkaan palveluun kohdistamien

odotusten ja toteutuneen subjektiivisen palvelukokemuksen välillä. Asiakkaan odotukset luovat vertailukohtat, joiden pohjalta asiakas arvioi käyttämänsä palvelun laatua (vrt. Lovelock & Wirtz 2011, 74). Esimerkiksi mennessään syömään fine dining – ravintolaan asiakas todennäköisesti odottaa parempaa palvelua kuin mitä saisi pikaruokaravintolassa. Näin ollen, jotta voitaisiin tarjota laadukasta palvelua, on asiakaskuulua yritettävä systemaattisesti kuroa umpeen. (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 32–33, 47.)



Kuvio 5. Palvelukokemuksen rakentuminen (Muokattu lähteestä Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 33, 103.)

Kuviossa 5 palvelun laatu heijastaa asiakkaan kokemuksia palvelun luotettavuudesta, reagointikyvystä, varmuudesta, empatiakyvystä ja mahdollisista aineellisista osista. Näitä tekijöitä voidaan mitata SERVQUAL-asteikolla (Zeithaml et. al. 2009, 152–154). Vaikka tyytyväisyys onkin käsitteenä laajempi kuin vain palvelun osiin keskittyvä laatu, on palvelun laatu tässä asiakastyytyväisyyden keskeinen osatekijä. Asiakkaan tyytyväisy-

teen vaikuttavat myös tilannekohtaiset ja henkilökohtaiset emotionaaliset tekijät. (Zeithaml et. al. 2009, 47, 103.) Esimerkkinä tilannekohtaisten ja henkilökohtaisten tekijöiden vaikutuksesta palvelukokemukseen voisi toimia vaikkapa jonon ja kiireen vaikea yhdistelmä.

Palvelun laadun yleiset tekijät soveltuvat yleensä hyvin myös verkkopalvelun laadun mittaamiseen. Lisäksi verkkopalvelun käytössä koettua laatua ja tyytyväisyyttä (vrt. Nielsen 1994, 25) voidaan mitata SERVQUAL-asteikkoa erityisesti verkkopalveluihin liittyvillä kriteereillä laajentavalla E-S-QUAL-asteikolla. (Zeithaml et. al. 2009, 115; Parasuraman 2005, 8.)

## **E-S-QUAL-asteikko**

### **Normaalit käyttötilanteet**

- **Tehokkuus**  
Mikä on palvelun saavutettavuus, sekä miten helppoa ja nopeaa on sen käyttö?
- **Toiveiden täyttäminen**  
Miten palvelun lupaukset suoritusajoista (esim. tilatun tuotteen toimitusaika) täyttyvät?
- **Tekninen toimivuus**  
Miten hyvä on palvelun tekninen toimivuus?
- **Yksityisyys**  
Miten tietoturvallinen palvelu on ja miten hyvin se suojaa asiakkaan yksityiset tiedot?

### **Ongelmatilanteet**

- **Reagointikyky**  
Kuinka tehokkaasti ongelmia voi käsitellä verkkopalvelun kautta?
- **Korvaukset**  
Miten palvelu hyvittää asiakkailleen ongelmat palvelussa?
- **Neuvonta**  
Miten puhelin- tai online-neuvontaa on saatavilla?

(Zeithaml et. al. 2009, 115–116.)

### 3.2.6 Verkkopalvelu palveluna

Tieto- ja viestintäteknikka liittyy nykyään vahvasti palveluihin. Tekniikka on mahdollistanut kokonaan uudenlaisten tarjoomien ja jakelukanavien luomisen palveluille sekä perinteisten palveluiden saavutettavuuden, asiakaskokemuksen ja tuoton parantumisen. (Ojasalo & Ojasalo 2010, 13.)

Internet voidaan kokonaisuudessaan käsittää yhdeksi valtavaksi palveluksi (vrt. Ojasalo & Ojasalo 2010, 13), jossa operoivat yritykset yhdessä muodostavat palvelutarjooman. Kaikki palveluiden markkinoinnin ja johtamisen työkalut, mallit ja menetelmät ovat siis sovellettavissa myös verkkopalveluiden kehittämiseen. Asiakkaiden odotukset palveluita kohtaan ovat pysyneet muuttumattomina teknologisten välineiden kehityksestä huolimatta: yhä halutaan luotettavuutta, saavutettavuutta, vuorovaikutusta, joustavuutta, sekä kompensatiota (pahoittelut, hyvitykset) kun asiat eivät suju luvatusi. (Zeithaml, Bitner & Glemler 2009, 17.)

Teknologia sekä yhdistää että erottaa. Kaikki asiakkaat eivät halua käyttää teknologisia välineitä asioiden hoitoon. Myös yksityisyyteen ja tietoturvaan liittyvät asiat huolettavat monia. Vastaavasti uudet järjestelmät voivat aiheuttaa yritysten työntekijöissä muutosvastarintaa ja johdon näkökulmasta järjestelmähankintojen takaisinmaksu koetaan epävarmaksi. Kuluttajatutkijat Mick ja Fournier esittävät kahdeksan teknologisten välineiden hyödyntämiseen liittyvää keskeistä paradoksia, jotka on hyvä huomioida palveluiden kehittämisessä (taulukko 3). (Zeithaml, Bitner & Glemler 2009, 18–19.)

Taulukko 3. Kahdeksan teknologian hyödyntämisen keskeistä paradoksia. (Muokattu lähteestä Mick & Fournier 1998, 126.)

<b>Paradoksi</b>	<b>Teknologia</b>
Kontrolli/ <i>kaaos</i>	-ylläpitää järjestystä <i>-aiheuttaa odottamattomia muutoksia ja epäjärjestystä</i>
Vapaus/ <i>riippuvuus</i>	-mahdollistaa riippumattomuuden ja vähentää rajoituksia <i>-lisää riippuvuutta ja rajoituksia</i>
Uusi/ <i>vanhentunut</i>	-tarjoaa tuoreimmat innovaatiot hyötyjen muodossa <i>-tarjoaa ratkaisuja, jotka ovat jo ilmestyessään vanhentuneita</i>
Kyvykkyyden/ <i>kyvyttömyys</i>	-saa käyttäjänsä tuntemaan itsensä älykkääksi ja tehokkaaksi <i>-saa käyttäjänsä tuntemaan itsensä tietämättömäksi ja taitamattomaksi</i>
Tehokkuus/ <i>tehottomuus</i>	-nopeuttaa ja helpottaa tiettyjä toimintoja <i>-hidastaa ja vaikeuttaa tiettyjä toimintoja</i>
Tarpeiden täyttäminen/ <i>tarpeiden luominen</i>	-täyttää tarpeita ja haluja <i>-nostaa esiin aiemmin tuntemattomia tarpeita ja haluja</i>
Yhdistäminen/ <i>erottaminen</i>	-yhdistää ihmisiä <i>-erottaa ihmisiä</i>
Innostaminen/ <i>passivoiminen</i>	-osallistaa ja innostaa toimintaan <i>-sulkee pois, keskeyttää ja passivoi</i>

Internet on palvelu- ja suhdekeskeinen media. Palveluntarjoaja ei kuitenkaan verkossa ota ensimmäistä kontaktia, vaan potentiaalinen asiakas. Mikäli tämä kontakti voidaan kehittää vuorovaikutukselliseksi palveluprosessiksi, saattaa asiakkaan ja yrityksen välille muodostua suhde. Koska verkkopalvelusta toiseen on helppo siirtyä, suhdelähtöisen vuorovaikutuksen luominen asiakkaan kanssa voi osoittautua tehokkaaksi tavaksi pitkien asiakassuhteiden luomiseen. (Grönroos 2001, 336.)

### 3.2.7 Palvelustrategia

Erityisesti pienten teknologia-alan toimijoiden ongelmaksi nähdään usein se, että niiden visio on nousta arvostetuiksi kasvuyrityksiksi, mutta tarjoaman tuntemattomuus ja testaamattomuus vaikeuttavat vision toteutumista. Nykypäivän nopeiden valintojen ja lu-

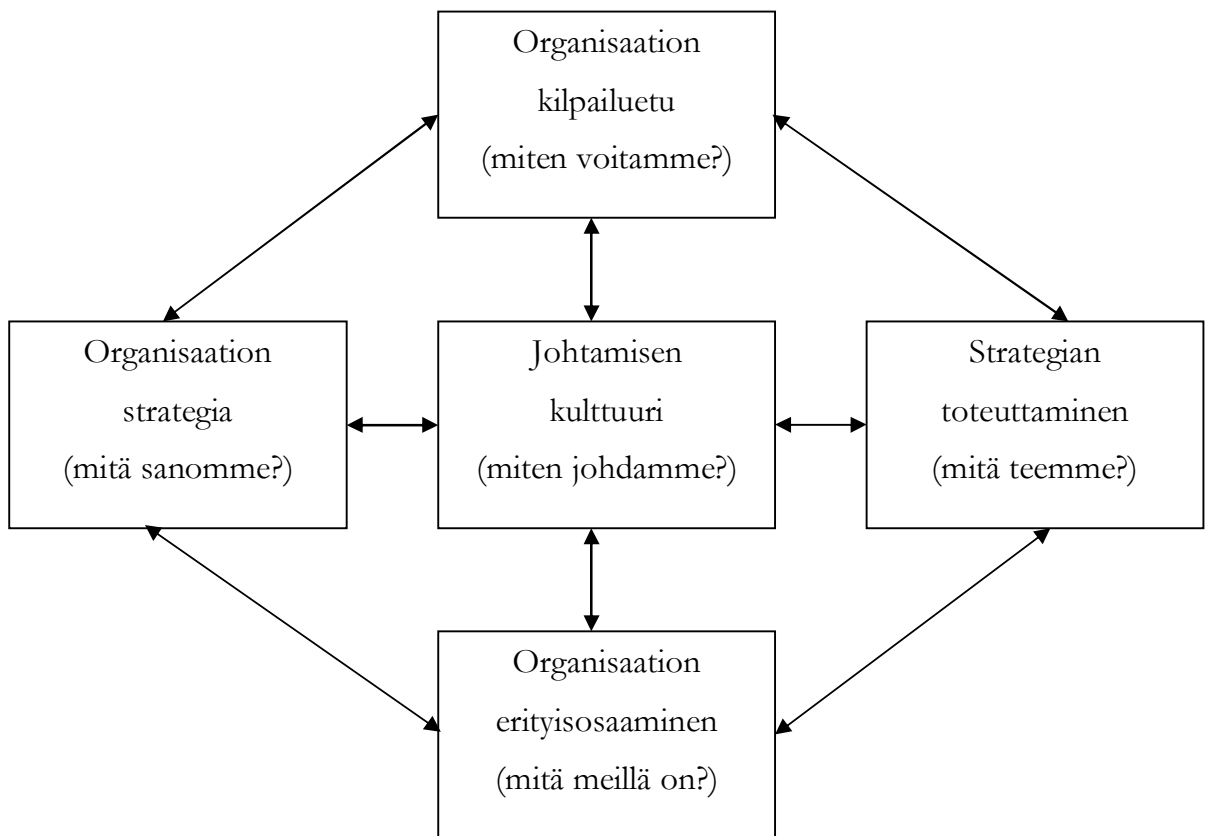


kuisien vaihtoehtojen toimintaympäristössä nämä tekijät johtavat usein yrityksen tuhoon. Jotkut yritykset pystyvät kuitenkin toimimaan ja tavoittelemaan visiotaan. Burgelmanin ja Siegelin mukaan tässä onnistutaan määrittämällä minimitavoitteet (*MGW*, *minimum winning games*), joissa esitetään kohdemarkkinat, relevantit tarvelähtöiset tuotteiden tai palveluiden ominaisuudet sekä saavutettavissa ja mitattavissa olevat taloudelliset tavoitteet. Kilpailuedun saavuttamisessa oleellista onkin tuotteen tai palvelun markkina-asema sekä organisaation erityiset kyvyt. (Burgelman & Siegel 2008, 4–5.)

Burgelman ja Siegel esittävät, että yrityksen johdon tulisi dynaamisesti vahvistaa ja luoda linjoja yrityksen strategian, strategisten toimien ja tavoiteltuun markkina-asemaan liittyvän kilpailun ja kilpailuettujen välille. Tällaisten linjausten teko on kuin timantin leikkaamista raakamateriaalista. Apuvälineeksi Burgelman ja Siegel ovatkin luoneet strategiatimantin (kuvio 6), joka on tekijöidensä mukaan pelkistetty ja helppotajuinen esitys yrityksen kehitystä ajavista dynaamisista voimista, jotka ovat jatkuvassa keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Strategiatimantilla voidaan johdonmukaistaa strategian luomista ja tarkastella strategisen johtamisen logiikan ja toteutuksen välistä vuorovaikutusta. (Burgelman & Siegel 2008, 2, 4–5.)

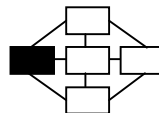
Strategiatimantin viivoja voi ajatella kuminauhoina: kun kaikki on harmoniassa, on timantti alla olevan kuvan kaltainen, mutta kuminauhojen kiristyessä tai löystyessä voi johdon ja henkilöstön välille ilmaantua strategisia ristiriitoja. Tällainen tilanne voi olla merkki lähestyvistä strategisista käännepeisteistä. Strategiatimanttia hyödyntämällä on mahdollista ennaltaehkäistä tämän kaltaisten tilanteiden syntyä. (Burgelman & Siegel 2008, 16.)

## Strategiatimantti



Kuvio 6. Strategiatimantti (Muokattu lähteestä Burgelman & Siegel 2008, 26. Burgelmanin & Siegelin lähteet Burgelman 1994. Fading Memories: A Process Theory of Strategic Business Exit in Dynamic Environments. Administrative Science Quarterly. Burgelman 2002. Strategy is Destiny: How Strategy-Making Shapes a Company's Future. Free Press.)

### Organisaation strategian perusteet



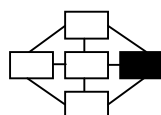
Organisaation strategia vastaa kattavasti siihen, miksi organisaatio tekee sitä mitä se tekee. Johdon tulisi tietää ja tiedottaa millä alueilla halutaan menestyä, miten menestystä mitataan ja mitkä ovat ne erityisosaamiset ja kyvyt, joilla menestystä tavoitellaan. Tärke-

ää on myös tarjoaman asemoiminen markkinatilanteeseen halutun aseman saavuttamiseksi. Oleellista on, miten markkina-asema vahvistaa organisaation kilpailuetuja, sekä mitä panostuksia aseman ylläpitämiseen vaaditaan.

1. Mikä on organisaation virallinen strategia ja mihin se perustuu?
2. Mitkä ovat edellytykset kilpailuedun saavuttamiseen organisaation toimialalla?
3. Mitkä ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyvyt?

(Burgelman & Siegel 2008, 11–12; kuvio 6.)

### Strategian toteuttamisen tehokkuus

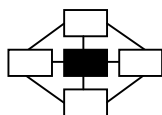


Strategian toteuttamisen tarkastelu tietyssä ajankohtana paljastaa, miten tarkasti johto on linjannut strategiset prioriteetit eri toiminta-alueille ja miten hyvin toteutussuunnitelmat vastaavat linjauksia. Kyse on siitä, mikä on organisaation strateginen tahtotila, tehdäänkö sitä mitä puhutaan ja halutaan: jos esimerkiksi tutkitaan asiakastyytyvää, tulisi saatujen tulosten heijastua käytännön kehittämiseen. On myös tärkeää tarkastella saavutetaanko asetetut minimitavoitteet suhteessa markkina-asemaan, sekä mitata erityisten osaamisten ja kykyjen tasoa.

1. Mitkä ovat ne toimenpiteet, jotka vievät organisaatiota haluttuun suuntaan ja miten ne priorisoidaan?
2. Kuinka hyvin toimialalla vaadittavat kilpailuedun mahdollistavat tekijät pystytään saavuttamaan?
3. Kuinka vahvoja ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyvyt? Kuinka tehokkaasti niitä hyödynnetään markkina-aseman parantamiseen?

(Burgelman & Siegel 2008, 13–14; kuvio 6.)

### Johtamisen kulttuurin laatu



Nykypäivän toimintaympäristössä markkinavoimat, teknologia, säädökset ja asetukset, sekä yleinen taloustilanne ovat jatkuvassa muutoksessa. Tämä asettaa haasteita johtamiselle, koska organisaation tulisi selviytyäkseen mielellään olla edellä ulkoisia muutoksia. Yrityksen sisäisen toimintaympäristön eli johtamisen kulttuurin tulisi tukea organisaati-

on strategian toteuttamista. Kuilu organisaation strategian ja sen toteutuksen välillä on yksi merkki puutteista sisäisessä johtamisessa.

1. Heijastaako organisaation resurssien jakautuminen toimintaympäristön kilpailutilannetta?
2. Miten uudet liiketoimintamahdollisuudet huomioidaan strategian suunnittelussa?
3. Kuinka hyvin ja nopeasti johto tunnistaa ulkoisen toimintaympäristön muutoksia, jotka vaikuttavat strategioiden suunnitteluun?
4. Kuinka hyvin ja nopeasti johto pystyy viemään tunnistettuja muutostarpeita käytännön strategisiksi toimiksi?

(Burgelman & Siegel 2008, 15–16; kuvio 6.)

### **3.2.8 Palvelun kehittäminen**

Palvelut voidaan nähdä ratkaisuina asiakkaan ongelmiin (Ojasalo & Ojasalo 2010, 62).

Puhuttaessa palveluiden kehittämisestä, puhutaan siis asiakkaan tietyn ongelman ratkaisemisesta entistä tehokkaammin. Professori Parasuraman (2010) priorisoi seuraavat kolme asiaa tärkeimmiksi palvelun kehittämisen lähtökohdiksi:

1. Älkää olettako tai luulko tietävänne, mitä asiakkaat haluavat ja tarvitsevat – kysykää ja tutkikaa (vrt. Lovelock & Wirtz 2011, 125; Jansson & Jusenius 2004, 20)
2. Panostakaa parhauteen palvelun perusasioissa ennen monimutkaisten ja erikoisten tarjoomien kehittelyä. Perusasioiden toimivuus tyydyttää useimpien asiakkaiden tarpeet (tällöin myös ongelmat perusasioissa voivat karkottaa paljon asiakkaita)
3. Panostakaa asiakaspalveluhenkilöstöön vuorovaikutustilanteiden parantamiseksi.

Parasuramanin ajatuksia soveltaen, voidaan kolmen palvelukehityksen ydinasian pohjalta yksinkertaistaen todeta, että kehitettäessä palvelua on aluksi tutkittava mitkä ovat asiakkaiden halut ja tarpeet, luotava näiden pohjalta selkeä konsepti ydinpalvelulle ja

lopuksi kehitettävä palvelua sisäisesti mm. panostamalla asiakaspalveluhenkilöstöön ja palveluasenteen (*mind-set*) luomiseen.

Palvelun suunnittelua voidaan lähestyä myös Edvardssonin, Gustafssonin, Kristenssonin, Magnussonin ja Matthingin (2006, 6) ajatuksia soveltaen asiakaslähtöisesti seuraavien vaiheiden kautta:

1. Kerää tietoa asiakkaista
2. Synnytä toiveiden ja tarpeiden pohjalta uusia ideoita
3. Asemoi idea tarjoamaan ja prototypoi
4. Testaa uusi palvelu asiakkailla
5. Paranna asiakkaiden palvelukokemusta

Asiakkaat voivat olla mukana kehittämässä kaikissa edellä mainituissa vaiheissa – ennen kaikkea jokaisessa vaiheessa on mahdollista osallistaa ja opettaa asiakkaita, sekä vastavuoroisesti oppia heidän tarpeistaan.

### **3.2.9 Palvelukukkamalli palvelun tuotteistamiseen**

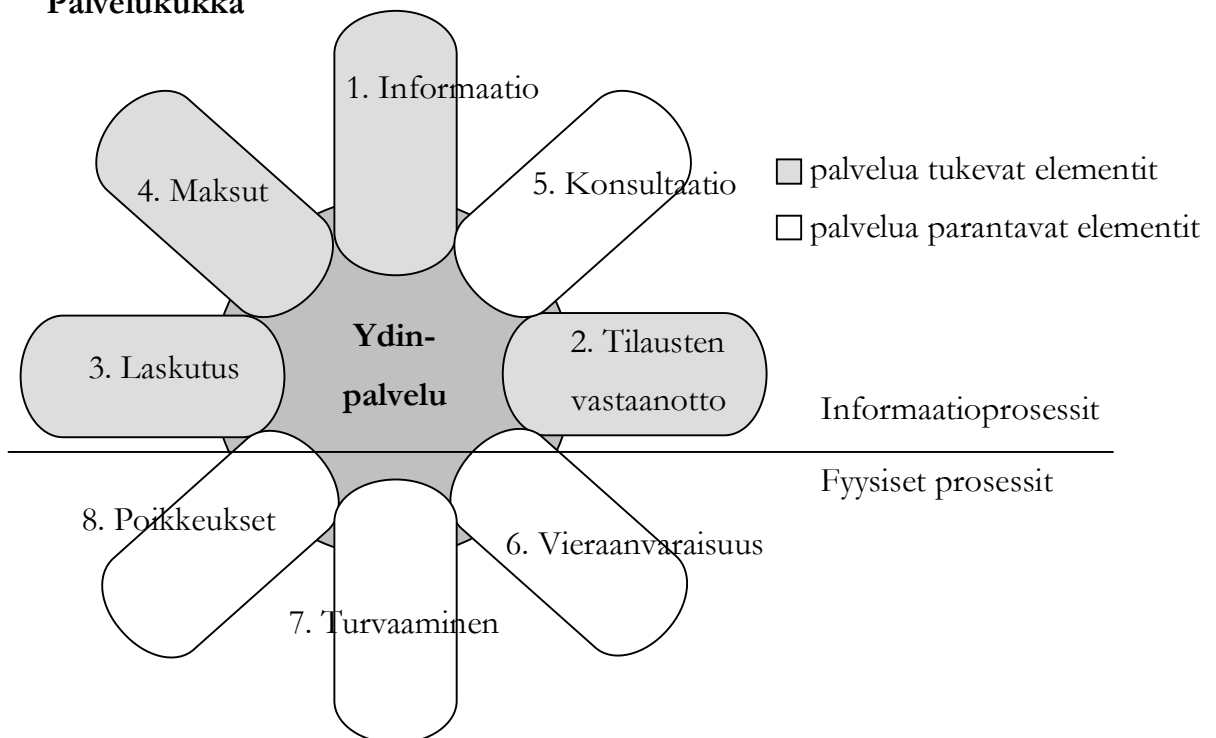
Toisin kuin tuotteet, palvelut koetaan, ei omisteta. Palveluita tuotteistettaessa voidaan kuitenkin puhua palvelutuotteesta, joka sisältää kaikki palveluun kuuluvat aineelliset ja aineettomat elementit, jotka luovat arvoa asiakkaalle. Palvelun tuotteistaminen tarkoittaaakin käytännössä palvelun elementtien brändäämistä kokonaisuudeksi, joka tukee ja selkeyttää palvelun myyntiä ja markkinointia. (Lovelock & Wirtz 2011, 105; 117.)

Lovelockin & Wirtzin (2011, 106) mukaan palvelutuotteen konseptin suunnittelu tulisi aloittaa tarkastelemalla kokonaisvaltaisesti sitä, mitä asiakkaan halutaan palveluprosessissa kokevan. Arvolupauksen (*value proposition*) tulisi yhdistää 1) ydinpalvelu, 2) lisäpalvelut ja 3) toimitusprosessit. Ydinpalvelulla tarkoitetaan keskeisintä palvelun osaa, joka ratkaisee asiakkaan ongelman. Lisäpalvelut tarkoittavat palveluun liittyviä toimintoja, jotka laajentavat ydinpalvelua, tukevat sen käyttöönottoa ja lisäävät sen arvoa asiakkaan silmissä. Kun ydinpalvelut toimialan kehittyessä yhdenmukaistuvat, saavutetaan kilpailuetu usein lisäpalveluilla. (Kuvio 7.)

Toimitusprosesseilla tarkoitetaan prosesseja, joilla ydinpalvelu ja sen lisäpalvelut toimitetaan asiakkaalle. Toimitusprosessien suunnittelussa oleellista on määrittää 1) kuinka palvelun eri komponentit toimitetaan asiakkaalle, 2) mikä on asiakkaan rooli näissä prosesseissa, 3) kuinka pitkään toimitus kestää ja 4) mikä on palvelun taso ja tapa. Tärkeää on myös määrittää palvelun käyttösekvenssi, eli missä järjestyksessä ja ajassa palvelun kutakin elementtiä hyödynnetään palvelua käytettäessä. (Lovelock & Witz 2011, 106; kuvio 7.)

Ydinpalvelut sisältävät usein samantyyppisiä lisäpalveluelementtejä. Nämä elementit voidaan jakaa 1) palvelua tukeviin elementteihin, joita ydinpalvelun tarjoaminen tai palvelun toimitus edellyttää, ja 2) palvelua parantaviin elementteihin, jotka luovat lisäarvoa asiakkaille. Erityyppisiä lisäpalveluelementtejä on paljon, mutta lähes kaikki voidaan jakaa palvelukukka-kuvion mukaisesti kahdeksaan luokkaan. Lovelockin ja Witzin (2011, 133) mukaan lisäpalveluelementit voidaan myös jakaa tietotekniikkaa hyödyntäviin informaatioprosesseihin ja fyysisiin prosesseihin. (Lovelock & Witz 2011, 108; kuvio 7.)

### Palvelukukka



Kuvio 7. Palvelukukka (Muokattu lähteestä Lovelock & Witz 2011, 108, 133.)

## 1. Informaatio

- Hyödyntääkseen palvelua asiakkaat tarvitsevat relevanttia informaatiota. Perustiedon lisäksi asiakkaat arvostavat vinkkejä palvelun käytöstä ja ongelmien välttämisestä. Myös esimerkiksi reaaliaikainen tilausten seurantatieto ja käyttötilastot luetaan informaatioksi.

## 2. Tilausten vastaanotto

- Tilausten vastaanotto tapahtuu tilanteessa, jossa asiakas on tehnyt hankintapäätöksen palvelusta ja jättää tilauksen, varauksen tms. järjestelmään tai asiakaspalvelijalle.

## 3. Laskutus

- Laskutus tarkoittaa palvelun oikea-aikaista, sovittua laskutusta asiakkaalta.

## 4. Maksut

- Lasku vaatii asiakkaalta reagointia maksusuoritteen muodossa.

## 5. Konsultaatio

- Konsultaatio on palvelua parantava lisäpalvelu, dialogi palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Konsultaation tarkoituksena on usein palvelun räätälöinti juuri asiakkaalle sopivaksi. Konsultaation kevyempi muoto on *neuvonta*, jonka tarkoituksena on asiakkaan opastaminen palvelun hyödyntämiseen ja arvon tuottamiseen.

## 6. Vieraanvaraisuus

- Vieraanvaraisuus viittaa asiakaspalvelutilanteisiin ja niissä näkyväksi tulevaan palveluasenteeseen. Vieraanvaraisuudella tarkoitetaan sitä, että asiakkaita tulisi kohdella kuin vieraita, kohteliaasti ja huomioonottavasti.

## 7. Turvaaminen

- Turvaaminen liittyy kaikkien palveluprosessissa mahdollisesti vaarantuvien asiakkaan etujen suojaamiseen. Turvaaminen voi liittyä asiakkaan omaisuuteen tai palvelun osiin, joita asiakas käyttää, vuokraa tai ostaa omakseen.

## 8. Poikkeukset

- Poikkeukset tarkoittavat lisäpalveluita, jotka eivät kuulu rutiininomaiseen palveluun. Poikkeuksia ovat esimerkiksi asiakkaiden erityistoiveet, ongelmanratkaisu, palautteet sekä palautukset ja hyvitykset.

(Lovelock & Witz 2011, 109–116; kuvio 7.)

### 3.2.10 Palveluiden jakelu

Kun palveluiden yhteydessä puhutaan jakelusta, viitataan kokemusten, suoritteiden ja ratkaisujen tarjoamiseen. Tyypillisesti palvelujen myynti liittyy kolmeen toisiinsa liittyvään virtaan.

#### 1. Informaation ja myynninedistämisen virta

- Palveluun liittyvän informaation ja myynninedistämisen jakelu. Tavoitteena on saada asiakas kiinnostumaan palvelusta. Liittyy palvelukukan informaatio- ja konsultaatioterälehtiin.

#### 2. Neuvotteluvirta

- Palvelun sisällöstä neuvottelemisen asiakkaan kanssa hankintapäätöksen aikaansaamiseksi. Tavoitteena on myydä asiakkaalle oikeus palvelun käyttöön. Liittyy palvelukukan tilausten vastaanotto-, laskutus- ja maksuliikenneterälehtiin.

#### 3. Tuotevirta

- Palveluiden edellyttämät tilat. Jakelun mahdollistamiseksi on luotava lokaalien tiilojen jakeluverkosto. Jos palvelu perustuu tietojärjestelmään, tuotevirta voidaan luoda yhdellä tai useammalla keskitetyllä verkkopalvelulla. Liittyy palvelukukan ydinpalveluun sekä fyysisiin prosesseihin luokiteltuihin terälehtiin.

(Lovelock & Witz 2011, 132.)

### 3.3 Käyttäjälähtöisyys, ihmislähtöisyys ja käyttäjäkeskeisyys

Kun palvelun käyttäjät huomioidaan suunnittelussa, puhutaan usein käyttäjälähtöisyydestä, ihmislähtöisyydestä tai käyttäjäkeskeisyydestä. Eric Reissin (2007) mukaan *käyttäjäkeskeisen suunnittelun (user-centered design)* tutkimuskohteena on yksittäisen käyttäjän prosessi, kun taas *käyttäjälähtöinen suunnittelu (user-driven design)* ottaa käyttäjät mukaan suunnitteluprosessiin. Usein käyttäjälähtöisyyden yhteydessä käytetty termi *ihmislähtöinen suunnittelu (human-driven design)* puolestaan korostaa osaamiseltaan ja taustoiltaan erilaisien käyttäjien yksilöllisiä tarpeita (Ikonen teoksessa Tahkokallio 2009, 19).



Hieman kanta-aottavamman näkemyksen kirjastoalalta esittää Ron Peterson (2007), joka kiteyttää Alan Cooperin teosta *The Inmates are Running the Asylum* siteeraten käyttäjälähtöisyyden siten, että käyttäjistä tulee palvelun tosiasiallisia suunnittelijoita, joiden tarpeita pyritään noudattamaan mahdollisimman lyhyellä vasteajalla. Käyttäjakeskeisyys puolestaan tarkoittaa Petersonin mukaan käyttäjän todellisten tarpeiden ja tavoitteiden tunnistamista ammattilaisten tekemien suunnittelullisten päätösten lähtökohdiksi.

Petersonin näkemyksen adekvaattius voidaan kyseenalaistaa tarkastelemalla käyttäjakeskeisyyden ja –lähtöisyyden käsitteiden suhdetta toisiinsa. Käyttäjakeskeisyys on helppo määritellä, jos lähtökohdaksi otetaan *ISO 13407 –standardi*, joka määrittää vuorovaikutteisten järjestelmien käyttäjakeskeisen suunnitteluprosessin (*human-centred design processes for interactive systems*). Standardoidussa iteratiivisessa prosessissa määritellään ensin käyttäjien ja organisaation tarpeet ja vaatimukset sekä käyttökonteksti, suunnitellaan ratkaisuja ja syklin lopuksi mitataan täyttävätkö ratkaisut määrittelyt. (UsabilityNet 2006)

Käyttäjakeskeisyyden synonyyminäkin toisinaan käytetty (Ruckenstein, Suikkanen & Tamminen 2011, 24; vrt. Tahkokallio 2009, 19) käyttäjälähtöisyys puolestaan nähdään usein laajempaan kokonaisuuteen ja käyttäjakeskeisyyden yläkäsitteenä (Lappalainen, Apilo, Eerola, Konttinen & Pelkonen 2010, 45; ), joka voi käsittää monenlaisia käyttäjakeskeisiä, käyttäjälähtöisiä tai ihmislähtöisiä menetelmiä. Käyttäjälähtöisyydellä tarkoitetaan yleensä käyttäjiltä saadun tiedon *hyödyntämistä*, ei käyttäjien nostamista suunnittelijan asemaan (Ruckenstein et. al. 2011, 24).

Käyttäjälähtöisyys mainitaan kirjallisuudessa usein *innovaatioiden* yhteydessä. Ruckensteinin, Suikkasen ja Tamminsen (2011, 11) sanoin voidaankin todeta, että käyttäjälähtöisyys ja ihmislähtöisyys ovat vakiintumassa yhdeksi innovaatiopolitiikan keskeisistä näkökulmista (vrt. Työ- ja elinkeinoministeriö 2012). Innovaation Ruckenstein ja kumppanit näkevät yksinkertaisesti uudenlaisen arvon tuottamisena jollekin ihmisryhmälle, yritykselle, organisaatiolle tai koko yhteiskunnalle. Innovaation koskettamat tahot voivat nauttia yhtäaikaista arvontuotannosta (vrt. Ojasalo & Ojasalo 2010, 3, 17), vaikka arvon syntymiseen ja tuottamiseen liittyvät tekijät olisivatkin innovaation kohteille eri-

laisia. Menestyneet innovaatiot luovat aina taloudellista, sosiaalista tai merkityksellistä eroa edustavaa arvoa.

Lappalaisen, Apilon, Eerolan, Konttisen ja Pelkosen (2010, 16) mukaan käyttäjälähtöisyydellä pyritään yleensä vastaamaan palvelujen ja tuotteiden loppukäyttäjien tarpeisiin tai luomaan uusia tarpeita. Tarpeita edustavat usein palvelujen käytettävyys, huollettavuus, ekologisuus, edullisuus, esteettisyys tai mukautuvuus eli personoitavuus. Käyttäjälähtöisyys voidaan laaja-alaisesti tulkittuna käsittää palveluntarjoajan integroitumisena asiakkaaseen. Integraatio voi olla monen tasoista ja ilmetä eri tavoin.

Lappalaisen ja kumppaneiden (2010, 45–114) luokittelun mukaisesti eritasoista käyttäjälähtöisyyttä voidaan havainnollistaa seuraavin, yrityksen luonnetta ja asiakassuhdetta kuvaavin tyypein:

*Kehittäjäkumppani* on teknologiainnovaattori, joka kyseenalaistamalla ja kokeilemalla etsii teknologisia ratkaisuja asiakkaan ongelmiin. Kehittäjäkumppanin asiakas määrittelee tarpeensa ja huolehtii rajapinnasta suhteessa loppukäyttäjiiin.

*Asiakasratkaisuintegraattori* on ratkaisujen projektitoimittaja, joka hakee kustannustehokkuutta toimittajaverkostosta ja modulaarisuudesta. Asiakasratkaisuintegraattorin asiakas määrittelee tarpeensa, ottaa pääasiallisen vastuun loppukäyttäjäraajapinnasta ja valitsee itselleen soveltuvan ratkaisun.

*Käyttäjätarpeen konseptioija* synnyttää uusien, tunnistettujen asiakastarpeiden ympärille tietojärjestelmiä ja ketjuajattelua hyödyntäviä liiketoimintakonsepteja, joissa rajapinnoilla ja verkostoilla on tärkeä rooli. Asiakkaat ovat aktiivisesti mukana, mutta vasta kehittämisprosessin myöhemmissä vaiheissa.

*Käyttäjän ymmärtäjä* yhdistää käyttäjätiedon ja muotoilun tuotteissa sekä niitä tukevilla palveluilla b-to-b- ja b-to-c-markkinoilla. Asiakkaat osallistuvat monipuolisesti määrittelyyn ja kehittämiseen.

*Yhteisöllinen kehittäjä* tarjoaa ympäristön, jossa asiakkaat muokkaavat omaa käyttökokemustaan tuotteesta ja saavat yhteisön jäseninä uusia käyttökokemuksia. Asiakkaat ovat mukana tuotekehityksessä, sisällöntuotannossa ja tuotteen personoinnissa.

*Tarpeiden luoja* skannaa jatkuvasti käyttäjätarpeita, tuottaen tihentävällä aikasyklillä markkinoille uusia tuotteita. Asiakkaiden tottumukset, toiveet ja vaatimukset on kana-voitu asiakasymmärrykseen ja uusien tarpeiden luomiseen.

*Tiedon tuottaja* on muuntautumiskykyinen, tietointensiivisten, usein räätälöitävien ratkaisujen tarjoaja ja tiedon jalostaja. Tiedon tuottajan asiakas määrittelee ongelman.

Lappalaisen ja kumppaneiden edellä esitetty typologia tarjoaa mielenkiintoisen innovaatioihin, avoimuuteen ja teknologioihin kytkeytyvän näkökulman. On kuitenkin huomattava, että vaikka käyttäjälähtöisyys on laaja käsite voi se muotoutua myös kapealaiseksi toiminnaksi, jos kehittämistä tehdään teknologioiden eikä ihmisten ehdoilla. Tähän johtaa usein keskittyminen vain yhden tuotteeseen tai palveluun, jolloin unohtuu sosiaalinen ulottavuus ja se, että ihmiset käyttävät arjessaan useita kilpailevia palveluita päämääriensä saavuttamiseen. (Ruckenstein 2011, 24–25.)

### **3.3.1 Käyttäjätutkimus**

Käyttäjälähtöisen suunnittelun ideointivaiheeseen kuuluvat useimmiten perinteiset asiakas- ja käyttäjätiedon keräämisen menetelmät, joiden avulla voidaan tunnistaa asiakastarpeita ja -ryhmiä (Lappalainen et. al. 2010, 37). Käyttäjätutkimuksen perimmäinen tavoite on tukea suunnittelijoiden työtä tiedolla tulevan tuotteen tai palvelun käyttäjistä. Tavoitetta edistetään käyttäjäanalyysillä, joka tarkoittaa käyttäjien ominaisuuksien, kuten toiveiden, tarpeiden, osaamisen, iän ja mieltymysten laadun selvittämistä riittävällä tarkkuudella ohjaamaan palvelun käyttölittymien ja -tapausten suunnittelua. Yksinkertaisimmillaan käyttäjäanalyysi perustuu suunnittelijan omiin kokemuksiin, joiden pohjalta hän pyrkii hahmottamaan käyttäjien tarpeita. Tämä metodi on kuitenkin ihmisten erilaisuudesta johtuen epäluotettava ja riskialtis. Systemaattisempia tapoja käyttäjätiedon keräämiseen ovat esimerkiksi käyttäjätutkimuksen ja käyttäjäkokemuksen tutkimusmenetelmät. (Saariluoma 2010, 183–184.)

Kun palvelua kehitetään tutkimustietoa hyödyntäen, on ensimmäinen askel ongelman ja tutkimustavoitteiden määrittely. Zeithaml, Bitner ja Gremler (2009, 141) nimeävät seuraavia yleisimpiä palveluiden kehittämisen tavoitteita:

- Asiakkaiden palveluun kohdistamien odotusten selvittäminen
- Palvelun tehokkuuden seuranta ja mittaaminen
- Yrityksen suorituskyvyn arviointi ja vertaaminen kilpailijoihin
- Asiakkaan odotusten ja kokemusten välisen kuilun arviointi
- Tyytymättömien asiakkaiden tunnistaminen palvelun elvyttämiseksi
- Palvelutoimituksen muutosten tehokkuuden mittaaminen
- Palveluhenkilöstön toiminnan arviointi, onnistumisten tunnustaminen ja palkitseminen
- Asiakasodotusten määrittäminen uudelle palvelulle
- Tietyn toimialan muuttuvien asiakasodotusten seuranta
- Tulevien asiakasodotusten ennakointi

Tälle tutkimukselle relevantteja tavoitteita edellä mainituista ovat *asiakasodotusten selvittäminen ja määrittäminen tietyllä toimialalla, tyytymättömien asiakkaiden tunnistaminen ja tulevien asiakasodotusten ennakointi*.

### **3.4 Kirjaston palveluiden kehittäminen**

Kirjastolain (1998/904) 1 luvun 2 §:ssä asetetaan kirjastojen toiminnalle tavoitteet kulttuurin levittämisen ja teknologian hyödyntämisen osalta seuraavasti:

”Yleisten kirjastojen kirjasto- ja tietopalvelujen tavoitteena on edistää väestön yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistykseen, kirjallisuuden ja taiteen harrastukseen, jatkuvaan tietojen, taitojen ja kansalaisvalmiuksien kehittämiseen, kansainvälistymiseen sekä elinikäiseen oppimiseen.”

”Kirjastotoiminnassa tavoitteena on edistää myös virtuaalisten ja vuorovaikutteisten verkkopalvelujen ja niiden sivistyksellisten sisältöjen kehittymistä.”

Kirjastopalveluiden tulevaisuutta käsittelevissä lähteissä korostuvat usein kirjaston kaupallisten kilpailijoiden nostamien asiakasodotusten ja teknologisen kehityksen asettamat haasteet (vrt. Holmberg et. al. 2009, 42–43; vrt. Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 32–33). Myös palvelun kehittämisestä ja asiakaslähtöisyydestä puhutaan (Holmberg et. al. 2009, 85–103), mutta verkkopalvelut ja fyysiset tilat käsitetään toistaiseksi erillisinä palveluina. Verkkopalvelut nähdään porttina kirjastotilaan ja toisaalta kirjastotilan toimimista porttina verkkopalveluihin pidetään vanhanaikaisena ajattelumallina (Wallis teoksessa Holmberg et. al. 2009, 8–9).

Almgrenin ja Jokitalon (2010, 227) mukaan kirjaston tulisi tarjota omaa ohjelmaa erikäisille ja kaiken tyyppisille asiakkaille. Segmentointi ei heidän mukaansa tarkoita keskittymistä muutamaa ja muiden huomiotta jättämistä, vaan peruspalvelutason monipuolistamista ja erityisiin asiakastarpeisiin vastaamista. Kuten Ikonen toteaa (teoksessa Tahkokallio 2009, 19) on ihmislähtöisesti suunniteltaessa (*human-driven design*) tärkeää alusta lähtien ottaa mukaan myös osaamiseltaan ja taustoiltaan mahdollisimman erilaisia käyttäjäryhmiä, kuten vamma-ryhmiä ja ikääntyviä käyttäjiä.

Holmbergin ja kumppaneiden (2009, 149) mukaan on muistettava, että ihmiset alkavat sopeutua aktiiviseen sisällöntuottajarooliin, jota heille tarjotaan erilaisissa palveluissa. He ovat tottuneita käyttämään erilaisia mediamuotoja, räätälöimään tuotteita ja palveluita juuri itselleen sopiviksi, tuottamaan sisältöä mitä erilaisimmissa yhteyksissä ja tekemään yhteistyötä muiden kanssa tilanteissa, joissa aiemmin toimittiin yksin.

Korostettaessa osallistamista ja asiakkaiden omaa sisällöntuotantoa voidaan kuitenkin unohtaa, että sisällöntuotantoon osallistuva asiakas tarvitsee oman huomionsa (Almgren & Jokitalo 2010, 245). Huomio on tärkeää, koska parhaimmillaan asiakkaasta voi tulla kirjaston kumppani ja kirjastotyöhön osallistuja samalla tavalla kuin asiakkaat osallistuvat lukuisien yhteisöjen ja yritysten toimintaan (Holmberg et. al. 2009, 11; vrt. Ojasalo & Ojasalo 2010, 14).

Kun asiakkaita arvostetaan ja heidät otetaan mukaan palveluiden kehittämiseen, on tärkeä ymmärtää, että kirjaston verkkopalvelu on yhtä lailla tila, jonne asiakas saapuu hakemaan aineistoa ja palveluja (Almgren & Jokitalo 2010, 228, 244). Verkkokirjaston saavutettavuus, käytettävyys ja miellyttävyys ovat asiakkaalle käyttötilanteessa yhtä tärkeitä kuin fyysisen kirjastotilankin (Almgren & Jokitalo 2010, 245).

### **3.5 Yhteenveto ja johtopäätökset teoreettisesta tarkastelusta**

Tässä esitetään yhteenveto teoreettisesta tarkastelusta, jonka tarkoituksena oli löytää vastauksia ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Yhteenvetoa rikastetaan teorian pohjalta tehdyillä johtopäätöksillä. Käsiteltävät aiheet ovat paikallisuus ja yhteisöllisyys, tulevan ennakointi sekä palveluiden kehittäminen.

#### **3.5.1 TK1: Mitä näkökulmia kirjallisuus tarjoaa paikallisuuden kokemiseen ja verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen?**

Tutkimuskysymyksen TK1 tavoitteena oli selvittää miten paikallisuus ja siihen liittyvät keskeiset käsitteet esitetään kirjallisuudessa. Lisäksi tavoitteena oli tutkimusmenetelmien puitteissa tutustua verkkopalvelun käyttäjälähtöiseen kehittämiseen palvelun kehittämisen ja kirjastoalan erityispiirteiden näkökulmista.

#### **Paikallisuus ja yhteisöllisyys**

Tutkimusteorian pohjalta voidaan havaita paikallisuuden olevan aidosti laaja-alainen aihepiiri, jonka syvälinen käsittely vaatisi monitieteistä lähestymistapaa. Sen lisäksi, että paikka on maantieteellinen alue, on se myös ihmisen elämismailman keskus, jota merkityksellistetään tiedon ja mielikuvien kautta. Laajasti tulkittuna paikallisuus antaa kontekstin tapahtumille ja kertomuksille. Paikkoja hahmotetaan paikkakokemuksissa, mutta myös etäisyyden päästä teksti- tai kuva-aineistoon liittyvien elämysten kautta.

Paikkaan kuuluminen on aina subjektiivinen kokemus, mutta se voi saada kollektiivisia muotoja yhteisön arjessa. Tietyssä paikassa harjoitetun elämäntavan ja samaistumisen paikkaan liittyvään yhteisöön voidaan nähdä muodostavan paikallisidentiteetin. Paikallisidentiteetillä tehdään eroa muihin ihmisiin, mutta sitä ei pidetä yhtenä keskeisimmistä

identiteeteistä. Paikka ja yhteisö voivat kuitenkin näyttäytyä ajasta vapaina saarekkeina, eräänlaisina turvapaikkoina.

Nyky-yhteiskunta nähdään yleisesti kasvavan individualistisena ja perinteisten sosiaalisten siteiden ja yhteisöllisyyden muotojen katsotaan menettävän merkitystään. Vaikka uudenlaista yhteisöllisyyttä syntyykin kiihtyvällä tahdilla sosiaalisen median välinein, voi toiminnan nähdä perustuvan enemmän henkilökohtaisiin huomioprojekteihin kuin perinteiseen yhteisöllisyyteen. Yksilöllisyyttä korostavassa maailmassa ihmisille ei enää riitä universaali kulttuuri- ja viihdetuotanto, vaan he haluavat itse ja omaehtoisesti luoda uutta kulttuuria ja vaikuttaa ympäristöönsä (vrt. Sarmela 2011, Mannermaa 2008, Anderson 2006).

Kansallisten identiteettien nähdään yleisesti heikentyvän paikallisten identiteettien kustannuksella. Samalla logiikalla voidaan hypoteettisesti nähdä myös kaupunkitasoisen identiteetin heikentyvän pääkaupunkiseudun sisällä ja vastaavasti kaupunginosatasoisten identiteettien vahvistuvan. Myös alueellisen eriarvoistumisen voisi nähdä johtavan tällaiseen kehitykseen (vrt. HS.fi 8.5.2011). Kaupungit toki itse pyrkivät aktiivisesti luomaan kaupunki-identiteettiä, kaupungin brändiä, mutta riippuneen henkilökohtaisista identiteeteistä, millä painotuksilla vaikkapa Kontulassa asuva ihminen kokee itsensä kontulalaiseksi, helsinkiläiseksi ja suomalaiseksi.

Teknologiat tarjoavat välineitä erilaiseen paikalliseenkin toimintaan, mutta paikallisuuteen liittyviin sosiaalisiin objekteihin ja niiden ympärille muodostuviin yhteisöihin tuskin syntyy yhtä syvää ja pitkäaikaista sidettä kuin ihmisillä aikoinaan oli paikallisyhteisöihin. Sosiaalinen media voidaan nähdä paikkana, jossa jaetaan elämyksiä ja tietoa yhdessä, tai jopa ongelmaperustaisen oppimisen tiedonrakentelun tapaan luodaan yhteistä tietoperustaa. Toisaalta sosiaalinen media, Facebook etunenässä, voi näyttäytyä maineen McDonaldsina, jossa jaetusta tiedosta saadaan vastineeksi välitön näkyvyys, palaute ja tyydytys (vrt. Lovink 1996, 78–79). Yhteisöllisyys toteutuu erilaisena, koska sosiaalinen media on kuin musiikkifestivaali –tärkeää ei ole niinkään sisällöllinen anti, luotettavuus tai vastavuoroisuus, vaan se, että ihmisten ja asioiden tiet risteävät synnyttäen uusia kokemuksia.

Voiko kirjaston tarjoama aineisto tai aineistoviite olla sosiaalinen objekti? Sosiaalisina objekteina voidaan pitää tavallisten käyttäjien luomia, tai muualta linkattuja ja kommentoituja, yksinkertaisia, tietosisällöltään kompakteja tuotoksia, joiden tarkoituksena on viestiä jotain tekijästään. Sosiaaliin objekteihin liittyvät usein kirjoittamattomat tai suorat kysymykset. Riippuu näkökulmasta halutaanko pelkkää suoraa kysymystä, kuten ”mitkä ovat hyviä ravintoloita Joensuussa?” pitää sosiaalisena objektina, mutta sisältöobjekteihinkin yleensä liittyy vahvoja piilotettuja kysymyksiä tyyliin, ”mitä mieltä olet tästä?”. Kysymyksen tai objektin arvolatauksen voi muodostaa myös objektin tuottajan ja objektin välinen suhde, esimerkiksi vasemmistonuoren jakaessa Facebookissa Saravuon lausuntoja. Yhteisöllisyyden näkökulmasta sosiaalisten objektien voisi nähdä kiinnostavan siksi, että seuraamalla niitä tietää, mitä yhteisö edellyttää ja odottaa jäseniltään, sekä mikä on yhteisön hierarkia.

### **Tulevan ennakointia**

Globalisaatiokehityksen ja ajan hengen ei voida nähdä tukevan työikäisten paikallisten titeetin muodostumista. Toisaalta hypoteettisesti voidaan ajatella iäkkäämpien ihmisten ja nuorten suhteen paikallisuuteen olevan erilainen, ehkä vapaampi nyky-yhteiskunnan arvostuksista ja vaatimuksista. Elämän vakiintumisen, lähenevän vanhuuden ja kuoleman, sekä etenkin työn ja jälkikasvun vaatiman ajan vähentymisen myötä kiinnostus paikallishistoriaan tai sukututkimukseen voi luonnollisesti lisääntyä.

Tulevaa voidaan ennakoida megatrendien ja heikkojen signaalien kautta. Aikamme megatrendeissä korostuvat monien mukaan liiketoimintalähtöiset muutokset, kuten globalisaatio, avoin 24/7-yhteiskunta, nopeus ja reaaliaikaisuus, joustavuus, sekä työpaikkojen ja tuotannonalojen nopea syntyminen ja katoaminen. Yksilöllisyyden ja kuluttajalähtöisen ajattelun nähdään vahvistuvan samalla kun elämykset ja kokemukset tuotteistetaan yhä tehokkaammin. Heikoissa signaaleissa puolestaan korostuvat yksilön ratkaisut, ongelmat ja vastuut. Tällaisia signaaleita ovat mm. vaihtoehtoiset elämäntavat, teknologisten ratkaisujen vastuullisuus ja yhteisöllisyys, kuluttamisen arvostuksen ajautuminen kriisiin ja tiedon määrän lisääntyminen.



Moninapaisesti megatrendeiksi voidaan myös tunnistaa yhteisöllisyyden kaipuu, individualismi ja mukavuudenhalu sekä kiireen tunne. Mukavuudenhalu ja individualismi ovat ainakin ylikorostuneessa muodossaan liiketoimintalähtöisiä diskursseja, mutta niiden kanssa huonosti yhteen istuva yhteisöllisyyden kaipuu voi olla ihmisten syvempi tarve. Nyky-yhteiskunnan tehokkuus- ja kasvuodotukset sekä ihmisille tarjotut välineet yhteisöllisyyden harjoittamiseen voivat kuitenkin aiheuttaa kiireen tai riittämättömyyden tunteen, sen mahdollisesti ollessa niiden tarkoituskin. Tämä kehityskulku voi johtaa yksinäisyyden lisääntymiseen, varsinkin väestön ikääntymisen tuomien uusien kuluttajaryhmien osin pudotessa kehityksen kyydistä.

Nurmen ja kumppaneiden ubitrendeissä mainitusta elämyksellisyyden ja kokemuksellisuuden yhä kiinteämmästä kytkeytymisestä kulutukseen on Roos (1988, 132) todennut jo paljon aiemmin elämyksellisyyden liittyvän kulutukseen, mutta että addiktio ei ole niinkään addiktiota tavaroihin, vaan elämänmalleihin. Onkin mielenkiintoinen kysymys tulisiko kirjaston palvelutarjonnallaan kyetä vastaamaan liiketoiminnan tarpeita täyttämään kehitettyihin tarkoituksellisen addiktoiviin elämänmalleihin, jotka vaativat aina uusien yhä tehokkaammin kyseistä elämänmallia tukevien palveluiden kuluttamista?

Kysymys on hankala, koska kysynnän hiipuessa voi edessä olla toiminnan loppuminen kokonaan. Kriittistä suhtautumista ajan ilmiöihin ei kirjaston kuitenkaan tulisi unohtaa, sillä sivistykselliset ja liiketoiminnalliset arvot eivät aina kulje käsi kädessä. Yksilöllisellä asiakkaalla on aina erilaisia identiteettejä, näkemyksiä ja toiveita, jotka eivät välttämättä pohjaudu median kautta luotuun jatkuvan kasvun kehitysuskoon. Tietoisesti jälkijunaan ei kirjaston kuitenkaan auta jäädä, vaan osaamisen ja palveluiden päivittäminen on avain tulevaisuuteen. Tärkeää olisi huomioida unohdettu tavoiterationaalisuus välineraationaalisuuden sijaan (vrt. Mannermaa 2008, 203) eli mitä arvoa kehitettävät palvelut ja välineet kulloisessakin tilanteessa itse kullekin antavat ja mihin tällä arvontuotannolla pyritään.

## Palveluiden kehittäminen

Vaikka palvelulogiikka, tarjooma ja arvonluominen liitetäänkin usein b-to-b-palveluiden kehittämiseen, voi samoja ajatuksia hyödyntää myös b-to-c-maailmassa. Palveluiden kehittämisessä korostuva asiakaslähtöinen ajattelutapa tukee erinomaisesti myös tämän tutkimuksen tavoitteita. Sekä yritysten että asiakkaiden voidaan hieman yksinkertaisten nähdä ongelmien ratkaisemisella pyrkivän tehokkuuden maksimointiin. Asiakkailta tehokkuus liittyy elämäntapaan ja elämyksiin, yrityksillä liikevoittoon ja tuottavuuteen. Asiakassegmentit voidaan myös rinnastaa avainasiakkaisiin, kunhan näkökannan ei anneta hämärtää palvelun henkilökohtaista luonnetta –segmentti ei tietenkään ole todellinen ja selkeäraja-aineellinen reaali- maailman toimija, vaan määrittelijänsä työn helpottaja.

Palveluiden kehittämiseen liittyvästä kirjallisuudesta löytyy malleja, joita voidaan hyvin soveltaa kirjaston palvelukehitykseen tässä tutkimuksessa ja yleisesti –löytyihän jo tämän tutkimuksen teoretisointin puitteissa samankaltaisuuksia kirjastoalan ja palvelutuotannon kirjallisuudessa esitettyjen näkemysten välillä. Tämän tutkimuksen ollessa luonteeltaan kartoittava, esitellyt mallit liittyivät lähinnä siihen, miten palvelustrategialla tuetaan verkkopalveluiden kehittämistä ja miten palvelukonseptin elementit tulisi määritellä. Jos halutaan ajatella käyttäjälähtöisesti, ei kehittämisessä voida keskittyä vain yhteen palveluun tai teknologiaan.

Teorian pohjalta voidaan havaita, että erilaisia kehittämismenetelmiä sisällään pitävä käyttäjälähtöisyyden käsite kytkeytyy arvon luomiseen innovaatioiden kautta.

Tarkemmat asiakaslähtöisyyttä painottavat menetelmät liitetään tilanteeseen, jossa palvelukonseptin sijasta voidaan keskittyä kehittämään koko palvelutarjoomaa asiakkaan arvonluomisen näkökulmasta osallistavia menetelmiä hyödyntäen –tällöin voitaisiin hyödyntää tekniikoita kuten service blueprinting (ks. Lovelock & Wirtz 2011, 222) kun halutaan jäljittää asiakkaan logiikka, tai rapid contextual design (Holtzblatt et al. 2004), kun halutaan lähestyä asiakkaan prosessin kehittämistä sen todellisessa ympäristössä.

Tässä tutkimuksessa tarkastellut mallit, strategiatimantti ja palvelukukka, eivät kaikilta osiltaan sovellu julkisen organisaation tarpeisiin, mutta niitä hyödyntämällä saadaan

käsitys siitä, miten kilpailuedun ja palvelun elementtien käsitteitä lähestytään liiketoimintalähtöisesti tämän päivän toimintaympäristössä. Ennen kaikkea näiden mallien hyödyntäminen kehittämisessä kuitenkin saattaa paljastaa ylatason ongelmia, joiden vaikutus kehittämisprosessin etenemiseen ja kehitettävien palveluelementtien priorisointiin voi olla huomattava.

## 4 HelMet-kirjaston palveluiden kehittäminen

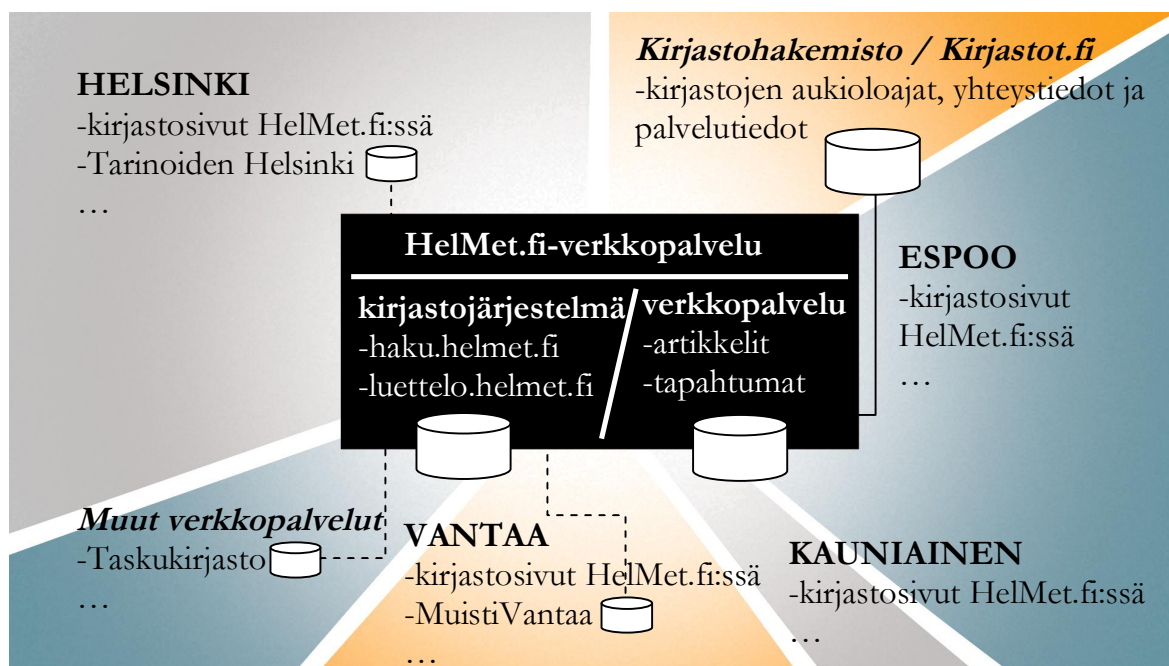
Tutkimusempiriassa esitellään ensin HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjooman nykytila. Tämän jälkeen tarkastellaan Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelua kehittämiskohteena hyödyntäen palvelukukkamallia sekä analysoidaan strategiatimanttimallin mukaisen haastattelun keinoin HelMet-kirjaston palveluita. Palvelunkehittämisen teorioihin liittyvä empiria pohjustaa osaltaan raportin lopussa esitettäviä tutkimuksen johtopäätöksiä.

### 4.1 HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjooma

Jotta voidaan ymmärtää, miten HelMet-kirjaston paikallisuuteen liittyvää verkkopalvelutarjontaa voidaan kehittää, on tarkasteltava kokonaisuutena kirjaston palvelutarjoomaa ja paikallisuuden osuutta siinä. Voidaan ajatella, että ne *paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineet*, joihin työn otsikoinnissa viitataan, ovat jo nyt tai ainakin jatkossa osatätä tarjoomaa. HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjooma on muuttunut ja kehittynyt tutkimusaikana. Erityisesti HelMet.fi-verkkopalvelu koki suuren muutoksen keväällä 2012 palvelukonseptin uudistuessa beta-vaiheen kautta 10.10.2012 tapahtuneeseen palvelun julkistukseen. Palvelukonseptin ideana oli tuoda kaikkien HelMet-kirjastojen audioloajat, yhteystiedot sekä palvelu- ja tapahtumatarjonta yhteen paikkaan. Osin uutena palveluna HelMet.fi:ssä tarjotaan asiakkaille myös aineistoa avaavia ja rikastavia artikkeleita. Kirjoittaja oli vahvasti mukana verkkopalvelun konseptoinnissa, hankinnassa ja toteutuksessa sekä toiminnan organisoinnissa.

Uudistusprojektissa riitti haasteita aina juridisista viivästyksistä organisatorisiin ja teknisiin ongelmiin. Lukuisat sivuprojektit laajensivat hanketta ja vaikuttivat toinen toisiinsa yllättävillä tavoilla, edellyttäen vahvaa otetta muutoksenhallintaan. Projektin suurimmat haasteet liittyivät kuitenkin uuden seudullisen ajattelutavan sekä yhdessä tekemisen kulttuurin lanseeraamiseen ja toimintamallien yhdenmukaistamiseen. Uudistuksen jälkeinen HelMet-verkkopalvelutarjonta voidaan esittää yksinkertaistettuna kuviona (kuvio 8), jossa käyvät ilmi oleellisimpien järjestelmien suhteet, eri kaupunginkirjastojen verkkopalvelutarjonta sekä HelMet.fi:n kokoava rooli. Kuvio ei ole kattava esitys kirjastojen verkkopalveluista ja palvelut Tarinoiden Helsinki ja MuistiVantaa on otettu mu-

kaan tutkimuksen kontekstin vuoksi, ei siksi, että ne olisivat kirjastojen merkittävintä palvelutarjontaa.



Kuvio 8. Yksinkertaistettu havainnollistus HelMet-kirjaston verkkopalvelutarjoomasta

Kuviosta ilmenee, että kirjastojärjestelmä, HelMet.fi-verkkopalvelu sekä kirjastojen aukioloajat, yhteystiedot ja palvelutiedot sisältävä Kirjastohakemisto ovat omia järjestelmiään. Asiakkaille kokonaisuus pyritään esittämään mahdollisimman saumattomaksi integroituneena palvelukokemuksena, missä on omat haasteensa. Kuviosta käy myös ilmi, että tämän tutkimuksellisen kehittämishankkeen päämääriä on jo siirtynyt konseptiksi uudistettuun HelMet.fi-verkkopalveluun.

Havainnollisin esimerkki tästä siirtymästä mallimaailmasta reaali maailmaan ovat kirjastosivut. Kyse on siitä, että HelMet.fi:ssä luovuttiin kaupunginkirjastotasoisesta ulottuvuudesta, koska se ei antanut palvelullista lisäarvoa asiakkaalle. Valinta perustui siihen, että asiakas voi asua esimerkiksi Helsingin ja Vantaan rajalla Puistolassa ja käydä töissä Helsingin keskustassa, ollen tällöin kiinnostunut vaikkapa Puistolassa, Tikkurilan- ja Rikhardinkadun kirjastoista, eikä Helsingin- tai Vantaan kirjastopalveluista. Tämän vahvasti paikallisuuteen liittyvän hypoteesin pohjalta päätettiin, että HelMet.fi-päätasolla markkinoidaan kaikkien kirjastojen tapahtumia ja palveluita, siinä missä kirjastojen kotisivut ovat vahvasti paikallisuuteen nojaavia itsenäisiä sivustoja sivuston

sisällä. Kirjastojen Facebook-sivujen osalta meneteltiin niin, että HelMet-kirjaston sivulla viestitetään yleisempää HelMet-tarinaa, kirjastojen Facebook-sivujen ollessa vahvasti paikallisia tiedotuskanavia. Facebook-sivut nostettiin upotuksina kirjastojen sivuille myös HelMet.fi:ssä.

## 4.2 Tarinoiden Helsinki

Tämän tutkimuksen yhtenä johtoajatuksena oli Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelun konseptin asiakaslähtöinen kehittäminen ja palvelun laajentaminen seudulliseksi palveluksi. HelMet-kirjaston suosituimpana paikallisuuteen liittyvänä palveluna Tarinoiden Helsinki on valittu esimerkkitapaukseksi, jota voidaan tutkia käyttäjälähtöisin menetelmin. Varsinainen kehittämistoiminta voi tutkimusotteen mukaisesti kohdistua myös muihin kirjaston palveluihin tai luoda täysin uusia palvelukonsepteja, koska muutokset toimintaympäristössä ja tutkimuksen tulokset vaikuttavat tehtäviin päätöksiin. Koska Tarinoiden Helsinki on HelMet-kirjaston suosituin paikallisuuteen liittyvä verkkopalvelu, sen arvioinnista saatuja tuloksia voidaan hyödyntää uusien palveluiden kehittämisessä vertailuanalyttisesti eli benchmarkina (vrt. Abran et. al. 2004, 9-8).

Tarinoiden Helsinki –palvelun idea on palvelun Tietoa palvelusta -osiossa määritelty seuraavasti:

*”Tarinoiden Helsinki on Helsingin kaupunginkirjaston tuottama karttapalvelu, johon on koottu Helsingissä tapahtunutta ja kaupunkiin liittyvää kirjallisuutta, musiikkia ja elokuvia. Miltä näyttää runojen, dekkarien, biisien, elokuvien, sävellysten, lastenkirjojen tai faktojen Helsinki? Kaupungin tarinoita voit selaillla suoraan Helsingin kartalta.” (Lähde: <http://www.tarinoidenhelsinki.fi/tietoa-sivustosta>)*

Käytännössä Tarinoiden Helsinki on palvelu, joka sisältää aineistoviitteitä HelMet-kirjaston lainausjärjestelmään. Palvelun lähtökohta on HelMet-kirjaston aineiston mainostaminen normaalia aineistohakua erikoistuneemmalla ja viihteellisemmällä tavalla. Jokainen Tarinoiden Helsingin aineistoviite liittyy jollain lailla tiettyyn maantieteelliseen paikkaan Helsingissä. Lisäksi palveluun on kerätty kirjaston tietopalvelulle osoitettuja Helsinkiin liittyviä kysymyksiä vastauksineen.

Palvelussa on monipuoliset rajaustoiminnot ja aineistoa voi etsiä suoraan kartalta tai selata aineistotyyppin, henkilön tai paikan mukaan. Palvelussa ei ole kirjautumismahdollisuutta, joten se ei ole personoitavissa, eivätkä käyttäjät pysty luomaan palveluun omia sisältöjä.

Kirjaston verkkopalvelukehittäjien kesken käydyissä keskusteluissa löydettiin palvelusta puutteita ja sovittiin niiden pohjalta kehittämisen päälinjoista. Esille tuli myös lukuisia potentiaalisia kehittämisideoita.

### **Palvelun puutteet ja ongelmat**

- Palvelukokemus nykyisellään sekavahko, käyttö ei intuitiivista, palvelun tarkoitus jää epäselväksi käyttäjälle.
- Keskittyminen vain Helsinkiin ongelma, koska tarinat ja historia eivät noudata kaupunkien nykyisiä rajoja, esim. Helsingin alueella on historiallista Vantaata.

### **Sovitut kehittämisen päälinjat**

- Yksinkertaistetaan käyttöliittymää ja terävöitetään konseptia.
- Kartoitetaan tarkemmat asiakastarpeet käyttäjäkyselyllä, verrataan tuloksia konseptihahmotelmaan, viimeistellään konsepti.
- Seudullistetaan palvelu HelMet-tasoiseksi: Vantaa-laajennus toteutetaan pilottina, Espoo ja Kauniainen myöhemmin.

### **Ehdotettuja kehittämisideoita**

- Rajaustyökalut (Kirjallisuus, elokuvat jne.) siirretään aloitusnäkyvästä ”tarkennettuun hakuun”.
- Esitetään vain yksi hakukenttä sivustolla.
- Pilvien selkeytys, ehdotus: esiintymien määrä (ja aineistotyyppien värit)
- Aikarajauksen yksinkertaistaminen eli yhdellä klikillä haluttuun aikaan (tarkempi tarkennetussa haussa)?
- Asiakkaiden/yhteistyökumppanien sisällöntuotanto
- Konseptista riippuen neuvotellaan museoiden kanssa vanhojen kuvien käytöstä

- Uutena asiana palveluun luodaan teemakokonaisuuksia (esim. Kaurismäen Helsinki –kävelykierros)
  - teemakokonaisuuksista pyritään tekemään houkuttelevia
  - voidaan kääntää eri kielille: englanti, japani
  - kokonaisuuksien ei tarvitse noudattaa kaupunkien rajoja
  - voidaan mainostaa aineiston lisäksi kirjaston teemaan liittyviä palveluita
  - uusimmat teemakokonaisuudet aloitusnäkyseen -> kartta/teemat
  - teemoista kytkös HelMet-palvelusivusto <-> Tarinoiden HelMet (aihepakettit)
  - palvelun kytkeminen HelMet-brändiin ja asemoiminen palvelutarjontaan
  - palvelun kytkeminen fyysisiin tiloihin ja palveluihin

### 4.3 Kehittämisen mallien soveltaminen

Kirjaston palveluiden kehittämistä voidaan tarkastella teoriaosuudessa esitettyjen mallien avulla. Tarkastelun tavoitteena on hahmottaa strategiatimantin avulla, miten, kenelle ja miksi organisaatiossa kehitetään palveluita, sekä palvelukukkamallin avulla, mitkä ovat Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelun elementit. Tarkoituksena on nähdä palvelun konseptointia ohjaavat tekijät ja kirjaston paikallisuuteen liittyvät palvelut kokonaisuutena, jota pyritään kehittämään tutkimusavusteisesti.

Keskeisenä lähteenä analyysissä on käytetty haastattelua, joka löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 2. Haastattelutekniikkana sovellettiin temahaastattelua, joka perustui strategiatimantin kysymyksiin. Haastatteluaineisto toimi apuvälineenä ja lähtökohtana tutkijan pohdiskeluille ja tulkinnoille (vrt. Tilastokeskus). Lisäksi analyysissä viitataan kirjallisuuteen ja kirjaston sisäiseen strategiadokumentaatioon.

#### 4.3.1 HelMet-kirjaston strategiatimantti

Kirjaston strategiaa voidaan arvioida strategiatimantin avulla. Arvioinnissa keskitytään tutkimuksen rajauksen vuoksi lähinnä verkkopalveluihin yleisesti, ottaen tarvittaessa kantaa myös ylitason strategisiin linjauksiin. Strategian arviointi on hyvä lähtökohta kehittämiselle, koska siinä vastataan kysymyksiin tekemisen motiiveista ja tavoitteista.



Strategiatimantti saattaa myös paljastaa perustavanlaatuisia ongelmia, joihin tutkimuksellisen kehittämisen on reagoitava tutkimustavoitteita tarkistamalla.

## **Organisaation strategian perusteet** (timantin vasen puoli)

### *1. Mikä on organisaation virallinen strategia ja mihin se perustuu?*

Kirjastolain (1998/904) 1 luvun 2 §:ssä todetaan seuraavasti:

*”Yleisten kirjastojen kirjasto- ja tietopalvelujen tavoitteena on edistää väestön yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistykseen, kirjallisuuden ja taiteen harrastukseen, jatkuvaan tietojen, taitojen ja kansalaisvalmiuksien kehittämiseen, kansainvälistymiseen sekä elinikäiseen oppimiseen.”*

*”Kirjastotoiminnassa tavoitteena on edistää myös virtuaalisten ja vuorovaikutteisten verkkopalvelujen ja niiden sivistyksellisten sisältöjen kehittymistä.”*

HelMet-kirjastojen strategian tavoitteena on syventää, laajentaa ja tehostaa yhteistyötä Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten kaupunginkirjastojen välillä. Lisäksi HelMet-yhteistyö tukee kirjastojen tehokasta ja laadukasta palvelutarjontaa hankinta- ja kokoelmayhteistyöllä, tuottamalla työkaluja ja kehittämällä osaamista. (Aho, Honkola, Haimakainen & Sivula 2004, 3.)

Toiminta-ajatuksen mukaan HelMet-kirjastot palvelevat asiakkaita kirjastoissa ja verkkokirjastoissa ja osaava henkilökunta kehittää palveluja asiakaslähtöisesti. HelMet-kirjastot tukevat elinikäistä oppimista tuottamalla verkkopalveluita ja opastamalla niiden käyttöön. Kirjastopalveluja tuotetaan myös niille, jotka eivät pääse kirjastotiloihin. (Aho, Honkola, Haimakainen & Sivula 2004, 3.)

### *2. Mitkä ovat edellytykset kilpailuedun saavuttamiseen organisaation toimialalla?*

Kirjaston kilpailijoita ovat kirja- ja levykaupat, mutta yhtäläillä muiden alojen toimijat, jotka tarjoavat kirjaston palvelutarjontaan rinnastuvia palveluita. Tämä on osaltaan kasvattanut asiakkaiden palveluun kohdistamia odotuksia (vrt. Laamanen 2009, 12). Hel-

Met-kirjaston palveluiden maksuttomuus, houkuttelevuus ja helppo saavutettavuus ovat tärkeitä tekijöitä mahdollisimman suuren käyttäjämäärän tavoittamiseksi. Kaupallisiin toimijoihin verrattuna kirjasto on riippumaton, puolueeton ja luotettava. Kirjasto on kunnallisena palveluna tutkitusti arvostettu ja myös HelMet-brändiin liitetään positiivisia mielikuvia<sup>7</sup>. Kirjastolla on palvelulleen koko kansan tavoittava jakelukanava tilojen ja verkkopalveluiden muodossa. Myös aukioloajat ovat verrattain laajat ja kirjasto pystyy tarjoamaan henkilökohtaista asiakaspalvelua. (Lepistö 21.7.2011)

Puhuttaessa verkkopalveluista, on puhtaasti ohjelmistokehitysosaamiseen perustuvia kilpailuetuja kirjaston resursseilla vaikea tavoitella. Kirjasto ei myöskään ole työpaikkana erityisen houkutteleva ICT- tai liiketoimintaosaajille palkan, toimialan tai tehtävien suhteen, joten tarvittavan osaamisen rekrytointi on haastavaa. Tästä syystä teknisiä, saati liiketoiminnallisia innovaatioita ei voida lähtökohtaisesti pitää kirjaston vahvuutena.

Yhteistyökumppanina kirjasto voi sen sijaan olla houkutteleva myös ICT-yrityksille, onhan sillä vakiintunut, arvostettu asema ja laaja asiakaskunta. Tässä tärkeää osaa näyttelee toimitilaverkosto: fyysinen jakelukanava ja näyteikkuna, josta pieni toimistohotellissa toimiva teknologiayritys voi vain haaveilla. Kirjaston kilpailuedun myös verkkopalvelujen suhteen voivatkin mahdollisesti muodostaa kirjastotilat ja osaavista kirjastoammattilaisista koostuva henkilöstö, mikäli nämä elementit yhdessä verkkopalvelun kanssa pystytään paketoimaan toisiaan tukevaksi kokonaisuudeksi.

Tilat ja verkkopalvelut tukevat toisiaan, kun tiloista ohjataan asiakkaita verkkopalveluihin ja verkkopalveluista tiloihin. Asiakaspalveluhenkilökunnan tulisi siis työssään markkinoida verkkopalveluita (vrt. osa-aikaiset markkinoijat), mikä tietysti edellyttää verkkopalvelukonseptien selkeyttämistä ja tuotteistamista. Tulevaisuus on fyysisen maailman ja verkon yhdistymisessä (Viitamäki artikkelissa Halminen 2011, 3).

---

<sup>7</sup> Katso ”HelMet kolmanneksi arvostetuin verkkobrändi”:  
<http://www.espooli.fi/default.asp?path=1,28,29,37412,37482,59405>.

Todellinen fyysinen tilallisuus ja paikallisuus toteutuvat edelleen lähikirjastoissa. Kirjasto on lähellä, sinne voi vain marssia sisään iltapäiväkävelyn yhteydessä. Kirjaston haasteena on fyysisten tilojen sitominen verkkopalveluihin uudella tavalla (vrt. Mannermaa 2008, 83–86) niin, että syntyisi palvelukonsepteja, joissa tila ja verkkopalvelu yhdessä muodostavat asiakkaille houkuttelevan palvelun.

### *3. Mitkä ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyvyt?*

Kirjaston ydinosaamiseksi voi nähdä kirjastoalan osaamisen. Tärkeää on myös henkilöstön laaja-alainen muu osaaminen ja palvelun henkilökohtaisuus. Kirjaston lainauspalvelu voidaan myös nähdä ympäristövastuullisena, kestävästä kehitystä edesauttavana kierrätyksenä. Kirjasto palveluna vetoaa erityisesti nuoriin koulutettuihin ihmisiin ja lapsiperheisiin. Työntekijöilleen kirjasto on ympäristönä vapaamielinen ja humanistinen mahdollistaen erilaiset kokeilut, jotka voivat synnyttää innovaatioita.

(Lepistö 21.7.2011)

Henkilöstön tietopääoma on kuitenkin osin hyödyntämätön potentiaali, koska liiketoiminta- ja projektiosaamista kirjastoilla ei juuri ole. Ehkä verrattain vapaan työympäristön ja edellä mainittujen osaamisvajaiden vuoksi henkilöstön vastuunkantokyvyssä on kehitettävää. (Lepistö 21.7.2011) Vastuunoton voisi nähdä lisääntyvän myös asiakasymmärryksen parantuessa, prosessien ja palvelukonseptien selkiytyessä, sekä strategian välittyessä johdolta henkilöstölle.

Kirjaston laina- ja kävijämäärät ovat tippuneet –on syntynyt tilanne, jossa kirjasto on tietyille osalle ihmisistä viimeinen paikka, josta aineistoa etsitään. Musiikin ja tietokirjallisuuden (vrt. Holmberg et. al. 2009, 108) lainausmäärien lasku johtuu niiden lisääntyneestä vapaasta verkkojakelusta. HelMet-verkkokirjaston suosio on nousussa, näkyen myös tilojen kävijämäärissä, mutta toisaalta kirjaston muiden verkkopalveluiden kävijämäärät ovat jopa laskeneet. (Lepistö 21.7.2011)

Kirjaston rooli tulevaisuudessa tulee tuskin olemaan pelkkä aineiston jakelija, vaan aineiston järjestäminen ja rikastaminen tulee entisestään korostumaan (vrt. Holmberg et. al. 2009). Nykypäivän tietotulvassa kirjastoammattilaiset, erityisesti tietopalvelutyönteki-

jät, voidaan nähdä eräänlaisina informaation personal trainereina (vrt. Mannermaa 2008, 107–115). Palvelua entisestään henkilökohtaistamalla ja kiinnittämällä huomiota arvon luomiseen voitaisiin kenties houkutella takaisin muille palveluntarjoajille menetettyjä asiakkaita.

### **Strategian toteuttamisen tehokkuus** (timantin oikea puoli)

*1. Mitkä ovat ne toimenpiteet, jotka vievät organisaatiota haluttuun suuntaan ja miten ne priorisoidaan?*

HelMet-kirjaston strategia on hyvin yleisellä tasolla ja on epäselvää hahmottaako henkilöstö tai johto, mitä käytännön toimenpiteitä tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseen. Strategisista päätöksistä tiedottaminen on puutteellista, eikä henkilöstön tahtotilaa strategian toteuttamiseen seurata. Käytännössä hankkeet ovat yksittäisten työntekijöiden innostuksen varassa. Mikäli hankkeita ei projektoida ja dokumentoida, voi tietoa kadota henkilövaihdosten myötä. (Lepistö 21.7.2011) Toimenpiteiden priorisoinnista voidaan puhua vasta kun toimenpiteet on määritelty ja ongelmat innovaatioiden käytäntöönpanossa, johtamisessa, sekä resurssien allokoinnissa ratkaistu.

Verkkopalveluiden osalta oleellista on ymmärrys toimintaympäristön tämän hetkisestä tilasta ja tulevista muutoksista. Tärkeää olisi myös tunnistaa mitä pystytään tekemään itse ja mihin mahdollisesti tarvitaan ulkopuolista apua eli yhteistyökumppaneita. Kehittämishankkeiden johtaminen, projektointi ja seuranta edesauttaa niiden onnistumista sekä antaa vertailuaineistoa tulevia hankkeita varten. Tutkimuksellisen kehittämisen ollessa kyseessä on tärkeää varmistaa, että saadut tulokset siirretään käytäntöön (vrt. Lepistö 21.7.2011).

*2. Kuinka hyvin toimialalla vaadittavat kilpailuedun mahdollistavat tekijät pystytään saavuttamaan?*

Kilpailuedun mahdollistavat tekijät kuten maksuttomuus, riippumattomuus, laajat audioliolajat, toimitilaverkosto ja henkilökohtainen asiakaspalvelu pystytään toistaiseksi saavuttamaan. Kirjasto nähdään helposti saavutettavaksi ruohonjuuritason toimijaksi,

joka on asiakaspalvelullisesti helposti lähestyttävä. Henkilöstön intohimoinen suhde työhön ei aina välity asiakkaille, joten palveluprosesseissa ja palveluasenteessa nähdään parannettavaa. (Lepistö 21.7.2011)

Asiakkaat tuntevat ydintoiminnan eli lainauspalvelun. Kirjaston muut palvelut ovat vähemmän tunnettuja. Asiakasodotukset kirjaston nykyisiä ja tulevia palveluita kohtaan ovat nousseet kaupallisten toimijoiden (esim. Amazon) tarjoamien palveluiden parantumisessa ja monipuolistuessa. Kirjasto on auttamattomasti jälkijunassa mm. verkkopalveluiden personoinnissa sekä markkinointiviestinnässä ja sen kohdentamisessa. Toisaalta verkkopalveluiden kehittämiseen liittyvät ongelmat eivät välttämättä ensisijaisesti liity teknologisen osaamisen puutteeseen, koska avoimen lähdekoodin alustat tai kumppanuudet voivat parhaimmillaan tarjota nopean ja helpon tien ohjelmistokehitykseen. Ongelmat voivat johtua enemmänkin siitä, ettei tiedetä mitä ollaan tekemässä ja kenelle tämä johtaa palvelutarjoaman sekavuuteen.

*3. Kuinka vahvoja ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyvyt? Kuinka tehokkaasti niitä hyödynnetään markkina-aseman parantamiseen?*

Erityisiä osaamisia ja kykyjä pidetään vahvoina, mutta osaamista ei nähdä hyödynnettävän markkina-aseman parantamiseen. Kirjaston korkean moraalin, ammattitaidon ja riippumattomuuden verrattuna kaupallisiin toimijoihin tulisi näkyä voimakkaammin kirjaston tarjoamissa palveluissa, jotta kirjasto erottuisi edukseen kaupallisista toimijoista. (Lepistö 21.7.2011)

Henkilöstön erityisosaamisalueita hyödynnetään kirjastotyössä, esimerkiksi tapahtumien järjestämisessä ja kirjavinkkauksessa. Osaamista ei kuitenkaan systemaattisesti kartoiteta tai mitata. Kartoituksen ja mittaamisen avulla olisi mahdollista allokoida työntekijät juuri heille mieluisten tehtävien pariin. Henkilöstön tietopääoma on osin hyödyntämättömän potentiaali, koska kirjastolla ei juuri ole liiketoiminta- tai projektiosaamista.

Kirjasto on yhteistyökumppanina houkutteleva, joten tiiviimpien b-to-b –tyyppisten yhteistyömallien kehittäminen sopivien toimijoiden kanssa voisi avata uusia mahdollisuuksia. Tällaiset yhteistyömallit kuitenkin vaativat toimiakseen myös organisaation

sisäistä liiketoiminta- ja projektiosaamista, jotta yhteistyöhön saadaan ammattimaisuutta ja jatkuvuutta. Tärkeää olisi asiakaslähtöinen palvelutarjonnan selkeytys ja tuotteistus, palveluprosessien määrittely ja yhdenmukaistaminen sekä tarvittavan palveluasenteen (mind-set) luominen.

## **Johtamisen kulttuurin laatu** (timantin keskiö)

### *1. Heijastaako organisaation resurssien jakautuminen toimintaympäristön kilpailutilannetta?*

Vaikka kirjaston kilpailutilannetta ei ole kartoitettu, tiedetään lainausmäärien olevan laskussa. Pitkällä tähtäimellä resursointi on organisaatiossa ongelmallista, koska rahaa resursseihin saadaan sattumanvaraisesti. Myöskään toiminnan rahoitusmalli ei tue palvelun laadun kehittämistä, koska rahoitus perustuu yksinomaan määrällisiin mittareihin. (Lepistö 21.7.2011)

Ydinosaamisalueellaan kirjasto kilpailee erilaisten aineistoa myyvien tai jakavien toimijoiden kanssa. Verkkopalvelutuotannossa kirjaston voisi rinnastaa pieniin teknologiayrityksiin sillä erolla, että kirjastolla on etuna toimitilaverkosto ja asiakaspalveluhenkilöstö. Kirjaston resurssien jakautuminen ei välttämättä edusta kilpailutilannetta, mutta kirjasto ei voi suunnitella toimintaansa pelkästään kysynnän tai kilpailijoiden tekemisten mukaan, kuten kaupalliset toimijat. Verkkopalveluiden kehittämisen osalta kirjaston resurssit ovat rajalliset.

### *2. Miten uudet liiketoimintamahdollisuudet huomioidaan strategian suunnittelussa?*

Jarmo Lepistön (21.7.2011) mukaan HelMet-kirjaston johto seuraa kirjastoalan tapahtumia Suomessa ja maailmalla. Lainausmäärien laskiessa kirjasto kamppailee rahoituksesta ja eloonjäämisestä, eikä johdolla jää aikaa liiketoimintaympäristön muutosten ja mahdollisuuksien seuraamiseen. Mahdollisuudet liittyvät nykypäivänä usein erityisalueisiin, jotka vaativat erityisosaamista. Kirjaston asiantuntijoilta vaaditaankin proaktiivisuutta heidän toimiessaan johdon neuvonantajina omaan osaamiseensa liittyvissä asioissa.

Yleisesti voidaan todeta HelMet-kirjastolta puuttuvan liiketoimintaosaamista uusien mahdollisuuksien havaitsemiseen ja projektiosaamista havaintojen pohjalta tehtyjen kehittämissuunnitelmien toteutukseen. Kirjaston palvelutarjonta kasvaa jatkuvasti, mutta kasvu on suunnittelematonta.

*3. Kuinka hyvin ja nopeasti johto tunnistaa ulkoisen toimintaympäristön muutoksia, jotka vaikuttavat strategioiden suunnitteluun?*

Lepistön (21.7.2011) mukaan johdon ennakointikyky on heikko, mikä ilmenee siinä, että usein toimitaan vasta pakon edessä, olosuhteiden muuttuessa dramaattisesti (vrt. Laamanen 2009, 10). Toimintaympäristön muutosten tarkkailu on erityisen haastavaa johdolle, jolla ei välttämättä ole ajanmukaista kokemusta johtamisesta liiketoimintaympäristössä (vrt. Laamanen 2009, 70–71). Verkkopalveluiden kehittämisen suhteen johtaminen saattaa usein olla alhaalta ylöspäin suuntautunutta johtamista, jossa asiantuntijat vievät johdolle ehdotuksia käytännön toimenpiteistä. Asiantuntijoilla ei kuitenkaan ole tietoa organisaation strategiasta ja priorisoinneista, eikä johdolla toisaalta osaamista asiantuntijoiden ehdotusten kriittiseen arviointiin suhteessa kilpailutilanteeseen.

*4. Kuinka hyvin ja nopeasti johto pystyy viemään tunnistettuja muutostarpeita käytännön strategiseksi toimiksi?*

Muutosten tunnistamista ja käytäntöönpanoa ei nähdä kirjaston johdon vahvuutena johdon lähinnä hyväksyessä ehdotettuja hankkeita. Kirjaston henkilökuntaa toisaalta johdetaan yleisellä tasolla, mutta muutosten suunnittelu ja toteutus jää henkilöstön vastuulle. Uusien tietojärjestelmien ja ohjelmistojen vaatima koulutus on kuitenkin hyvin järjestetty. (Lepistö 21.7.2011)

Periaatteessa muutokset voivat toteutua nopeastikin, mutta tämä riippuu täysin muutosten laadusta ja laajuudesta. Mitään systemaattista mallia muutosten hallintaan, toteuttamiseen ja seurantaan ei ole. Johdon puolella ongelmat ovat lähinnä yleisten linjausten puutteessa ja muutosten priorisoinnissa. Organisaation ongelmat liittyvät projekti- ja liiketoimintaosaamisen puutteeseen, toimenkuvien sekavuuteen ja asenteeseen eli toimintakulttuuriin.

## **Yhteenveto HelMet-kirjaston palvelutuotannon haasteista**

- Toiminnan rahoitusmalli ei kannusta eikä tue kehittämistä
- Strategiset, suuret linjat puuttuvat tai ne eivät välity ylhäältä alaspäin ohjaamaan henkilöstön valintoja
- Palvelutarjooma on monenkirjava ja sekava, kirjastoammattilaislähtöisesti kehitetty sekä hallitsemattomasti laajeneva
- Palveluasenne vaihtelee, palveluprosesseja ei ole määritelty eikä palveluita ole tuotteistettu palvelutuotteiksi
- Fyysiset palvelut ja verkkopalvelut nähdään yleensä erillisinä eli ne eivät tue toisiaan
- Mittaus ja kehittäminen ei ole systemaattista, saatuja tuloksia viedään käytäntöön vaihtelevasti
- Projekti- ja liiketoimintaosaamista ei juuri ole, mikä näkyy olemassa olevien palveluiden kehittämisessä ja uusien, muuttuvan toimintaympäristön haasteisiin vastaavien palveluiden ideoinnissa
- Seudullisen HelMet-yhteistyön valtava potentiaali on suurelta osin hyödyntämättä, osin byrokraattisista syistä

Voidaan todeta, että strategiatimantin paljastamien haasteiden tiedostaminen erityisesti palvelukehityksessä ja johtamisessa luo edellytyksiä palvelutarjonnan systemaattisempaan kehittämiseen nykyisessä kilpailutilanteessa. Johdon ja asiantuntijoiden tiivistä vuorovaikutusta tulisi pyrkiä lisäämään ja asiakasymmärrystä kartuttamaan. Kehittämisessä tulisi välttää yksin tekemistä ja edistää kommunikaatiota yli kuntarajojen.

### **4.3.2 Tarinoiden Helsingin palvelukukka**

Palvelukukka-mallin (ks. luku 3.2.9) mukaisesti Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelun ydinpalvelu ja lisäpalvelut voidaan määritellä seuraavasti:



## Ydinpalvelu

Tarinoiden Helsinki voidaan nähdä kirjaston toiminnassa perinteisesti tärkeän tietopalvelun lisäpalveluna. Palvelun ydin on tieto siitä, mitä aineistoa tiettyyn paikkaan liittyy. Tietopalvelu on kuitenkin "Kysy mitä vain" –tyyppinen palvelu siinä missä Tarinoiden Helsinki on rajattuun aiheeseen erikoistunut palvelutuote. Yhtä hyvin tietopalveluun osoitetut paikkaan liittyvän aineiston kyselyt voitaisiin nähdä Tarinoiden Helsinki – palvelun konsultaatiolisäpalveluna.

## Lisäpalvelut

1. *Informaatio*: informaatio verkkopalvelussa (sosiaaliset objektit), kävijätilastot
2. *Tilausten vastaanotto*: ei suoranaisesti käytössä nykyisessä palvelussa (tietopalveluun esitetyt paikkaan liittyvät kysymykset voidaan käsittää eräänlaisiksi tilauksiksi)
3. *Laskutus*: palvelu on ilmainen
4. *Maksut*: palvelu on ilmainen
5. *Konsultaatio*: lisäkysymykset, fyysinen asiakaspalvelu
6. *Vieraanvaraisuus*: palveluasenne, palvelun mainostaminen
7. *Turvaaminen*: ei suoranaisesti tarvita nykyisessä verkkopalvelussa, koska kirjautumismahdollisuutta ei ole
8. *Poikkeukset*: verkkopalvelun ollessa ilmainen voisivat liittyä lähinnä asiakaspalveluun

Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelu on ilmaispalvelu, joka ei vaadi rekisteröitymistä, eikä siten ole personoitavissa. Kirjaston paikallistietoon liittyviä fyysisiä- ja verkkopalveluita tulisi kuitenkin käsitellä kokonaisuutena, jotta Tarinoiden Helsinki –palvelun uusi konsepti voitaisiin määrittää sen pohjalta, mitä asiakkaat odottavat ja mitkä edellytykset kirjastolla on näiden odotusten kokonaisvaltaiseen täyttämiseen.

Kun palvelun henkilökohtaisuutta pystytään lisäämään saman konseptin mukaisesti sekä verkossa että fyysisessä asiakaspalvelussa, muuttuu myös palvelukukkamalli entistä käyttökelpoisemmaksi palvelun kehittämisen apuvälineeksi. Vaikka kirjaston paikallistietoon liittyvä palvelu on tällä hetkellä ilmaista (ellei kirjaston lainauspalvelua ja siihen mahdollisesti liittyviä varaus- tai myöhästymismaksuja lasketa osaksi palvelua), on syytä

pohtia, pystyttäisiinkö tulevaisuudessa tarjoamaan parempaa palvelua, mikäli jotkut palvelun osat olisivat maksullisia (esim. Freemium/Premium –ajattelun mukaisesti).

## 5 Tutkimustyön toteutus ja tulosten analysointi

Tutkimustyö-osiossa esitellään tiedonkeruumenetelmänä käytetty strukturoitu kysely, tutkimuksen taustat ja saadut tutkimustulokset. Tulokset on jaettu osioihin 1) vastaajien taustatiedot, 2) asuminen ja tärkeät paikat, 3) henkilökohtaiset projektit, yhteisöllisyys ja paikallisuus, 4) paikallisuus ja verkkopalvelut, 5) sähköiset ja fyysiset aineistot, 6) verkkopalvelut ja päätelaitteet sekä 7) Tarinoiden Helsinki.

### 5.1 Tiedonkeruumenetelmä

Tutkimusaineiston keräämiseen käytettiin *sähköistä strukturoitua kyselyä*, joka toteutettiin Haaga-Helian Webropol -datan analysointi- ja kyselytyökalulla. Verkkokyselyn käyttö poisti lyöntivirheiden mahdollisuuden ja paransi näin mittauksen reliabiliteettia (Vehkalahti 2008, 41). Verkkokyselytyökalun käyttö oli ratkaisuna ennen kaikkea nopea ja taloudellinen (Dillman, Smyth & Christian 2009, 9; Heikkilä 2010, 31; Valli 2007, 111; Vilkkä 2007, 28) säästäten asianosaisten työaika ja mahdollisia postituskuluja verrattuna perinteiseen paperikyselyyn. Oli myös perusteltua lähestyä käyttäjiä siinä ympäristössä, jota kysely koskee ja jonne heidän halutaan myöhemmin palaavan.

Strukturoidun kyselyn suunnittelussa teoreettiset lähtökohdat nojasivat vahvasti Vehkalahtien (2008) sekä Dillmanin, Smythin ja Christianin (2009) näkemyksiin. Toisaalta käytettiin myös omaa harkintaa ja kokemusta tilanteissa, joissa teoriat eivät istuneet tarpeisiin. Kyselyssä vältettiin Vehkalahtien (2008, 40) suosituksesta mielipidekysymyksissä dikotomisista eli kaksiportaisista asteikkoja, ja käytettiin mahdollisimman paljon viisiportaisia Likert-asteikkoja, jotka helpottavat vastausten vertailua analyysivaiheessa. Sisällöllisissä ja muodollisissa asioissa haastateltiin epämuodollisesti myös tilastoihin ja tiedon keräämiseen sekä paikallisasioihin perehtyneitä kirjastolaisia (vrt. Vehkalahti 2008, 40). Valmis kysely validoitiin kollegoilla ja muutosten jälkeen lopulta paikallisyhdistysten kolmella yhteyshenkilöllä, joiden näkemysten pohjalta tehtiin lähinnä pientä hienosäätöä ennen julkaisua.

Kyselyllä kerätyn tutkimusaineiston analyysin, ks. kyselylomake Liite 1, odotettiin selkiyttävän, mikä on palvelun kohderyhmän suhde paikallisuuteen, paikallisaineistoon ja

sisällöntuotantoon. Vaikeasti hahmotettavaa, mutta aiheeseen oleellisesti liittyvää paikallisidentiteetin muotoutumista yritettiin avata kysymyksin vastaajien asuinpaikasta ja asuinpaikan valintaan vaikuttaneista tekijöistä. Tarkemmin selvitettiin, mitä sisältöjä käyttäjät palveluun toivoisivat ja ovatko he mahdollisesti itse aktiivisia paikallistiedon sisällöntuottajia. Paikallisuuteen liittyvillä kysymyksillä pyrittiin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen TK2.

Kyselyn kysymyksillä verkkopalveluiden käytöstä koetettiin selvittää, mitkä tunnetuista verkkopalveluista ovat vastaajille mieluisimpia ja tutuimpia välineitä sekä toisaalta, miten tuttuja ovat paikallisuuteen ja kirjastoon liittyvät verkkopalvelut. Kysymyksellä vastaajien käyttämistä päätelaitteista pyrittiin selvittämään, minkälaisissa alustoissa kehitettävien palveluiden tulisi toimia ja mihin pitäisi erityisesti panostaa. Verkkopalveluiden käyttöön liittyvillä kysymyksillä pyrittiin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen TK3.

Tulosten odotettiin helpottavan kehitettävien palveluiden määrittelyä ja kehitystyön priorisointia. Vastaukset tarjosivat myös mielenkiintoisen mahdollisuuden vertailla kirjaston henkilökunnan ja asiakkaiden verkkopalveluiden käyttötottumuksia ja suhdetta paikallisuuteen.

## **5.2 Tutkimuksen tausta**

Tutkimusaineisto kerättiin 1.11.2011 – 21.3.2012. Kyselyn saatteessa annettiin mahdollisuus myös kyselyn tilaamiseen suoraan tutkijalta jossain muussa muodossa, mutta yksikään vastaaja ei käyttänyt tätä mahdollisuutta. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli tutkimuskysymysten mukaisesti selvittää vastaajien suhdetta ja kiinnostusta paikallisuuteen yleisesti sekä siihen liittyviin asioihin ja sisältöihin. Tämän lisäksi oltiin kiinnostuneita, mitä verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja millaisia paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineitä he mieluiten käyttäisivät. Kysely päätettiin kohdistamaan sekä kirjaston henkilöstölle että paikallisuudesta kiinnostuneille asiakkaille.

Asiakkaiden suhteen päätettiin tiukkaan rajaukseen paikallis- tai kaupunginosayhdistysihmisiin, joista selvyuden vuoksi puhutaan paikallisyhdistyksinä ja paikallisyhdis-

tysihmisinä, ensinnäkin, koska paikallisuus havaittiin jo tutkimusteoriassa käsitteenä vaikeasti lähestyttäväksi ja monitulkintaiseksi, toiseksi, koska paikallistoimijoiden katsottiin olevan aiheen asiantuntijoita, ja kolmanneksi, koska paikallistoimijat nähtiin myös kirjaston mahdollisina yhteistyökumppaneina ja resursseina. Pyrkimys oli, että raja-  
rajaus mahdollistaisi informaation asiantuntijoiden eli kirjastolaisten ja paikallistoiminnan asiantuntijoiden, eli asiakkaiden näkemysten tasapuolisen vertailun.

Käytettäessä sähköistä kyselyä, jota levitetään kohdistetusti, ja joka on lisäksi avoimesti vastattavissa www-sivustoilla, ei vastaajien valikoitumisen suhteen voida puhua otannasta, vaan harkinnan- ja sattumanvaraisista näytteistä. Tässä tutkimuksessa kirjastolaiset ja paikallisyhdistysihmiset edustavat harkinnanvaraista näytettä, muiden asiakkaiden valikoituessa vastaajiksi sattumanvaraisemmin. Tutkimusaineiston koostamiseen näytteistä otosten sijaan päädyttiin samasta syystä kuin sähköisen lomakkeen käyttöön, eli menetelmä oli nopea, joustava ja edullinen (Holopainen & Pulkkinen 2004, 34). Koska tutkimuksessa haluttiin näytteenottotavoista huolimatta käyttää myös kvantitatiivista otetta, täytyy tutkimusaineiston analyyseissa sivuuttaa muun muassa Taanilan (2011, 2) esittämä tilastollisen päättelyn edellyttämä vaatimus siitä, että otoksen on oltava valittu satunnaisesti perusjoukosta asianmukaista otantamenetelmää käyttäen.

Harkinnanvarainen näytteenotto sopi menetelmäksi, koska Holopaisen ja Pulkkinen (2004, 34) mukaan sitä käytetään usein esitutkintaan, näkemyksien saamiseen tai hypoteesien kehittelyyn. Sillä voidaan saada myös luotettavia tuloksia, mutta näytteen ottaminen edellyttää tällöin perusjoukon tuntemista. Lisäksi tuloksia on tulkittava erityisellä varovaisuudella, koska riskinä on, ettei valittu osajoukko edusta koko perusjoukkoa. Tulosten yleistämiskelpoisuutta ei kuitenkaan tässä tutkimuksessa nähty välttämättömänä, koska tutkimusote painotti tiedon käyttöarvoa (vrt. Alasoini & Ramstad 2007, 4) ja tutkimusta ohjaava kehittäminen keskittyi pääkaupunkiseudulle. Tulosten mahdollinen yleistettävyys nähtiin siis lähinnä lisäarvoa antavana, muttei ratkaisevana tutkimuksen onnistumiselle. Tutkimuksen validiteettiä ja reliabiliteettiä syvennyttään tarkemmin luvussa 7.4.

Asiakkaiden osalta näyte kerättiin paikallisuuteen liittyvien toimijoiden tiedotuskanavien kautta tai näiden jäsenrekistereitä hyödyntäen. Yhteistyökumppaneina kyselyn levittä-

misessä toimivat Espoon Kaupunginosayhdistysten Liitto eli EKYL, helsinkiläisten kaupunginosayhdistysten keskusjärjestö Helka, Vantaa-seura ja Vantaan Sanomat. Kumppaneita kannustettiin saatteessa levittämään kyselyä omia tiedotuskanaviaan pitkin. Näin menetellen pyrittiin edullisesti ja nopeasti keräämään kirjaston asiakkaiden osalta paikallisuudesta kiinnostuneita ja paikallisasioissa aktiivisia asiakkaita edustava tutkimusaineisto. Paikallisyhdistysvastaajien perusjoukon määrittäminen on haastavaa, mutta perustuen kaupunginosayhdistysten määrään ja niiden arvioituihin keskimääräisiin jäsenmääriin, voidaan mahdollisesti puhua noin 20 000 henkilöstä.

Kyselyyn tuli vastaajia myös paikallistoimijoiden tiedotuskanavien ulkopuolelta, koska kysely oli avoin ja siitä tiedotettiin kirjaston asiakkaille HelMet.fi:ssä sekä kirjastojen verkkosivuilla. Tällä menettelyllä saatiin arvokas vertailuaineisto sattumanvaraisesti valikoituneista asiakkaista, jotka ovat kiinnostuneita paikallisuudesta, mutta eivät vielä aktiivisia toimijoita. HelMet.fi:ssä on sivuston uudistuksen jälkeen ollut yli 600 000 kuukausittaista kävijää (HelMet.fi – Google Analytics, HelMet.fi – Snoobi Analytics) ja määrä on nousussa. Kirjastojärjestelmän aktiivisten käyttäjien lukumäärä aikavälillä vuodesta 2011 nykyhetkeen on keskimäärin 470 000 (Kirjastojärjestelmä – tilastot).

Kirjastolaisten osalta kyselystä tiedotettiin henkilöstölle (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen) sähköpostitse sekä kaupunkien intranet-sivuilla. Tiedotus vaihteli kaupunkien erilaisista käytännöistä riippuen, esim. Vantaalla lähetettiin suora sähköposti henkilöstölle, kun taas Helsingissä tiedotus hoidettiin henkilöstö-intranetin kautta. HelMet-kirjaston henkilöstömäärä on noin 800, joten näytettä voidaan pitää varsin edustavana, vastaajien aseman mukaisen jakauman vielä tukiessa otaksumaa.

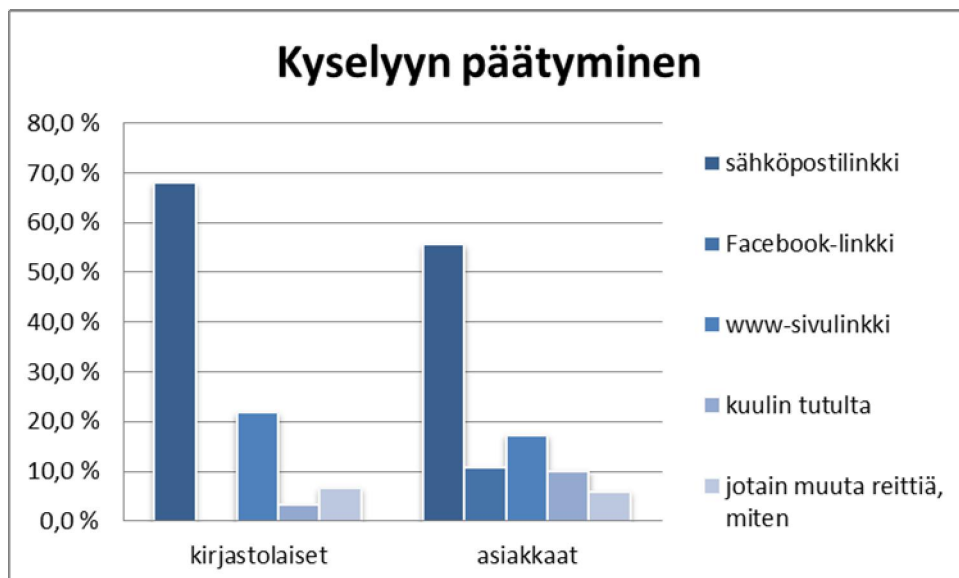
### **5.3 Tutkimustulokset**

Kyselyyn saatiin vastauksia yhteensä 286 kappaletta, joista 167 asiakasta ja 119 kirjastolaista. Yksi vastaus jouduttiin hylkäämään, koska ilmeisesti Webropolin järjestelmävirheen johdosta vastaaja oli pystynyt ohittamaan pakollisia kohtia. Tutkimusaineiston analyyseissa käytettiin Webropolia ja Microsoft Exceliä Haaga-Heliassa opettajana toimivan Aki Taanilan tekemällä Tilastoapu –lisäosalla vahvistettuna.

Tilastollisten riippuvuuksien osalta tässä tutkimuksessa on päädytty tarkastelemaan lähinnä niitä korrelaatioita, jotka ovat tilastollisesti merkitseviä ja joiden korrelaatiokerroin on 0,25 tai suurempi. Rajaus pohjaa Heikkilän (2004, 206) ajatukseen siitä, että riippuvuudella ei yleensä ole käytännön merkitystä, jos korrelaatiokerroin (R) on alle 0,3, vaikka p-arvo kertoisikin riippuvuuden tilastollisesta merkittävydestä. Toisaalta myös se, että yhteiskunnallisissa tutkimuksissa alhaisetkin korrelaatiot saattavat usein olla merkittäviä (Heikkilä 2004, 207) on pyritty huomioimaan. Korrelaatioita tarkastellaan kysymys- ja tapauskohtaisesti koko vastaaja- ja kysymysjoukolla, jotta nähtäisiin myös kirjastolaisuuden ja asiakkuuden sekä eri kysymysten vastausten korrelaatiot ryhmien kysymyskohtaisen vastausten vertailun lisäksi.

Kyselyyn vastanneista 167 asiakkaasta 101 oli ollut mukana paikallisyhdistysten toiminnassa, 66 ei ollut osallistunut paikallisyhdistysten toimintaan ja näistä 21 ei ollut käyttänyt paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita tai tuottanut paikallisuuteen liittyvää tietoa. Näiden kolmen ryhmän vastauksia vertailtaessa erot olivat marginaalisia ja ne liittyivät lähinnä siihen, että oman aktiivisuuden kasvaessa paikallisuuteen liittyviä asiat tiedostettiin paremmin (vähemmän neutraaleja vastauksia) ja niitä pidettiin tärkeämpinä. Myös kirjastolaisten vastaukset olivat painotuksiltaan hyvin samoilla linjoilla.

Kyselyyn päätyneiden jakaumien mukaan suurin osa vastaajista on tavoitettu sähköpostitse. Kirjastolaiset ovat päätyneet kyselyyn joko sähköpostitse, intranetin tai todennäköisesti HelMet.fi -sivuston kautta. Asiakkaiden osalta näkyy enemmän hajontaa, eli kysely on levinnyt tehokkaasti myös puskaradion kautta (Facebook, kuulin tutulta). Kun katsotaan vastausvaihtoehtojen kattavuutta, ei neljän ensimmäisen vaihtoehdon lisäksi ollut mitään muuta todellista reittiä päätyä kyselyyn. Muun reitin sanalliset kuvaukset kertoivatkin, että kysymys oli ymmärretty eri tavoin ja että nämäkin 18 vastaajaa voitaisiin helposti jakaa neljään ensimmäiseen ryhmään. (Kuvio 9; taulukko 4.)



Kuvio 9. Kyselyyn päätyminen

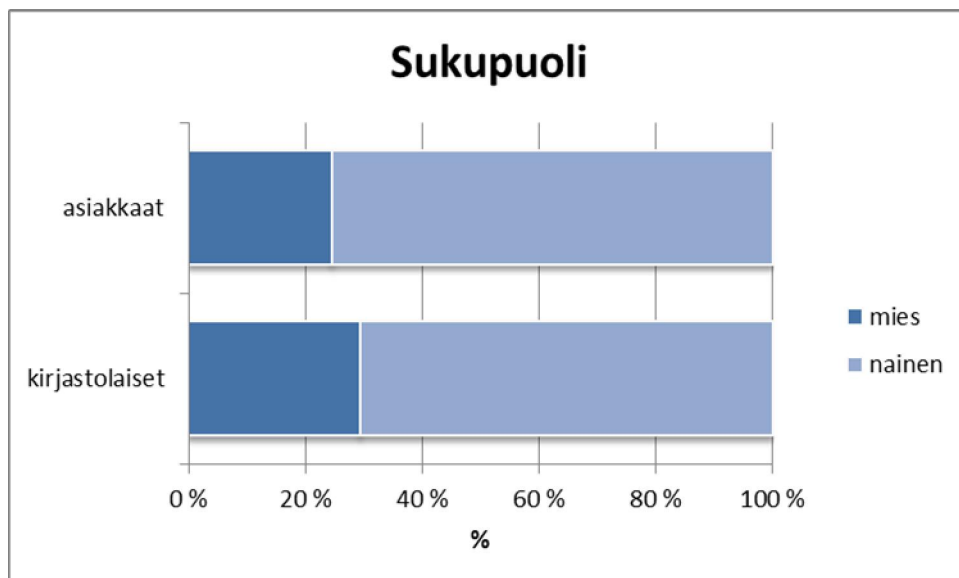
Taulukko 4. Kyselyyn päätyminen

Kyselyyn päätyminen / Lukumäärät	kirjastolaiset asiakkaat kaikki		
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
sähköpostilinkki	81	93	174
Facebook-linkki	0	18	18
www-sivulinkki	26	29	55
kuulin tutulta	4	17	21
jotain muuta reittiä, miten	8	10	18
kaikki	119	167	286

### 5.3.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajista 119 oli kirjastolaisia ja 167 asiakkaita. Kirjastolaista vastaajista 70,6% oli naisia, asiakasvastaajissa naisten osuuden ollessa jopa 75,4%. Kirjaston verkkopalveluiden käyttäjäkunta on tiedetysti naisvaltainen: HelMet-kirjastojen Millennium-kirjastojärjestelmän aktiivisista käyttäjistä ajalta 1.1.2011 – 9.10.2012 61,1% oli naisia (Raportti kirjastojärjestelmän käyttäjistä sukupuolen mukaan 1.1.2011 – 9.10.2012) ja uudistuneen HelMet.fi:n popup-käyttäjäkyselyyn vastanneista 3 128 kirjaston verkkopalvelun käyttäjistä 70% oli naisia (Snoobi popup-käyttäjäkyselyn raportti 19.6.2012 - 3.9.2012). (Kuvio 10; taulukko 5.)





Kuvio 10. Sukupuoli

Taulukko 5. Sukupuoli

Sukupuoli / Lukumäärät	Lukumäärät		
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
mies	35	41	76
nainen	84	126	210
kaikki	119	167	286

Sukupuolella havaittiin tilastollisesti erittäin merkitsevä korrelaatio myöhemmin käsiteltävien aineistopreferenssien kanssa. Vaikka sukupuoli (1=mies, 2=nainen) ja sen kanssa korreloiva kiinnostusarvo (1-5) eivät ole samalla asteikolla, kertovat negatiiviset korrelaatiot tässä yhteydessä siitä, että naiset pitävät kaunokirjallisuudesta, kulttuuripoluista ja teema/aihekokonaisuuksista. (Taulukko 6.)

Taulukko 6. Sukupuolen korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
44. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kaunokirjallisuus	-0,37	0	-0,37
49. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kulttuuripolut	-0,31	0	-0,31
50. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: teema/aihekokonaisuudet (esim. "Kaurismäen Helsinki")	-0,3	0	-0,3

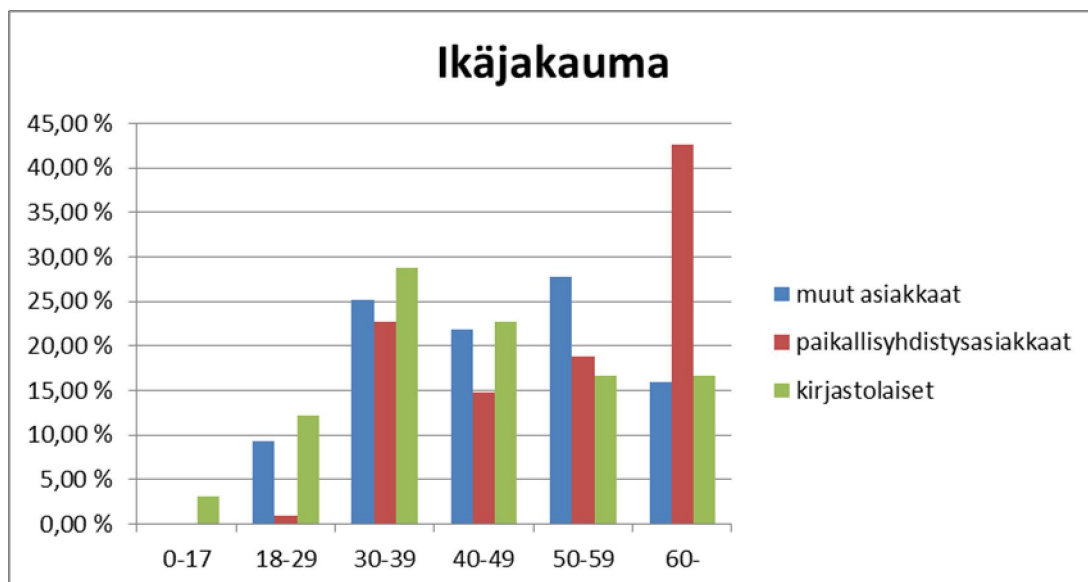
Kirjastolaisuudella, eli sillä oliko vastaaja HelMet-kirjaston työntekijä, oli useita korrelaatioita, mikä selittyy verkkopalveluiden käyttöä ja tunnettuutta mittaavilla kysymyksillä, jotka koskivat lähinnä kirjastolaisten tuntemia verkkopalveluita (taulukko 7). Ainoat merkitykselliset korrelaatiot koskevat paikallisuuden tärkeyttä ja kiinnostusta asuin-kaupunginosaan liittyviin sisältöihin. Näitä eroja kirjastolaisten ja asiakkaiden välillä käsitellään myöhemmin ko. kysymysten yhteydessä.

Taulukko 7. Kirjastolaisuuden korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
88. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Kirjastokaista	0,71	0	0,71
87. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Kirjastojen Facebook-sivut	0,62	0	0,62
89. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Kirjastot.fi	0,62	0	0,62
93. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Sanojen aika	0,6	0	0,6
94. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Kirjasampo	0,55	0	0,55
92. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Vantaan kirjailijafoorumi	0,39	0	0,39
86. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: HelMet-aineistohaku	0,33	0	0,33
41. Olen kiinnostunut: asuin-kaupunginosaani liittyvistä sisällöistä	-0,31	0	-0,31
91. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: MuistiVantaa	0,3	0	0,3
39. Paikallisuus on minulle tärkeää	-0,29	0	-0,29
84. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: SecondLife	0,29	0	0,29
66. Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki - verkkopalveluun (www.tarinoidenhelsinki.fi)?	0,28	0	0,28
105. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla: pöytäkone	0,28	0	0,28
42. Olen kiinnostunut: asuin-kaupunkiini liittyvistä sisällöistä	-0,26	0	-0,26
90. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Tarinoiden Helsinki	0,26	0	0,26

Vastaajien ikäjakaumissa on huomattava ero kirjastolaisten ja asiakkaiden välillä. Ero selittyy luonnollisesti sillä, että kaikki kyselyyn vastanneet kirjastolaiset ovat työikäisiä, jolloin yli 60-vuotiaiden vastaajien määrä jää vähäiseksi. Tämän vuoksi myöskään alle 18-vuotiaita kirjastolaisia ei näytteessä ole. Alla olevassa kuvaajassa on vertailun vuoksi

jaettu ryhmä asiakkaat ryhmiin *paikallisyhdistysasiakkaat* ja *muut asiakkaat*. Paikallisyhdistysasiakkaat ovat asiakkaita, jotka ovat vastanneet olleensa mukana paikallisyhdistysten toiminnassa. Ne 26 kirjastolaista, jotka ovat vastaustensa perusteella olleet mukana paikallisyhdistysten toiminnassa sisältyvät ryhmään kirjastolaiset. (Kuvio 11; taulukko 8.)



Kuvio 11. Ikäjakauma

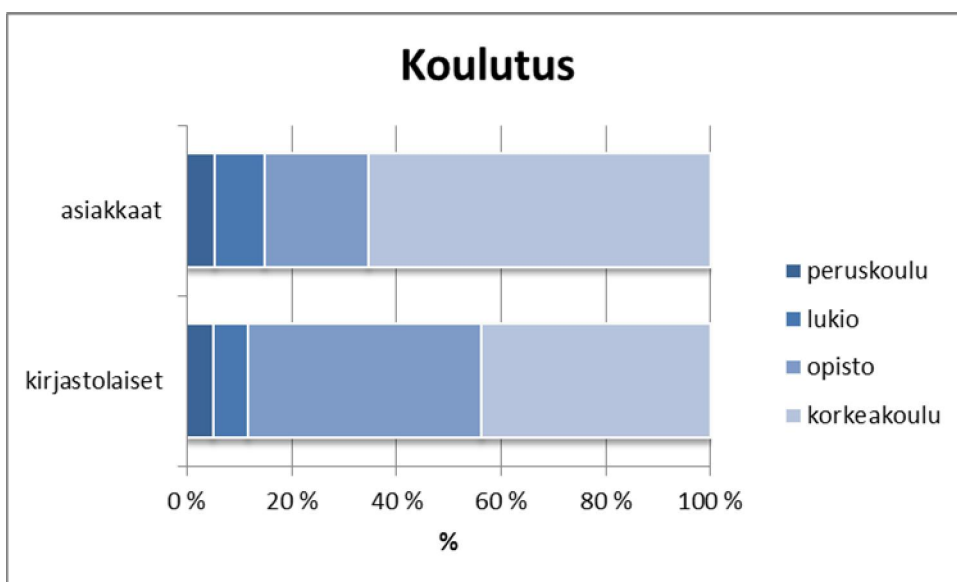
Taulukko 8. Ikäjakauma

ikä	kirjastolaiset		paik. yhd. as.		muut as.	
	f	%	f	%	f	%
0-17	0	0,00 %	0	0,00 %	2	3,03 %
18-29	11	9,24 %	1	0,99 %	8	12,12 %
30-39	30	25,21 %	23	22,77 %	19	28,79 %
40-49	26	21,85 %	15	14,85 %	15	22,73 %
50-59	33	27,73 %	19	18,81 %	11	16,67 %
60-	19	15,97 %	43	42,57 %	11	16,67 %
n	119	100,00 %	101	100,00 %	66	100,00 %

Kuviota 11 tarkastellessa huomataan, ettei se asiakkaiden osalta noudata normaalijakaumaa. Paikallisyhdistysaktiivien jakautuminen ikäryhmittäin näyttäisi kertovan siitä, että kiinnostus paikallisyhdistystoimintaan herää yhtäkkisesti kolmenkymmenen ikävuoden tienoilla ja moninkertaistuu eläkeiässä tai sen kynnyksellä 60 ikävuoden jälkeen. Paikallisyhdistysaktiivien ikäjakauma noudattaa kirjastopalvelun käyttäjien ikäjakaumaa siinä mielessä, että ikäluokassa 30–39 on enemmän vastaajia kuin ikäluokissa 40–49 ja 50–59 (Snoobi popup-käyttäjäkyselyn raportti 19.6.2012 - 3.9.2012; Raportti kirjastojär-

jestelmän käyttäjistä ikäjakauman mukaan 1.1.2011 – 9.10.2012). Muiden asiakkaiden osalta ikäluokkaan 50–59 on sattumanvaraisesti valikoitunut paljon vastaajia.

Kirjastolaisten ja asiakkaiden koulutustaustat erosivat tilastollisesti erittäin merkitsevästi (khiin neliö 20,62; df = 3; p = 0,000). Kirjastolaisissa vastaajissa on selkeä kahtiajako opistotasoisien (nyk. amk), 44,5%, ja yliopistotasoisien, 43,7%, koulutuksen saaneisiin, vain peruskoulun ja lukion käyneiden määrän ollessa pieni työn kelpoisuusvaateiden johdosta. Asiakkaista korkeakoulutettuja oli selkeä enemmistö, 65,3%. Koulutusjakaumat olivat saman suuntaiset paikallisyhdistyksiin kuuluvilla ja muilla asiakkailla. Esimerkiksi korkeakoulutettuja oli paikallisyhdistysaktiiveista 66,4% ja muista 63,6%. (Kuvio 12; taulukko 9.)



Kuvio 12. Koulutus

Taulukko 9. Koulutus

Koulutus / Lukumäärät			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
peruskoulu	6	9	15
lukio	8	16	24
opisto	53	33	86
korkeakoulu	52	109	161
kaikki	119	167	286

Khiin neliö 20,62; df = 3; p = ,000

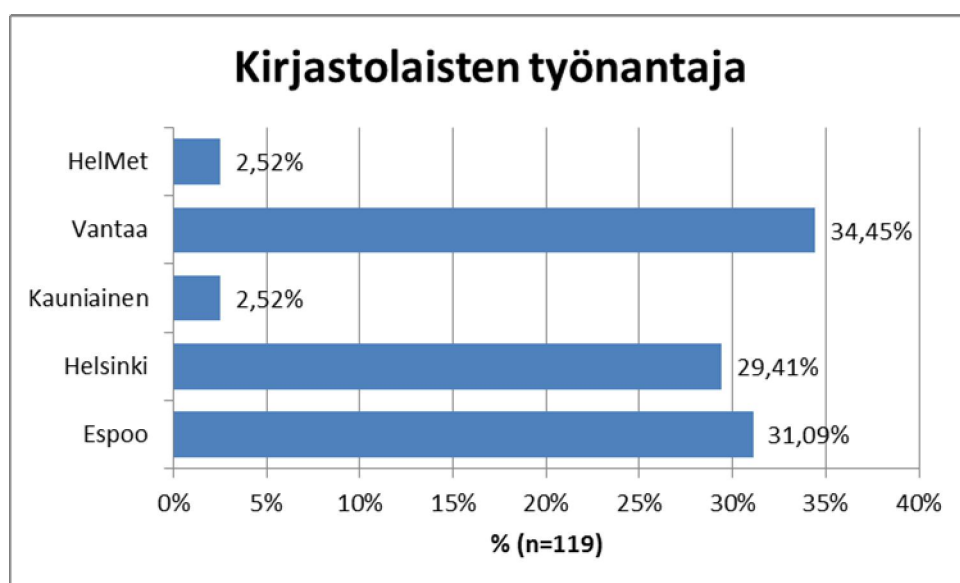
Odotetut frekvenssit: pienin 6,2; alle 5 suuruisia 0,0 %

Koulutuksella on tilastollisesti erittäin merkitsevä korrelaatio blogien käytön kanssa. Koska koulutusta mitataan asteikolla 1-4 (peruskoulusta korkeakouluun) ja blogien käyttöä asteikolla 1-5 (säännöllisestä käytöstä vaihtoehtoon ”en tunne”), käytetään blogeja sitä enemmän, mitä korkeampi koulutus on. Kysymyksessä ei määritelty onko käyttö blogien lukemista vai pitämistä, joten ei voida sanoa, että koulutetut olisivat välttämättä aktiivisempia bloggajia –mikä ei sinänsä olisi yllättävää. (Taulukko 10.)

Taulukko 10. Koulutuksen korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
78. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Blogit	-0,26	0	-0,26

Kirjastolaisista vastaajista saatiin varsin tasapuolinen näyte alueittain, joskin Vantaan osuus 34,5%, on painottunut tutkijan oman työskentelypaikkakunnan tuoman ”goodwillin” vuoksi. Toisaalta myös espoolaiset ovat olleet yllättävän aktiivisia 31,1%:n osuudella. Helsingissä, 29,5% vastaajista, kyselytiedotus hoidettiin lähes yksinomaan intranetin kautta: tämä on varmasti osaltaan pudottanut vastaajamääriä. Vastaajissa on jopa kolme HelMet-työntekijää, 2,5% vastaajista, jotka siis työskentelevät HelMet-seutukirjastolle niin, että palkanmaksajina toimivat kaikki HelMet-kunnat yhdessä. Myös yhden kirjaston Kauniainen on edustettuna 2,5%:n osuudella. (Kuvio 13; taulukko 11.)

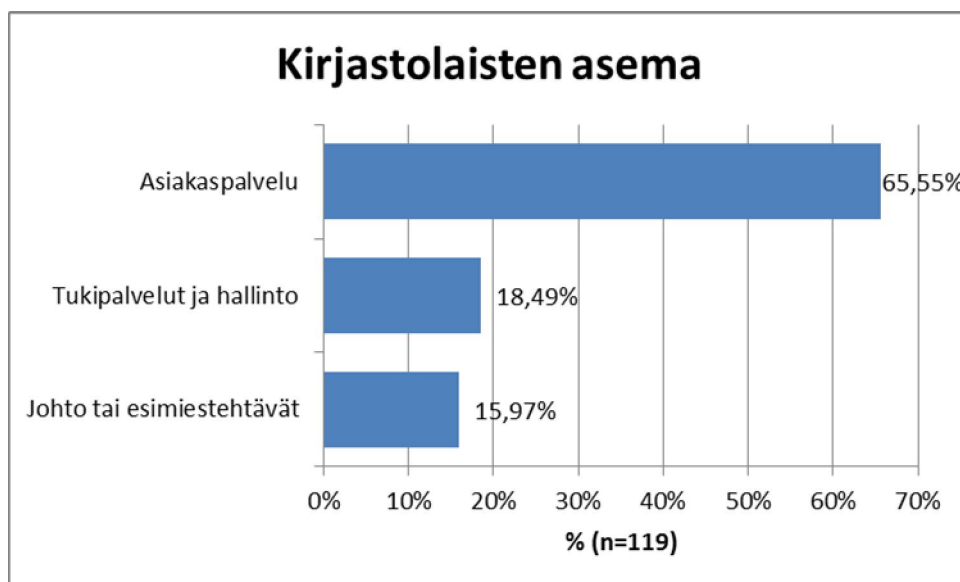


Kuvio 13. Kirjastolaisten työnantaja

Taulukko 11. Kirjastolaisten työnantaja

	Lukumäärä	%
Espoo	37	31,1 %
Helsinki	35	29,4 %
Kauniainen	3	2,5 %
Vantaa	41	34,5 %
HelMet	3	2,5 %
Kaikki	119	100,0 %

Kirjastolaisista 65,5% työskentelee asiakaspalvelussa, 18,5% tukipalveluissa ja hallinnossa ja loput 16% johto- tai esimiestehtävissä. Käytännössä johto- tai esimiestehtävissä työskentelevät voivat olla myös asiakaspalvelussa, tukipalveluissa tai hallinnossa, mutta tässä kyselyssä ei vastaajille annettu mahdollisuutta kuulua useampaan ryhmään. (Kuvio 14; taulukko 12.)



Kuvio 14. Kirjastolaisten asema

Taulukko 12. Kirjastolaisten asema

	Lukumäärä	%
Johto tai esimiestehtävät	19	16,0 %
Tukipalvelut ja hallinto	22	18,5 %
Asiakaspalvelu	78	65,5 %
Kaikki	119	100,0 %

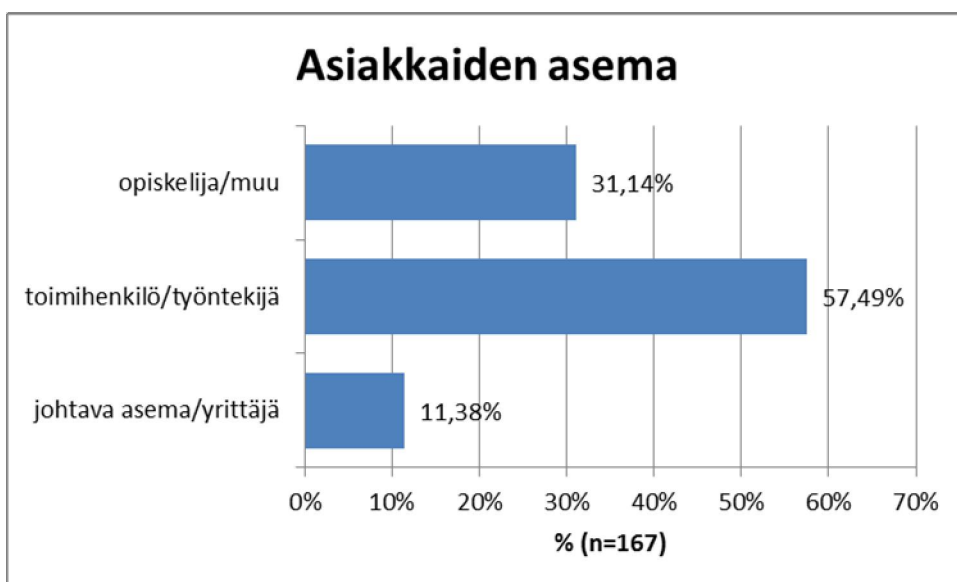
Kirjastolaisten työtehtävä korreloi tilastollisesti merkittävästi asuin-kaupunginosaan liittyviin sisältöihin kohdistuvan kiinnostuksen kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että johtajat ja

esimiehet ovat kiinnostuneimpia ja asiakaspalvelijat vähiten kiinnostuneita asuinkaupunginosaansa liittyvistä sisällöistä. (Taulukko 13.)

Taulukko 13. Kirjastolaisten aseman korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
41. Olen kiinnostunut: asuinkaupunginosaani liittyvistä sisällöistä	0,25	0,01	0,25

Asiakkaista 57,5% oli toimihenkilöitä tai työntekijöitä, 31,1% ei työssäkäyviä, kuten opiskelijoita, työttömiä tai eläkeläisiä, ja loput 11,4% toimivat johtavassa asemassa tai yrittäjinä. (Kuvio 15; taulukko 14.)



Kuvio 15. Asiakkaiden asema

Taulukko 14. Asiakkaiden asema

	Lukumäärä	%
johtava asema/yrittäjä	19	11,4 %
toimihenkilö/työntekijä	96	57,5 %
opiskelija/muu	52	31,1 %
<b>Kaikki</b>	<b>167</b>	<b>100,0 %</b>

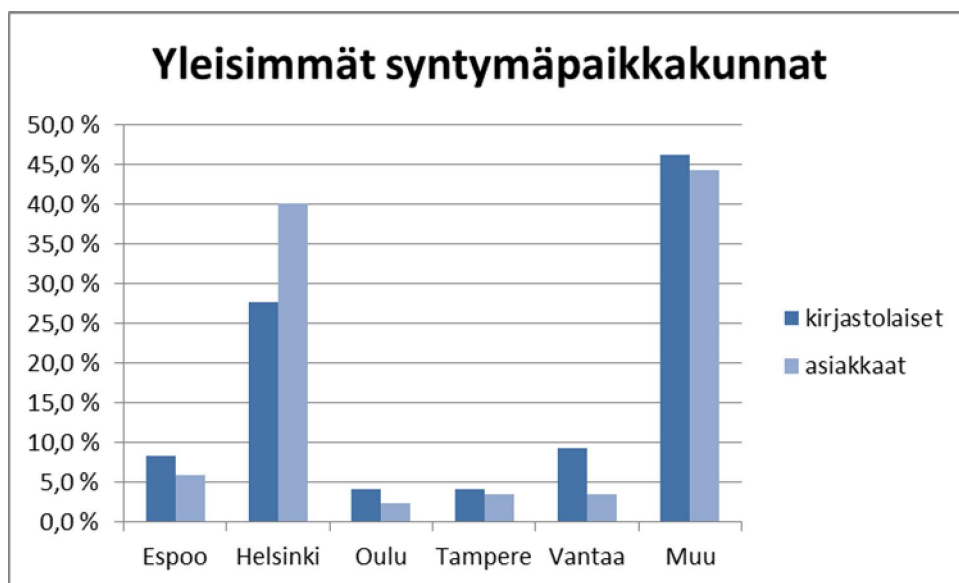
Asiakkaiden työroolilla oli yllättävä korrelaatio Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun liittyviin kysymyksiin. Johtajat ja yrittäjät eivät pitäneet palvelua houkuttelevana tai osallistavana, kun taas työelämään kuulumattomat olivat toista mieltä. (Taulukko 15.)

Taulukko 15. Asiakkaiden aseman korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
68. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki -palveluun ja mielestäni: palvelu on houkutteleva	-0,27	0	-0,27
69. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki -palveluun ja mielestäni: palvelu on osallistava	-0,27	0	-0,27

### 5.3.2 Asuminen ja tärkeät paikat

Vastaajien yleisimmät syntymäpaikkakunnat vastaavat käytännössä Suomen suurimpia paikkakuntia, joten tutkimusaineistoa voidaan tältä osin pitää varsin onnistuneena näytteenä suhteessa perusjoukkoon. Helsinkiläiset asiakasvastaajat painottuvat näytteessä. Tätä selittää se, että Helsingin kaupunginosayhdistys Helkan jäsenyhdistysten puheenjohtajat, arvatenkin suurelta osin syntyperäisiä helsinkiläisiä, vastaanottivat sähköpostitse saatteen ja linkin kyselyyn. Oletettavana voitaneen pitää myös sitä, että merkittävä osa kyselyyn vastanneista espoolaisista ja vantaalaisista on syntyisin Helsingistä. Oulun ja Tampereen painottumista kirjastolaisten syntymäpaikkoina selittää informaatiotutkimuksen opetus Oulun ja Tampereen yliopistoissa. (Kuvio 16; taulukko 16.)



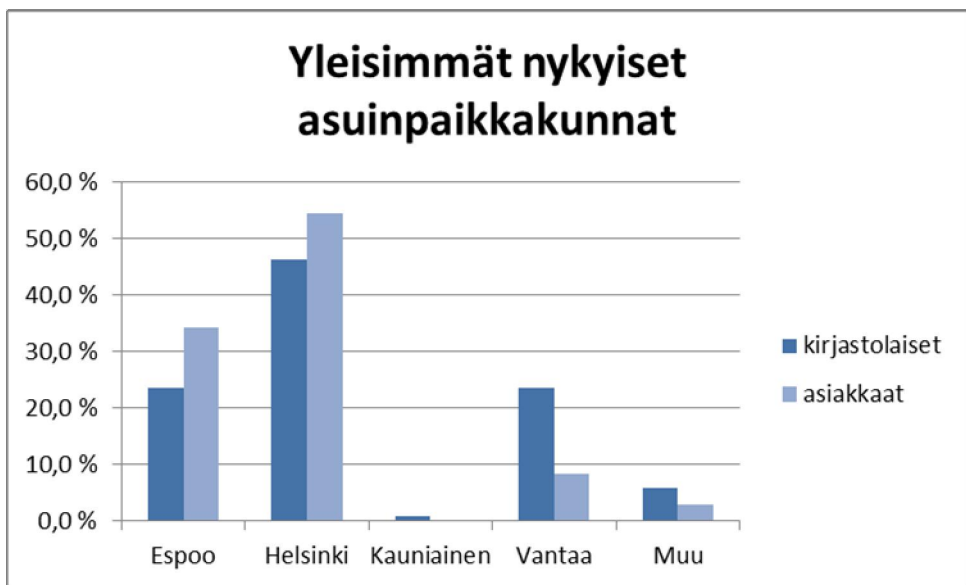
Kuvio 16. Yleisimmät syntymäpaikkakunnat



Taulukko 16. Yleisimmät syntymäpaikkakunnat

Syntymäpaikkakunta / Lukumäärät			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
Espoo	10	10	20
Helsinki	33	67	100
Oulu	5	4	9
Tampere	5	6	11
Vantaa	11	6	17
Muu	55	74	129
<b>Kaikki</b>	<b>119</b>	<b>167</b>	<b>286</b>

Nykyisen asuinpaikan osalta kirjastolaisista 23,5% asui Espoossa, 46,2% Helsingissä, 0,8% Kauniaisissa, 23,5% Vantaalla ja 5,9% jossain muualla. Asiakkailta suhteet olivat 34,1%, 54,5%, 0%, 8,4% ja 3,0%. Vantaan painottuminen kirjastolaisissa selittyy edelleen tutkijan tunnettuudella työpaikassaan Vantaan kaupunginkirjastossa. Helsingiläisiä ja Espoolaisia vastaajia on asiakkaiden ja kirjastolaisten ryhmissä samassa suhteessa. Joku muu –valinnan osuus on asiakkaisissa pienempi, koska pääkaupunkiseudun paikallisyhdistystoiminnassa mukana olevat vastaajat luonnollisesti asuvat pääkaupunkiseudulla. Jakauma noudattaa pitkälti pääkaupunkiseudun kuntien väkilukua (Tilastokeskus b). Vertailtaessa kirjastolaisten työssäkäyntialueita ja asuinalueita huomataan, että yllättävän moni Espoossa ja Vantaalla työskentelevistä kirjastolaisista asuu Helsingissä. (Kuvio 17; taulukko 17.)

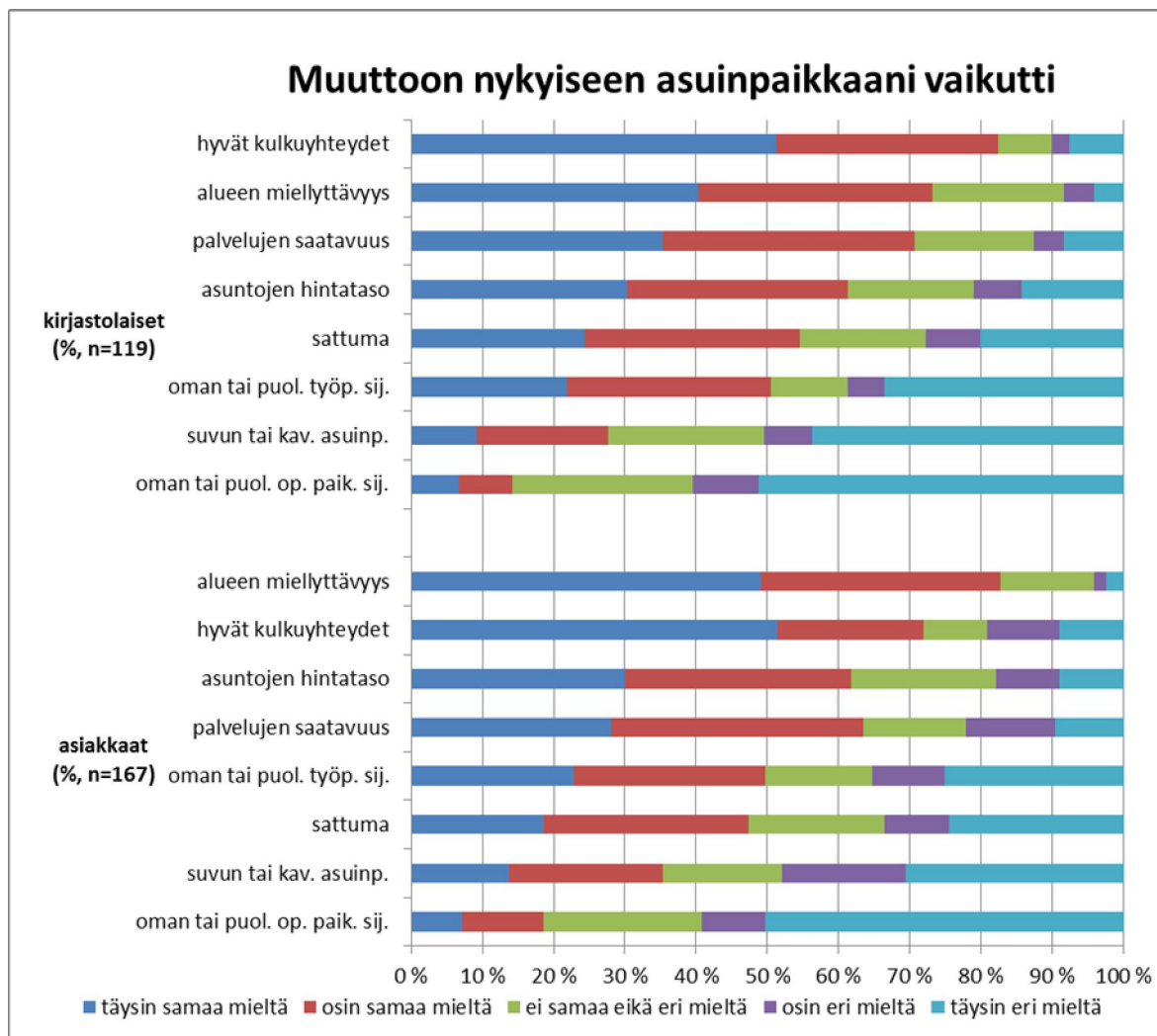


Kuvio 17. Yleisimmät nykyiset asuinpaikkakunnat

Taulukko 17. Yleisimmät nykyiset asuinpaikkakunnat

Asuinpaikkakunta / Lukumäärät	kirjastolaiset asiakkaat kaikki		
Espoo	28	57	85
Helsinki	55	91	146
Kauniainen	1	0	1
Vantaa	28	14	42
Muu	7	5	12
Kaikki	119	167	286

Muuttoon nykyiseen asuinpaikkaan oli vaikuttanut erityisesti alueen miellyttävyys ja hyvät kulkuyhteydet. Tärkeitä olivat myös asuntojen hintataso ja palveluiden saatavuus. Oman tai puolison työpaikan sijainti oli melko merkittävä tekijä, mutta ilmeisesti vastaajien ikäjakaumasta johtuen oman tai puolison opiskelupaikan sijainti ei noussut tärkeäksi tekijäksi. Vähämerkityksellisenä tekijänä pidettiin myös suvun tai kavereiden asuinpaikkoja –sattuma oli huomattavasti merkityksellisempi tekijä. Asiakkaiden ja kirjastolaisten mielipiteet olivat hyvin lähellä toisiaan. Suvun tai kavereiden asuinpaikat olivat tilastollisesti melkein merkitsevästi (khiin neliö 11,90;  $df = 4$ ;  $p = 0,018$ ) tärkeämpi muuttoon vaikuttanut tekijä asiakkaille. Muita tilastollisia eroja ei ryhmien vastuksista löytynyt. (Kuvio 18; taulukko 18.)



Kuvio 18. Nykyiseen asuinpaikkaan muuttoon vaikuttaneet tekijät

Taulukko 18. Nykyiseen asuinpaikkaan muuttoon vaikuttaneet tekijät

	kirjastolaiset			asiakkaat			kaikki		
	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n
alueen miellyttävyys oman tai puol. op. paik. sij.	2,0	1,1	119	1,7	0,9	167	1,8	1,0	286
oman tai puol. työp. sij.	3,9	1,3	119	3,8	1,3	167	3,9	1,3	286
asuntojen hintataso	3,0	1,6	119	2,9	1,5	167	2,9	1,5	286
hyvät kulkuyhteydet	2,4	1,4	119	2,4	1,2	167	2,4	1,3	286
palvelujen saatavuus	1,8	1,2	119	2,0	1,4	167	2,0	1,3	286
suvun tai kav. asuinp.	2,2	1,2	119	2,4	1,3	167	2,3	1,3	286
sattuma	3,6	1,4	119	3,3	1,4	167	3,4	1,4	286
oman tai puol. op. paik. sij.	2,7	1,4	119	2,9	1,5	167	2,8	1,5	286

Muut vaikuttaneet vapaana tekstinä syötetyt tekijät liittyivät usein sopivan asunnon löytymiseen. Sopiva merkitsi esim. tarjottua vuokra-asuntoa, hinta-laatu-suhteeltaan järkevää hankintaa tai omaa valmistunutta taloa. Vastauksissa toistui merkittävänä tekijänä

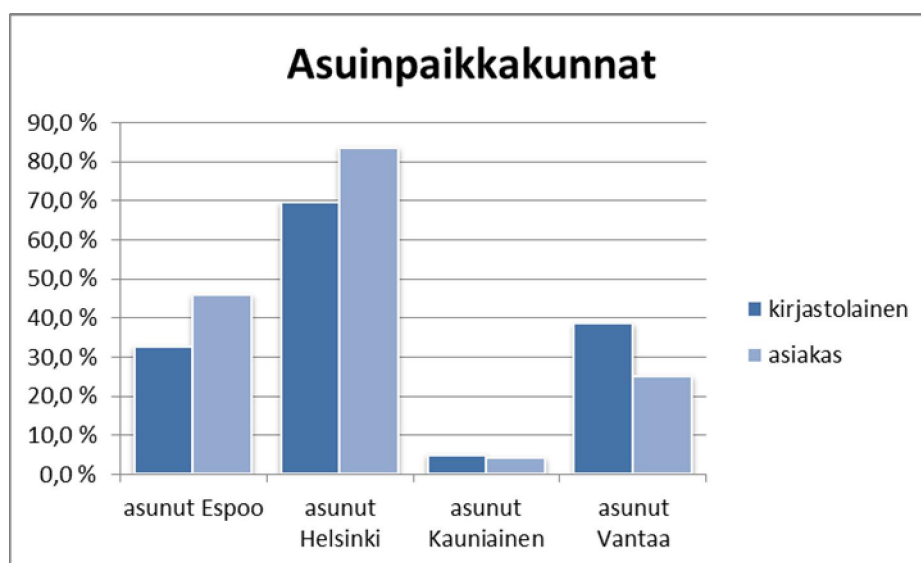
myös lasten koulujen sijainti. Myös palvelut sekä alueen tuttuus ja toisaalta muutoksen halu mainittiin useasti.

Vastaajien asuinpaikkakuntien selvittämisessä hyödynnettiin Webropolin Text Mining –toiminnallisuutta, joka etsii avoimista tekstivastauksista toistuvia merkkijonoja. Asiakaiden osalta merkille pantavaa on Helsingin Pitäjänmäen ja Espoon Karhusuon suuri edustus, mikä kertoo näiden kaupunginosien paikallisyhdistysihmisten vastausaktiivisuudesta. Asiakasvastaajien asuinpaikkana Espoo on yleisesti ottaen suosittu. Kirjastolaisten osalta mikään yksittäinen pääkaupunkiseudun paikka ei dominoi, mutta Vantaan kaupunginosat ovat yleisesti hyvin edustettuina, samoin kuin Kallio ja Käpylä Helsingistä. (Taulukko 19.)

Taulukko 19. Nykyiset asuinpaikkakunnat

asiakkaat		kirjastolaiset	
nyk. asuinpaikkakunta		nyk. asuinpaikkakunta	
Pitäjänmäki	19	Kallio	6
Karhusuo	13	Tikkurila	5
Leppävaara	6	Myyrmäki	3
Nupuri	6	Käpylä	3
Kaitaa	4	Matinkylä	3
Herttoniemi	4	Hakunila	3

Nykyisen asuinpaikkakunnan ja kaupunginosan lisäksi vastaajia pyydettiin kertomaan missä kaupungeissa ja kaupunginosissa he ovat aiemmin asuneet (kuvio 19; taulukko 20).



Kuvio 19. Asuinpaikkakunnat

Taulukko 20. Asuinpaikkakunnat

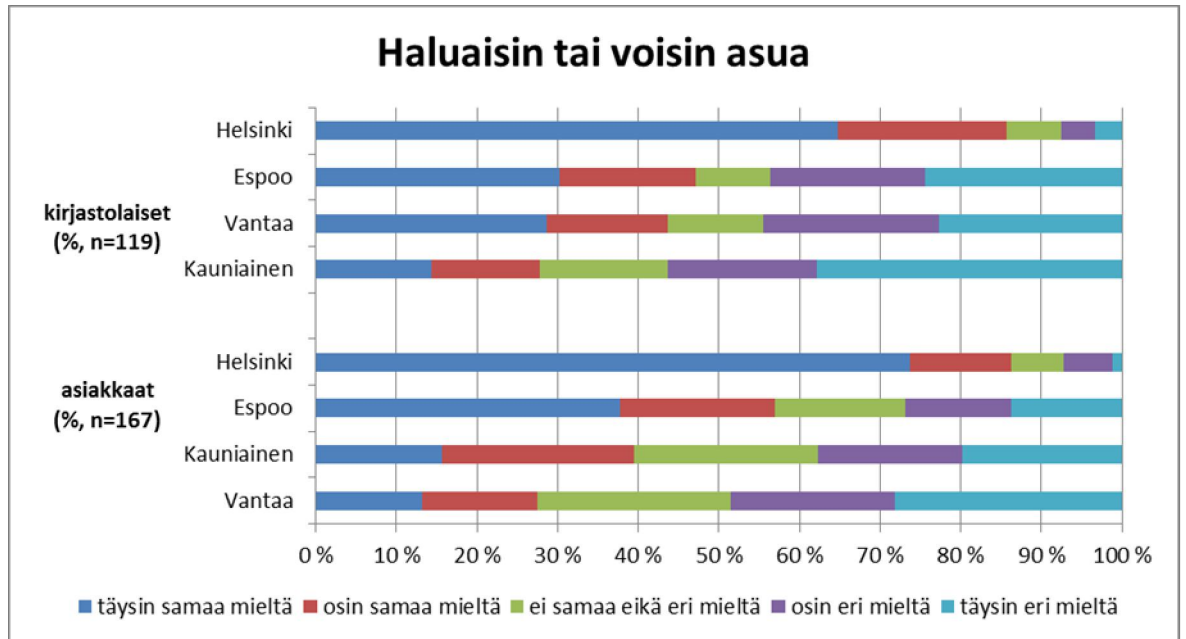
	kirjastolaiset		asiakkaat		kaikki	
	Lukumäärä	% ryhmästä (n=119)	Lukumäärä	% ryhmästä (n=167)	Lukumäärä	% otoksesta (n=286)
asunut Espoo	39	32,8 %	77	46,1 %	116	40,6 %
asunut Helsinki	83	69,7 %	140	83,8 %	223	78,0 %
asunut Kauniainen	6	5,0 %	7	4,2 %	13	4,5 %
asunut Vantaa	46	38,7 %	42	25,1 %	88	30,8 %

Vastaajien aiempien asuinpaikkakuntien laskemisessa hyödynnettiin jälleen Text Miningia. Edelliset asuinpaikkakunnat viitoittivat tuloksia Espoon ja Helsingin korostuessa asiakkailta ja Vantaan kirjastolaisilta. Entisinä asuinpaikkakuntina yleisimpiä olivat asiakkaiden osalta Töölö ja Kallio selkeällä marginaalilla Pitäjänmäkeen. Suosituttuja olivat myös Vuosaari, Otaniemi, Käpylä ja Lauttasaari. Kirjastolaiset olivat yhtä lailla asuneet Kalliossa ja Töölössä, mutta lähes yhtä suosittuja olivat Martinlaakso, Punavuori, Lauttasaari ja Tikkurila. (Taulukko 21.)

Taulukko 21. Asuinpaikkakunnat

asiakkaat		kirjastolaiset	
asuinpaikkakunnat		asuinpaikkakunnat	
Töölö	30	Kallio	14
Kallio	27	Töölö	10
Pitäjänmäki	16	Martinlaakso	9
Vuosaari	12	Punavuori	8
Otaniemi	11	Lauttasaari	8
Käpylä	11	Tikkurila	7
Lauttasaari	11		

Vastaajilta kysyttiin myös missä he haluaisivat tai voisivat asua. Helsinki oli ylivoimaisesti mieluisin asuinpaikka sekä kirjastolaisille että asiakkaille. Espoo oli enemmän asiakkaiden mieleen kirjastolaisten mielipiteiden jakautuessa, ryhmien ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä (khiin neliö 9,80; df = 4; p = 0,044). Kauniainen osalta asiakkailta ei ollut selkeää linjaa, mutta kirjastolaiset painottuivat asumista vastaan, ryhmien eron ollessa tilastollisesti merkitsevä (khiin neliö 13,92; df = 4; p = 0,008). Vantaa jakoi kirjastolaisten mielipiteet, mutta asiakkaiden osalta painotus oli asumista vastaan, ryhmien eron ollessa tilastollisesti merkitsevä (khiin neliö 14,78; df = 4; p = 0,005). (Kuvio 20; taulukko 22.)



Kuvio 20. Haluaisin tai voisin asua

Taulukko 22. Haluaisin tai voisin asua

	kirjastolaiset			asiakkaat			kaikki		
	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n
Espoo	2,9	1,6	119	2,5	1,5	167	2,6	1,5	286
Helsinki	1,6	1,0	119	1,5	0,9	167	1,5	1,0	286
Kauniainen	3,5	1,5	119	3,0	1,4	167	3,2	1,4	286
Vantaa	2,9	1,6	119	3,4	1,4	167	3,2	1,5	286

Viimeinen asuinpaikkoihin liittyvä Text Mining –tilasto koski suosikkikaupunginosia (taulukko 23).

Taulukko 23. Suosikkikaupunginosat

asiakkaat suosikkikaupunginosat		kirjastolaiset suosikkikaupunginosat	
Tapiola	40	Tapiola	31
Leppävaara	23	Leppävaara	19
Karhusuo	13	Haukilahti	8
Nuukio	8	Westend	5
Haukilahti	7	Lintuvaara	4
Nupuri	7	Kivenlahti	4
Töölö	28	Kallio	28
Käpylä	23	Käpylä	20
Kallio	21	Töölö	19
Keskusta	17	Vallila	13
Kruununhaka	17	Lauttasaari	13
Pitäjänmäki	14	Keskusta	11
Vallila	14	Kruununhaka	16
Tikkurila	23	Tikkurila	22
Myyrmäki	14	Myyrmäki	7
Kartanonkoski	10	Korso	6
Martinlaakso	7	Hiekkaharju	5
Pähkinärinne	4	Kartanonkoski	4
		Martinlaakso	4

Suosikkikaupunginosia koskevassa kysymyksessä merkille pantavaa oli, että Vantaan ja jossain määrin myös Espoon osalta suosituksi kaupunginosaksi nousi ”Tunne”, joka kuitenkin poistettiin tulosjoukosta, koska lause ”En tunne Vantaata/Espoota juuri lainkaan” oli yleinen vastaus. Jonkinmoinen otanta suosikkikaupunginosista kuitenkin saatiin myös Vantaan ja Espoon osalta, yleisesti tunnettujen tai arvostettujen kaupunginosien dominoidessa. (Taulukko 23.)

Asiakkaiden suosiossa Espoosta ovat Tapiola, Leppävaara ja jälleen paikallisaktiivien avustuksella Karhusuo. Suosittuja olivat myös Nuukio, Haukilahti ja Nupuri. Kirjastolaisten suosikkeja olivat puolestaan kirjastokaupunginosat Tapiola, Leppävaara ja Haukilahti. Suosiossa olivat myös Westend, Lintuvaara ja Kivenlahti. (Taulukko 23.)

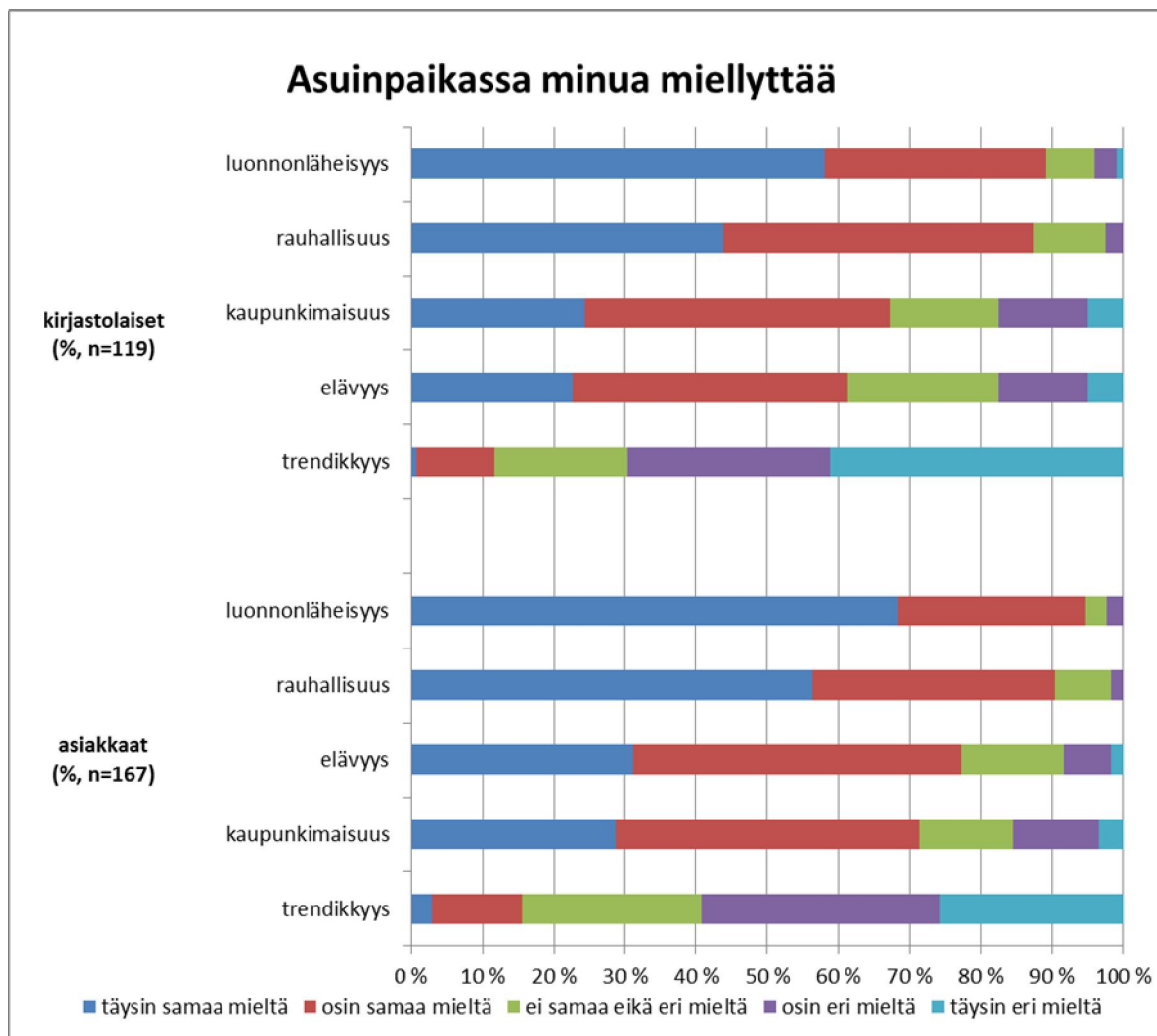
Helsingissä asiakkaiden top kolme oli Töölö, Käpylä ja Kallio. Keskusta, Kruununhaka, Pitäjänmäki, kiitos Pitäjänmäkiseurauksen aktiivisuuden, ja Vallila olivat myös suosittuja. Kirjastolaisten top kolme oli samanlainen mutta järjestys toinen: Kallio, Käpylä ja Töölö, näiden perässä Vallila, Lauttasaari, Keskusta ja Kruununhaka. (Taulukko 23.)

Vantaalta asiakkaat ja kirjastolaiset pitivät eniten Tikkurilasta ja Myyrmäestä. Asiakkailla Kartanonkoski, Martinlaakso sekä Pähkinärinne ja kirjastolaisilla Korso, Hiekkaharju, Kartanonkoski sekä Martinlaakso olivat myös suosiossa. (Taulukko 23.)

Eri kaupunkien kolme suosituinta kaupunginosaa olivat asiakkailla ja kirjastolaisilla lähes identtiset. Vaikuttaisi, että jos vastaajat ovat asuneet tietyssä kaupunginosassa, saa se tuttuuden vuoksi lisää suosiota. Toisaalta, jos asumiskokemusta tietystä kaupungista ei ole, on suosikkikaupunginoksi saatettu nimetä kaupungin suurimpia tai tunnetuimpia kaupunginosia. Helsingissä Töölö ja Kallio ovat entisinä asuinpaikkoina saaneet selkeästi lisää kannatusta. Jossain määrin tähän samaan joukkoon kuuluu myös Käpylä, joka oli asiakkaiden suosiossa erityisesti entisenä asuinpaikkana. (Taulukko 23.)

Pidettyjen kaupunginosien voidaan nähdä edustavan miellyttäviä asuinpaikkoja, joiden ominaisuuksina korostuivat selkeimmin kirjastolaisilla ja asiakkailla luonnonläheisyys ja rauhallisuus. Näistä rauhallisuus oli asiakkaille vielä tärkeämpää kuin kirjastolaisille. Maltillisempaa kannatusta saivat kummaltakin ryhmältä myös kaupunkimaisuus ja erityisesti asiakkailta elävyys. Trendikkyys sen sijaan ei miellyttänyt, vaan sai kirjastolaisilta täystyrmäyksen, asiakkaiden suhtautuessa ominaisuuteen hieman neutraalimmin. Ryhmien välillä ei juuri esiintynyt eroja: mitatuista tekijöistä ainoastaan elävyyden osalta oli todettavissa ryhmien kesken tilastollisesti melkein merkitsevä ero (khiin neliö 9,57;  $df = 4$ ;  $p = 0,048$ ). (Kuvio 21; taulukko 24.)



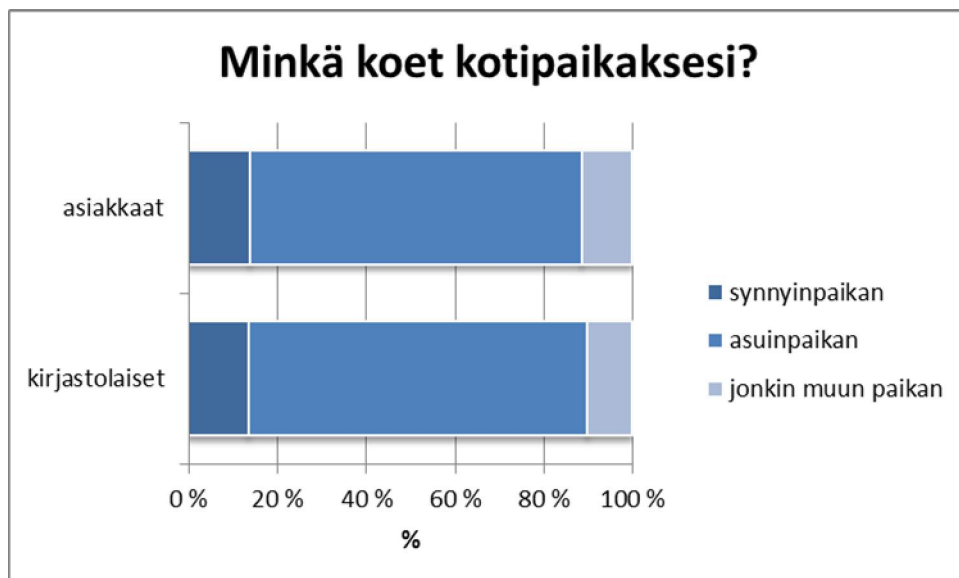


Kuvio 21. Asuinpaikassa minua miellyttää

Taulukko 24. Asuinpaikassa minua miellyttää

	kirjastolaiset			asiakkaat			kaikki		
	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n	Keski-arvo	Keski-hajonta	n
luonto	1,6	0,8	119	1,4	0,7	167	1,5	0,7	286
kaupunkimaisuus	2,3	1,1	119	2,2	1,1	167	2,2	1,1	286
trendikkyyttä	4,0	1,1	119	3,7	1,1	167	3,8	1,1	286
rauhallisuus	1,7	0,7	119	1,6	0,7	167	1,6	0,7	286
elävyys	2,4	1,1	119	2,0	0,9	167	2,2	1,0	286

Kysymyksessä koetusta kotipaikasta kirjastolaisten ja asiakkaiden vastaukset olivat ja-kaumiltaan lähes identtiset. Vastaajista 75,5% kokee kotipaikakseen nykyisen asuinpaikkansa. 13,5% pitää synnyinpaikkaa kotipaikkanaan ja 10,8% kokee jonkin muun paikan kotipaikakseen. (Kuvio 22; taulukko 25.)



Kuvio 22. Minkä koet kotipaikaksesi?

Taulukko 25. Minkä koet kotipaikaksesi?

	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
synnyinpaikan	16	23	39
asuinpaikan	91	125	216
jonkin muun paikan	12	19	31
kaikki	119	167	286

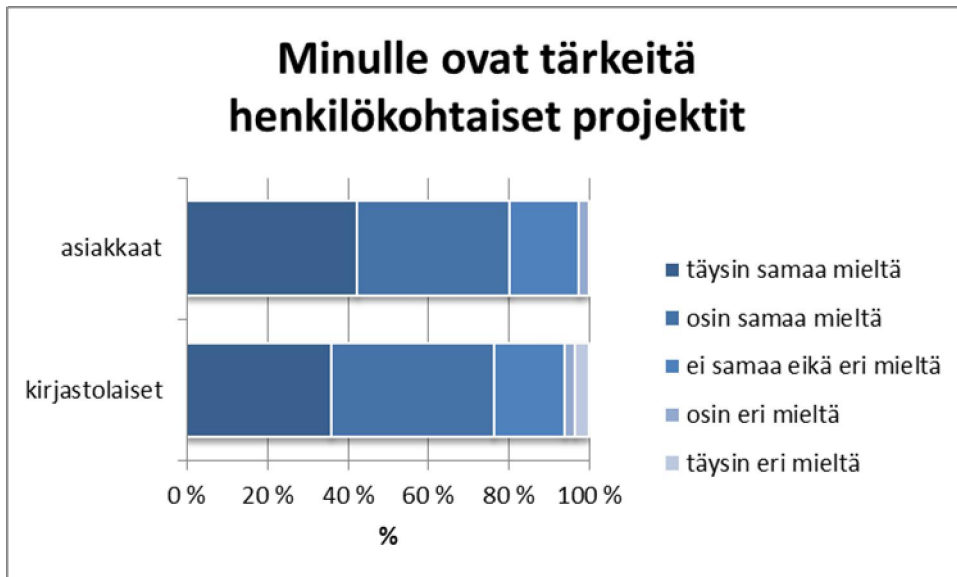
Kolmanteen vaihtoehtoon liittyneissä vapaissa vastauksissa monet kertoivat kokevansa synnyin- ja asuinpaikkansa yhtä lailla kotipaikakseen. Jotkut pitivät kotipaikkanaan joltain aiempaa asuinpaikkaa, suvun synnyinseutua tai omaa kesäpaikkaa. Kotipaikka saatiin myös kokea laajemmaksi kuten *maailma*, toisaalta se saattoi olla hyvinkin tarkkarajainen pääkaupunkiseudun paikka kuten *Lauttasaari* tai jopa *uimastadion*.

### 5.3.3 Henkilökohtaiset projektit, yhteisöllisyys ja paikallisuus

Kysymyksellä henkilökohtaisten projektien ja yhteisöllisyyden tärkeydestä yritettiin asemoida vastaajien asenteita suhteessa teoriataustan paikallisidentiteettikäsityksiin. Tilastollisesti merkitsevää eroa ryhmien vastauksissa ei tässä kysymyksessä ollut, mutta voidaan sanoa, että asiakkaat liputtivat rohkeammin sekä henkilökohtaisten projektien, että yhteisöllisyyden puolesta. Kirjastolaisten suhtautuminen kysytyjen asioiden tärkeyteen oli hieman maltillisempaa ja jonkin verran vastustustakin esiintyi. (Kuvio 23; taulukko 26; kuvio 24; taulukko 28.)

Henkilökohtaisten projektien- ja yhteisöllisyyden tärkeyden välillä oli tilastollisesti erittäin merkittävä 19% korrelaatio ( $r=0,19$ ,  $p=0,001$ ), joka ei ylittäisi tässä tutkimuksessa päätettyä tarkastelurajaa, mutta jota voidaan suhteessa teoriaan pitää mielenkiintoisena. Merkillä pantavaa on lisäksi, että yhteys paikallisuuden tärkeyden kanssa ei ollut läheskään yhtä merkitsevä ( $r=0,12$ ,  $p=0,04$ ). Jos tarkastellaan henkilökohtaisten projektien ja yhteisöllisyyden tärkeyden yhteyttä pelkästään paikallisyhdistyksiin kuuluvien asiakkaiden joukossa, huomataan p-arvon luonnollisesta tippumisesta huolimatta selvä merkitsevä yhteys ( $r=0,27$ ,  $p=0,01$ ), yhteyden paikallisuuden tärkeyteen ollessa merkityksetön ( $r=0,13$ ,  $p=0,18$ ).

Vastausten negatiivinen ääripää on sillä tapaa mielenkiintoinen, että osin eri mielisiä on projektien ja yhteisöllisyyden tärkeyden suhteen kappalemääräisesti yhtä paljon kirjastolaisissa ja asiakkaissa. Täysvastustusta sen sijaan esiintyy lähes yksinomaan kirjastolaisissa ja erityisesti suhteessa henkilökohtaisiin projekteihin. Toisaalta yhteisöllisyyden suhteen osin eri mielisiä oli kummassakin ryhmässä merkittävä osuus. (Kuvio 23; taulukko 26; kuvio 24; taulukko 28.)



Kuvio 23. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit

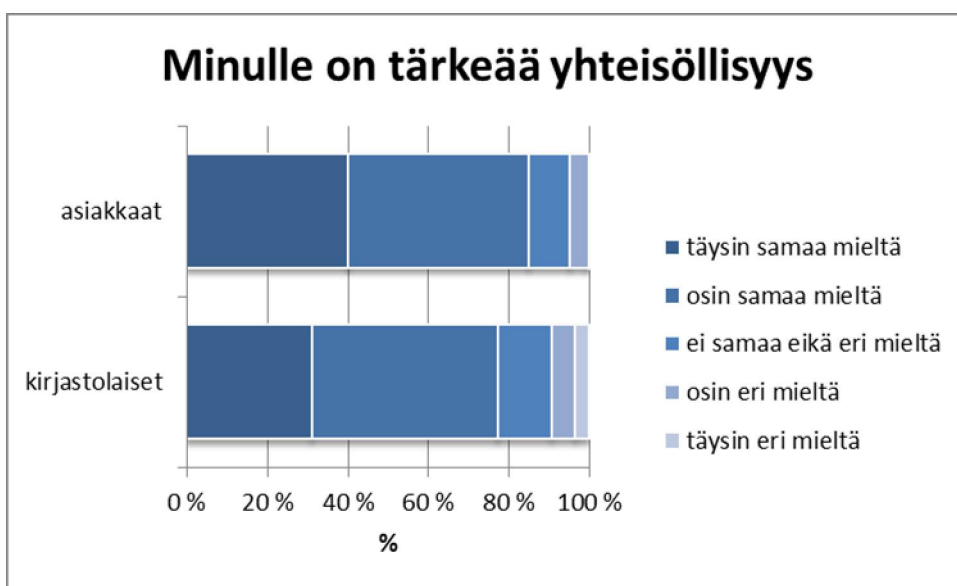
Taulukko 26. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit

	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
täysin samaa mieltä	43	71	114
osin samaa mieltä	48	63	111
ei samaa eikä eri mieltä	21	29	50
osin eri mieltä	3	4	7
täysin eri mieltä	4	0	4
kaikki	119	167	286

Henkilökohtaisten projektien tärkeys korreloi sen kanssa pitkö Tarinoiden Helsinki – palvelua houkuttelevana (taulukko 27).

Taulukko 27. Minulle ovat tärkeitä henkilökohtaiset projektit – korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
68. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki -palveluun ja mielestäni: palvelu on houkutteleva	0,32	0	0,32



Kuvio 24. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys

Taulukko 28. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys

	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
täysin samaa mieltä	37	67	104
osin samaa mieltä	55	75	130
ei samaa eikä eri mieltä	16	17	33
osin eri mieltä	7	7	14
täysin eri mieltä	4	1	5
kaikki	119	167	286

Yhteisöllisyyden tärkeydellä oli paljon erittäin merkittäviä korrelaatioita. Merkittävin, paikallisuuden tärkeys, viittaa teoriataustaa tukien siihen, että yhteisöllisyydellä ja paikallisuudella on vahva side. Myös paikallisuuteen liittyvän aineiston jakaminen ja selaus ystävien kanssa ryhmässä kirjastotilassa tai kotona sekä asuinpaikan elävyys kertovat mahdollisesti tässä kontekstissa paikallisuuden ja aidon yhteisöllisyyden liitosta. (Taulukko 29.)

Yhteisölliset ihmiset olivat kiinnostuneet asuinpaikansa liittyvästä sisällöstä ja paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa heitä kiinnostavat sisältöinä sekä äänikertomukset että musiikki. Kannatusta saivat lisäksi kulttuuripolut ja myös yleisesti vähän kiinnostaneet geokätkentäkoordinaatit olivat yhteisöllisten suosiossa. (Taulukko 29.)

Taulukko 29. Minulle on tärkeää yhteisöllisyys – korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
39. Paikallisuus on minulle tärkeää	0,33	0	0,33
64. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa: ystävien kanssa ryhmässä kirjastossa	0,32	0	0,32
27. Asuinpaikassa minua miellyttää: elävyys	0,32	0	0,32
55. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kuunneltavat äänikertomukset	0,29	0	0,29
53. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: musiikki	0,27	0	0,27
49. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kulttuuripolut	0,26	0	0,26
63. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa: ystävien kanssa kotona	0,25	0	0,25
41. Olen kiinnostunut: asuinpaikansa liittyvästä sisällöstä	0,25	0	0,25
48. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: geokätkentäkoordinaatit	0,25	0	0,25

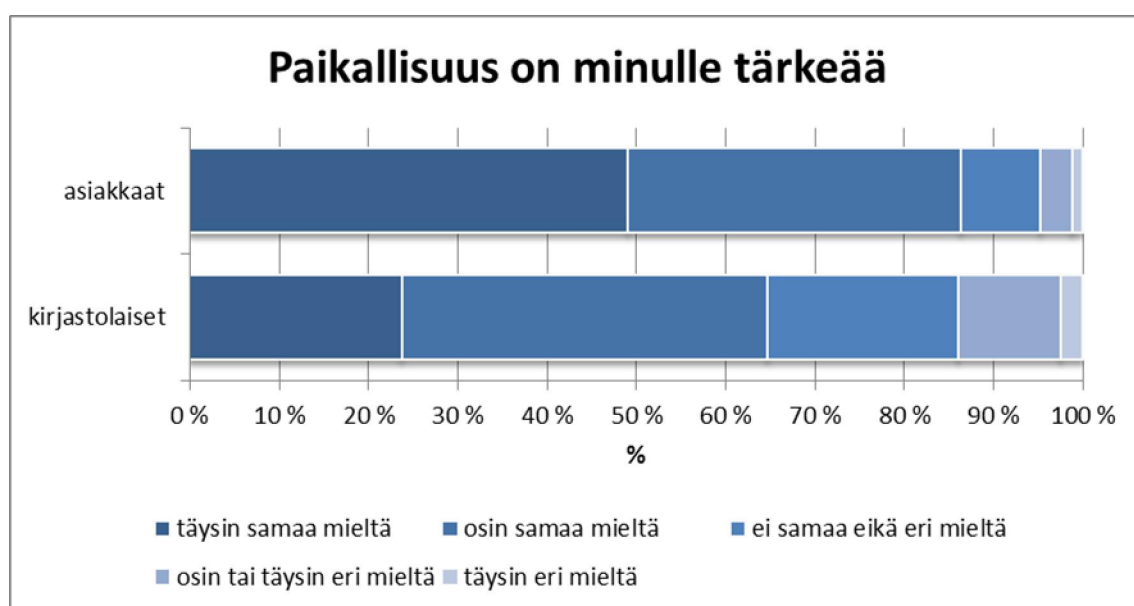
Asiakkaiden vastaukset kysymykseen siitä, mitä paikallisuus heille merkitsee, käsiteltiin jälleen Text Miningilla toistuvien tekijöiden selvittämiseksi. Asiakkailta *yhteisöllisyys* oli selvästi merkittävin paikallisuuden osatekijä. Tärkeinä pidettiin myös *ihmisiä, tuttuutta, läheisyyttä ja turvallisuutta*. (Taulukko 30.)

Kirjastolaisilla tärkeimmäksi tekijäksi nousivat *paikallispalvelut*, mikä ei yllätä, kun muistetaan pienten kirjastojen lopetusuhat. Hyväksi kakkoseksi nousi *minulle*, ensimmäinen sana lauseesta ”Minulle paikallisuus merkitsee...”, joka vastauksissa kertoo, että paikallisuus koettiin, ehkä kysymyksenasettelusta johtuen, hyvin subjektiiviseksi ja henkilökohtaiseksi asiaksi. Kuten yksi vastaaja kuvasi, ”paikallisuus on osa minua”. Tärkeiksi nousevat myös *koti, ympäristö ja turvallisuus*. Melko yleistä oli myös se, ettei paikallisuus merkinnyt yhtään *mitään*. (Taulukko 30.)

Taulukko 30. Mitä paikallisuus sinulle merkitsee?

asiakkaat		kirjastolaiset	
paik merk		paik merk	
Yhteisöllisyyttä	19	Minulle	6
Tuttuja	10	Palveluja	5
Ihmisiä	9	Kotia	5
Tuttuutta	9	Ympäristö	5
Lähellä	9	Mitään	5
Turvallisuutta	9	Turvallisuutta	4
		Palvelut	4

Kun vastaajat olivat selvittäneet mitä asioita paikallisuus heille merkitsee, pyydettiin heitä lisäksi arvioimaan sen tärkeys. Tässä kysymyksessä ryhmien välillä oli selvä, tilastollisesti erittäin merkitsevä ero (khiin neliö 26,64; df = 4; p = 0,000). Asiakkaista vain 12,6% suhtautui neutraalisti paikallisuuteen tai ei pitänyt sitä tärkeänä, kun vastaavasti kirjastolaisista näin ajatteli 33,5%. (Kuvio 25; taulukko 31.)



Kuvio 25. Paikallisuus on minulle tärkeää

Taulukko 31. Paikallisuus on minulle tärkeää

	Paikallisuus on minulle tärkeää / Lukumäärät		
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
täysin samaa mieltä	29	83	112
osin samaa mieltä	50	63	113
ei samaa eikä eri mieltä	26	15	41
osin tai täysin eri mieltä	14	6	15
täysin eri mieltä	3	2	5
kaikki	119	167	286

Khiin neliö 26,64; df = 4; p = ,000

Odotetut frekvenssit: pienin 2,1; alle 5 suuruisia 20,0 %

Korrelaatioista havaitaan, että paikallisuutta tärkeänä pitävä on kiinnostunut asuin-kaupunginosaansa ja asuin-kaupunkiinsa liittyvistä sisällöistä. Hänelle on tärkeää yhteisöllisyys ja asuinpaikassa häntä miellyttää elävyys, luonnonläheisyys sekä rauhallisuus. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa häntä kiinnostavat mikrohistoriat, käyttäjäkysymykset, kulttuuripolut, äänikertomukset sekä tietokirjallisuus ja historia. Paikallisuutta tärkeänä pitävissä korostuivat asiakkaat. Paikallisuutta tärkeänä pitävät olivat myös usein tutustuneet Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun ja pitivät sen saavutettavuutta hyvänä ja käyttöä helppona sekä nopeana. (Taulukko 32.)

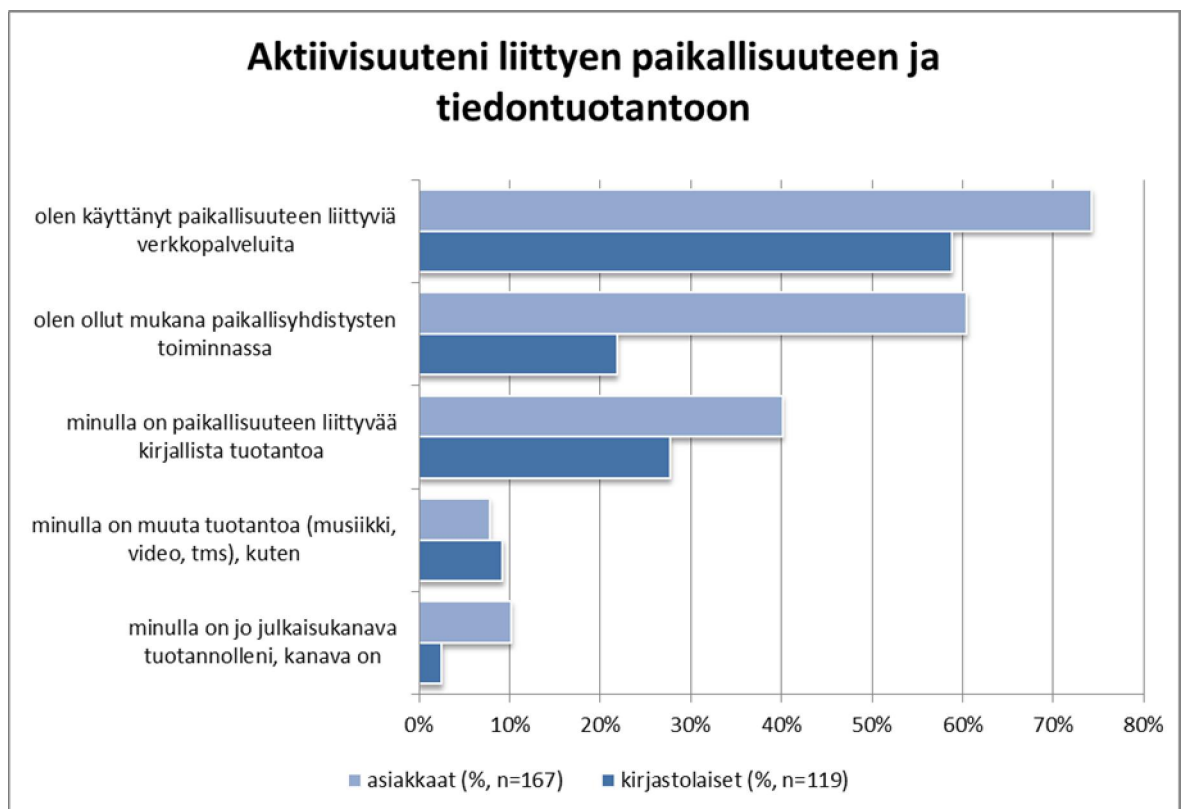
Taulukko 32. Paikallisuus on minulle tärkeää – korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
41. Olen kiinnostunut: asuin-kaupunginosaani liittyvistä sisällöistä	0,43	0	0,43
42. Olen kiinnostunut: asuin-kaupunkiini liittyvistä sisällöistä	0,36	0	0,36
22. Minulle on tärkeää: Yhteisöllisyys	0,33	0	0,33
56. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: käyttäjien omat tarinat, mikrohistoriat	0,32	0	0,32
27. Asuinpaikassa minua miellyttää: elävyys	0,32	0	0,32
57. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: vastaukset käyttäjien esittämiin paikkaan liittyviin kysymyksiin	0,3	0	0,3
49. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kulttuuripolut	0,3	0	0,3
6. Olen HelMet-kirjaston työntekijä	-0,29	0	-0,29
55. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: kuunneltavat äänikertomukset	0,27	0	0,27
67. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki -palveluun ja mielestäni palvelun saavutettavuus on hyvä ja sen käyttö on helppoa sekä nopeaa	0,26	0,01	0,26

Kysymys	R	P-arvo	
23. Asuinpaikassa minua miellyttää: luonnonläheisyys	0,25	0	0,25
26. Asuinpaikassa minua miellyttää: rauhallisuus	0,25	0	0,25
45. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: tietokirjallisuus ja historia	0,25	0	0,25

### 5.3.4 Paikallisuus ja verkkopalvelut

Kyselyn paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden osuus aloitettiin kysymyksellä aktiivisuudesta paikallistoimintaan ja tiedontuotantoon. Asiakkaat olivat luonnollisesti käyttäneet paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita ja osallistuneet paikallisyhdistysten toimintaan enemmän kuin kirjastolaiset. Paikallisuutta sivuavaa kirjallista tuotantoa oli myös kirjastolaisilla, joilla myös oli suhteessa enemmän muuta tuotantoa (musiikki, video, tms.) kuin asiakkailla. Harvalla vastaajalla oli julkaisukanava tuotannolle. (Kuvio 26; taulukko 33.)



Kuvio 26. Aktiivisuuteni liittyen paikallisuuteen ja tiedontuotantoon

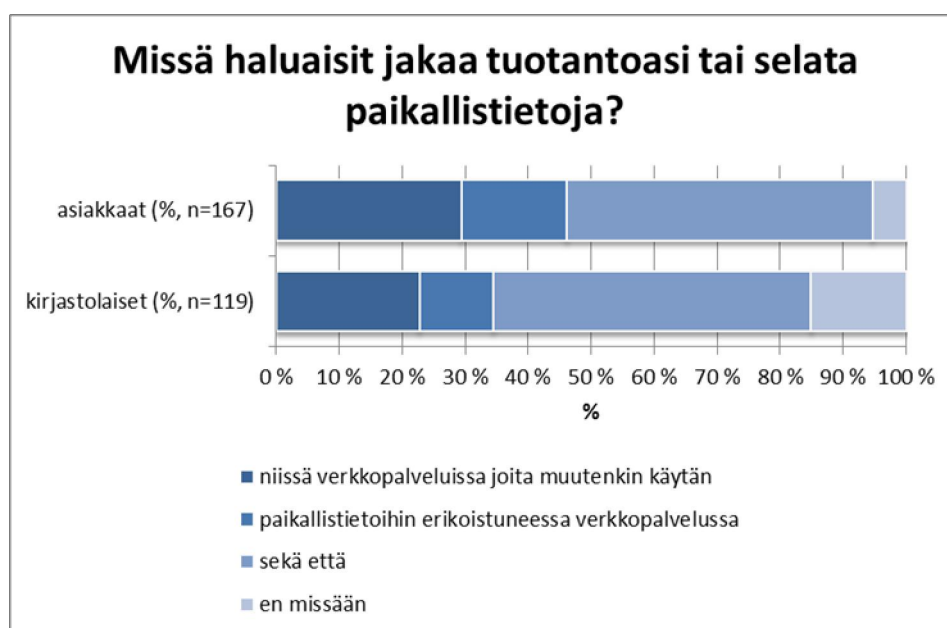


Taulukko 33. Aktiivisuuteni liittyen paikallisuuteen ja tiedontuotantoon

	kirjastolaiset		asiakkaat		kaikki	
	Luk.	% ryhmästä (n= 119)	Luk.	% ryhmästä (n= 167)	Luk.	% otoksesta (n= 286)
olen käyttänyt paik. liit. verkkopalveluita olen ollut mukana paik. yhd. toiminnassa	70	58,8 %	124	74,3 %	194	67,8 %
minulla on paik. liit. kirjallista tuotantoa	26	21,8 %	101	60,5 %	127	44,4 %
minulla on muuta tuotantoa, kuten	33	27,7 %	67	40,1 %	100	35,0 %
minulla on jo julk. kan. tuot., kan. on	11	9,2 %	13	7,8 %	24	8,4 %
minulla on jo julk. kan. tuot., kan. on	3	2,5 %	17	10,2 %	20	7,0 %

Vapaassa tekstissä muuksi tuotannoksi paljastui lähinnä musiikki ja valokuvat. Oman tuotannon julkaisukanaviksi mainittiin Facebook, blogit, yhdistysten ja paikallislehtien sivustot sekä työpaikan tarjoamat kanavat.

Vastajat halusivat jakaa tuotantoaan tai selaila paikallisuuteen liittyvää tietoa mieluiten sekä niissä verkkopalveluissa joita muutenkin käyttävät, että paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa. Jos vastaajien pitäisi valita näistä kahdesta vaihtoehdosta, he mieluiten käyttäisivät niitä verkkopalveluita, joita muutenkin käyttävät. Kirjastolaisten osalta ”en missään” –vaihtoehto ylitti suosiossa paikallisuuteen erikoistuneen verkkopalvelun. Ero ryhmien vastauksissa oli tilastollisesti melkein merkitsevä (khiin neliö 9,37; df = 3; p = 0,025). (Kuvio 27; taulukko 34.)



Kuvio 27. Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja?

Taulukko 34. Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja?

Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja? / Lukumäärät	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
	niissä verkkopalveluissa joita muutenkin käytän paikallistietoihin erikoistuneessa verkkopalvelussa	27	49
sekä että	14	28	42
en missään	60	81	141
kaikki	18	9	27
	119	167	286

Khiin neliö 9,37; df = 3; p = ,025

Odotetut frekvenssit: pienin 11,2; alle 5 suuruisia 0,0 %

Vastaajilta kysyttiin myös, missä he mieluiten käyttäisivät paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita. Tämä kysymys oli tarkoitettu erityisesti senioreille, mikä näkyy vastausvaihtoehdoista. Kysymys viittasi myös kirjaston tarjoamaan apuun paikallisuuteen liittyvässä sisällöntuotannossa. Ylivoimaisesti mieluiten kirjastolaiset ja asiakkaat käyttäisivät ko. verkkopalveluita oma-aloitteisesti kotona. Asiakkaille kelpasi vastausvaihtoehtona myös ”omien lasten/lastenlasten kanssa kotona”. Ystävien kanssa kotona oli suurin piirtein yhtä suosittu vaihtoehto kummassakin ryhmässä. (Kuvio 28; taulukko 35.)

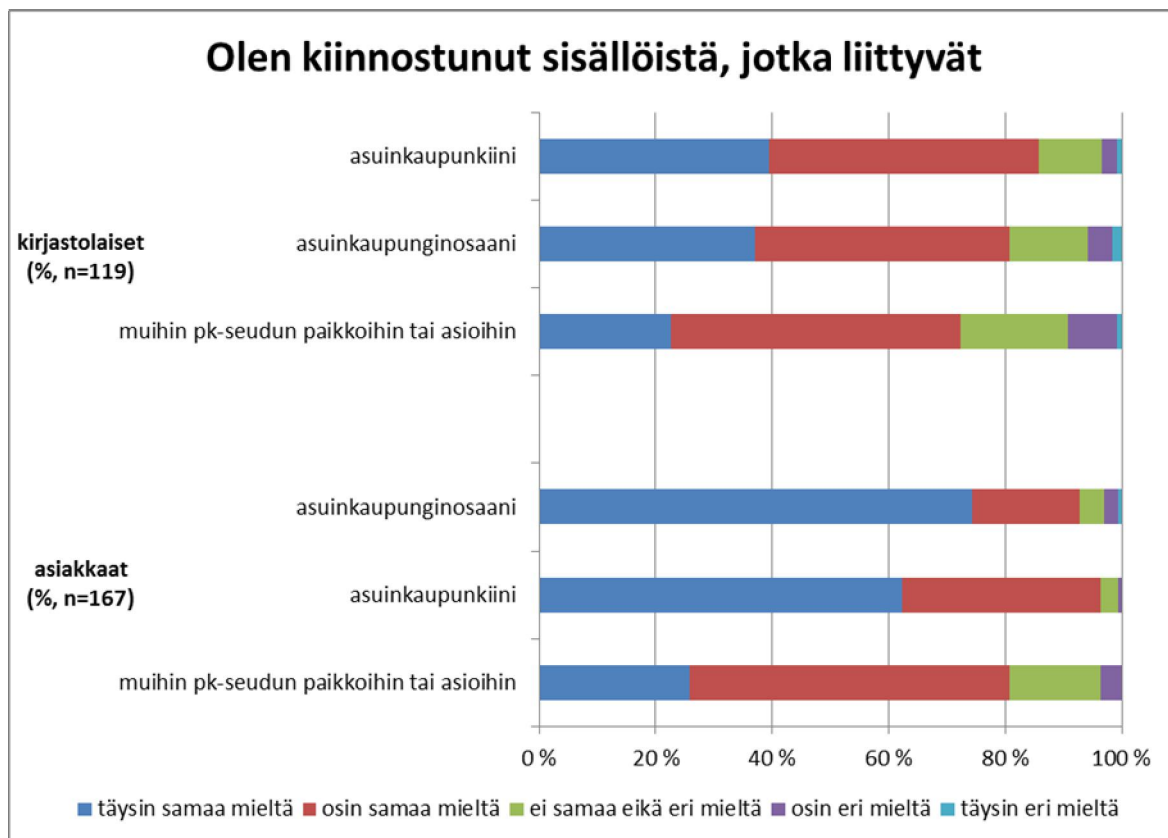


Kuvio 28. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa

Taulukko 35. Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa

Haluaisin jakaa tuotantoani / Keskiarvot			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
oma-aloitteisesti kotona	1,8	1,6	1,7
omien lasten/lastenlasten kanssa kotona	2,7	2,4	2,5
ystävien kanssa kotona	2,7	2,5	2,6
asiantuntijan kanssa kirjastossa	3,1	3,0	3,1
ystävien kanssa kirjastossa	3,4	3,2	3,3

Vastaajilta kysyttiin lisäksi, miten heidän kiinnostuksensa paikallisuuteen liittyviin sisältöihin jakautuu. Asiakkaat olivat selvästi kiinnostuneimpia asuinkaupunginosaansa liittyvistä sisällöistä ja vasta sen jälkeen asuinkaupunkiinsa liittyvistä sisällöistä. Kirjastolaiset puolestaan olivat hiukan kiinnostuneempia asuinkaupunkiinsa kuin asuinkaupunginosaansa liittyvistä sisällöistä. Muihin pääkaupunkiseudun paikkoihin tai asioihin liittyvä kiinnostus on melko samantasoista kirjastolaisilla ja asiakkailla. Merkille pantavaa on myös se, että täysin eri mielisiä on kummassakin ryhmässä hyvin vähän, yhteensä 4 kappaletta –paikkaan liittyvät sisällöt siis kiinnostavat. Ero kiinnostuksessa asuinkaupunginosaan liittyvistä sisällöistä oli tilastollisesti erittäin merkitsevä (khiin neliö 40,34;  $df = 3$ ;  $p = 0,000$ ). Tässä tapauksessa khiin neliö –testi pystyttiin suorittamaan yhdistämällä vähän vastauksia sisältäneet vastausluokat 4 ja 5 (osin ja täysin eri mieliset), jotka seuraavassa kuvaajassa kuitenkin yhtenäisyyden vuoksi esitetään omina luokkinaan. (Kuvio 29; taulukko 36.)



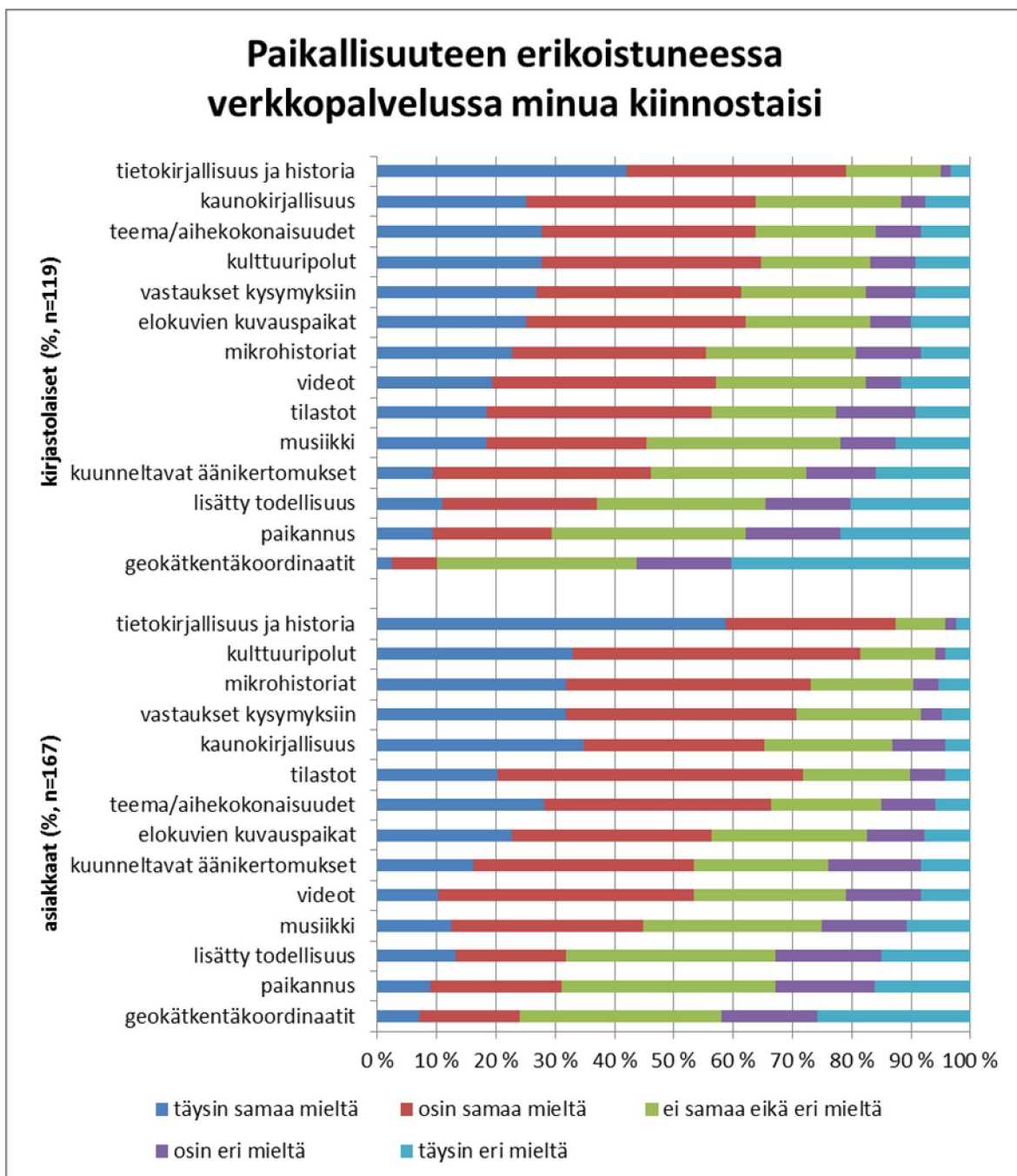
Kuvio 29. Olen kiinnostunut sisällöistä, jotka liittyvät

Taulukko 36. Olen kiinnostunut sisällöistä, jotka liittyvät

Olen kiinnostunut sisällöistä, jotka liittyvät / Keskiarvot	kirjastolaiset asiakkaat kaikki		
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
asuinkaupunginosaani	1,9	1,4	1,6
asuinkaupunkiini	1,8	1,4	1,6
muihin pk-seudun paikkoihin tai asioihin	2,2	2,0	2,0

Kyselyssä haluttiin selvittää, mitkä sisällöt vastaajia erityisesti kiinnostaisivat paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa. Ylivoimaisesti suosituin sisältötyyppi kummasakin ryhmässä oli tietokirjallisuus ja historia. Asiakkaiden erityisessä suosiossa olivat lisäksi kulttuuripolut, mikrohistoriat, vastaukset käyttäjien kysymyksiin ja kaunokirjallisuus. Kirjastolaiset puolestaan pitivät lisäksi kaunokirjallisuudesta, teema- tai aihekokonaisuuksista, kulttuuripoluista ja vastauksista käyttäjien kysymyksiin. Selvästi vähiten kirjastolaisten suosiossa olivat geokätkentäkoordinaatit, paikannus, lisätty todellisuus ja kuunneltavat äänikertomukset. Asiakkaitakaan eivät juuri kiinnostaneet geokätkentäkoordinaatit, paikannus tai lisätty todellisuus, mutta äänikertomuksilla oli heidän keskuudessaan hieman enemmän kannatusta. Tilastolliset melkein merkitsevät erot vertailuryhmien välillä koskivat tilastoja (khiin neliö 10,37;  $df = 4$ ;  $p = ,035$ ), geokätkentä-

koordinaatteja (khiin neliö 12,09; df = 4; p = ,017), kulttuuripolkuja (khiin neliö 12,66; df = 4; p = ,013) ja mikrohistoriaa (khiin neliö 10,90; df = 4; p = ,028). (Kuvio 30; taulukko 37.)



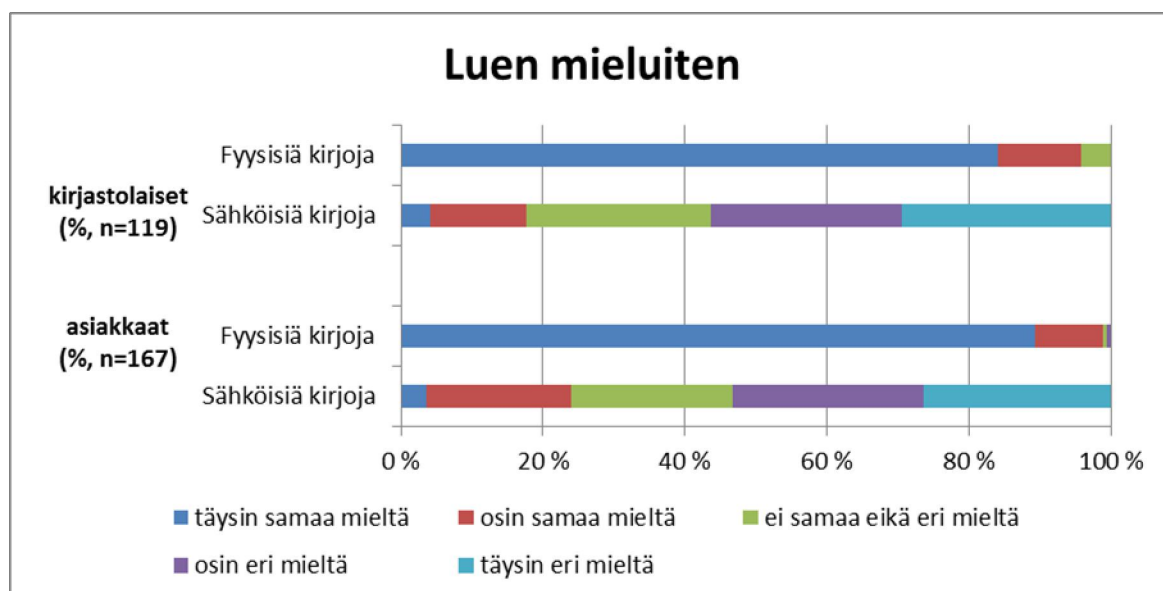
Kuvio 30. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi

Taulukko 37. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi

Keskiarvot	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
tieto ja hist	1,9	1,6	1,7
kulttuuripol	2,3	2,0	2,1
kys vast	2,4	2,1	2,2
kauno	2,3	2,2	2,2
mikrohist	2,5	2,1	2,3
teemakok	2,3	2,3	2,3
tilastot	2,6	2,2	2,4
elokuv paik	2,4	2,5	2,4
videot	2,5	2,7	2,6
äänikert	2,9	2,6	2,7
musiikki	2,7	2,8	2,8
qr-koodit	3,1	3,0	3,0
gps	3,2	3,1	3,1
geokätk	3,8	3,4	3,6

### 5.3.5 Sähköiset ja fyysiset aineistot

Vastaajien suhdetta sähköisiin kirjallisiin aineistoihin haluttiin selvittää kysymyksellä siitä, kuinka mieluisia heille ovat sähköiset aineistot verrattuna fyysisiin aineistoihin. Vastaajissa fyysiset kirjat saivat vankkumattoman kannatuksen sähköisten kirjojen jakaessa mielipiteet negatiiviselle kannalle. Vertailuryhmien välillä ei ollut merkitseviä eroja. (Kuvio 31; taulukko 38.)



Kuvio 31. Luen mieluiten

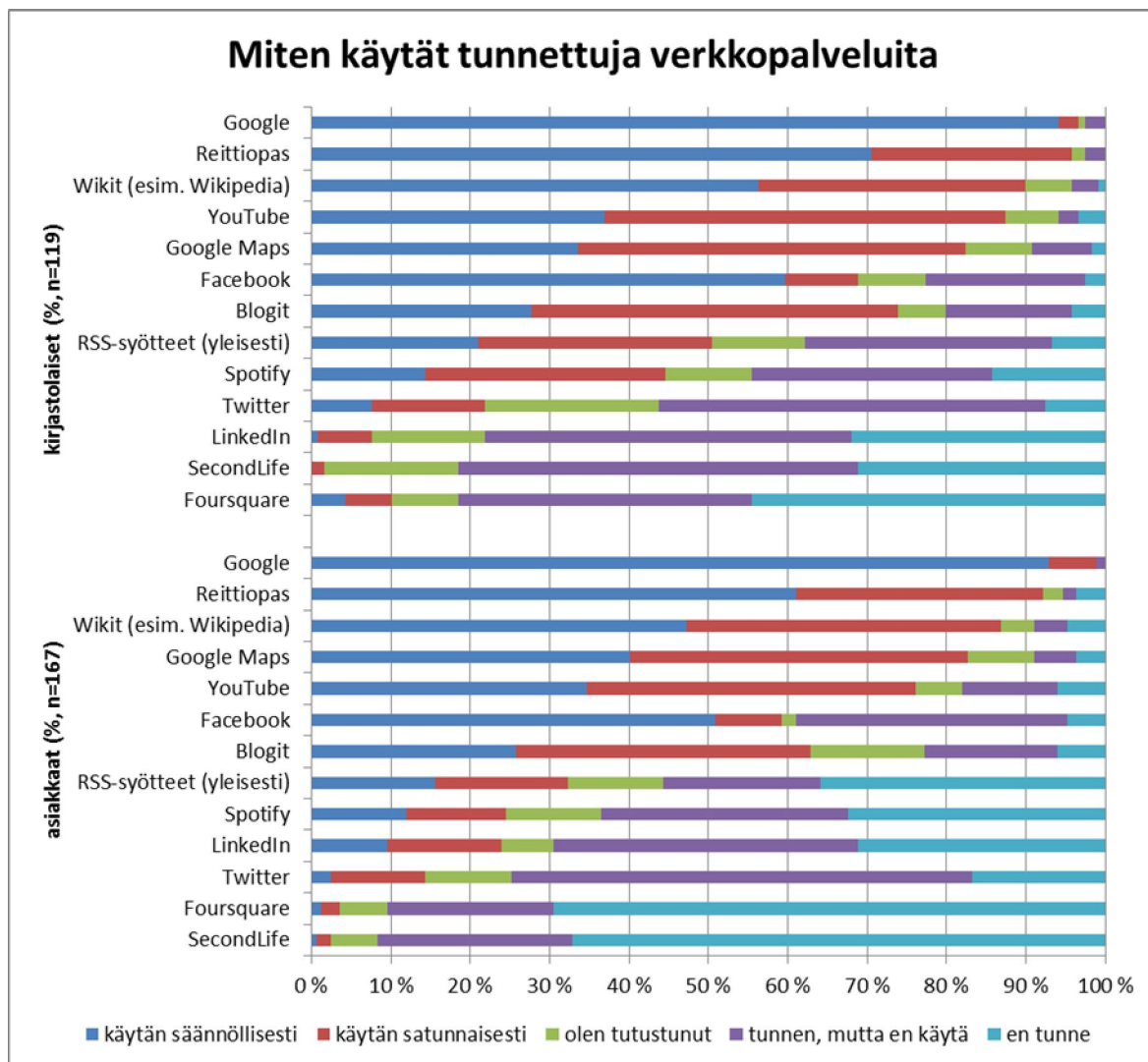
Taulukko 38. Luen mieluiten

Keskiarvot			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
fyysiset kirjat	1,2	1,1	1,2
sähköiset kirjat	3,6	3,5	3,6

### 5.3.6 Verkkopalvelut ja päätelaitteet

Vastaaajilta kysyttiin tunnettujen verkkopalveluiden käyttömääristä ja tunnettuudesta, jotta niitä voitaisiin vertailla paikallisuuteen erikoistuneiden verkkopalveluiden käyttöön. Kuvaaja on asiakkaiden ja kirjastolaisten osalta hyvin samanlainen sillä erolla, että kirjastolaiset ovat useammin tutustuneet myös sellaisiin verkkopalveluihin, joita eivät säännöllisesti käytä. Joitain erojakin oli. Tilastollisesti erittäin merkitseviä olivat Spotifyn (khiin neliö 20,38;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ) sekä RSS-syötteiden (khiin neliö 34,77;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ) suurempi suosio kirjastolaisten keskuudessa ja se, että LinkedInillä oli jonkin verran säännöllistä käyttöä asiakkaiden keskuudessa, mutta kirjastolaisissa ei juuri ollenkaan (khiin neliö 17,83;  $df = 4$ ;  $p = 0,001$ ). Lisäksi kirjastolaiset käyttivät Twitteriä merkitsevästi enemmän kuin asiakkaat (khiin neliö 15,57;  $df = 4$ ;  $p = 0,004$ ) ja YouTubea melkein merkitsevästi (khiin neliö 10,14;  $df = 4$ ;  $p = 0,038$ ). (Kuvio 32; taulukko 39.)

Omana huomionaan Facebookin säännöllisiä käyttäjiä on toki paljon, mutta etenkin asiakkaisissa on Facebookin osalta muihin kysytyihin palveluihin verrattuna suuri osuus niitä, jotka tuntevat palvelun, mutta eivät sitä käytä. Kirjastolaisissa tämä Facebookin ei-käyttäjien osuus on pienempi eron asiakkaisiin ollessa tilastollisesti merkitsevä (khiin neliö 13,43;  $df = 4$ ;  $p = 0,009$ ), mutta tässäkin ryhmässä on nähtävillä, että Facebookia ei juuri käytetä satunnaisesti – sitä käytetään säännöllisesti tai ei ollenkaan. (Kuvio 32; taulukko 39.)



Kuvio 32. Miten käytät tunnettuja verkkopalveluita?

Taulukko 39. Miten käytät tunnettuja verkkopalveluita?

	Keskiarvot		
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
Google	1,1	1,1	1,1
Reittiopas	1,4	1,6	1,5
wikit	1,6	1,8	1,7
Google Maps	1,9	1,9	1,9
YouTube	1,8	2,1	2,0
Facebook	2,0	2,3	2,2
blogit	2,2	2,4	2,3
rss	2,7	3,4	3,1
RSS-syötteet	3,0	3,6	3,3
Twitter	3,3	3,7	3,6
LinkedIn	4,0	3,7	3,8
Second Life	4,1	4,6	4,4
Foursquare	4,1	4,6	4,4



Verkkopalveluiden osalta haluttiin erityisesti tutkia, onko suosituimman yhteisöpalvelun, Facebookin käytöllä merkittäviä korrelaatioita yhteisöllisyyteen tai paikallisuuteen. Merkittäviä yhteyksiä havaittiin ainoastaan muiden, erityisesti sosiaalisen median, verkkopalveluiden käyttöön ja mobiilikäyttöön (kannettavan tietokoneen käyttö, paikannus, QR-koodit). Kuriositeettina Facebookin käyttö korreloi myös kirjastolaisten työpaikkakunnan kanssa. Paikkakunnat olivat aakkosjärjestyksessä Espoo, Helsinki, Kauniainen ja Vantaa, joten espoolaiset näyttäisivät olevan kirjastolaisista aktiivisimpia Facebookin käyttäjiä. (Taulukko 40.)

Taulukko 40. Facebookin käyttö – korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
80. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: YouTube	0,46	0	0,46
81. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Spotify	0,43	0	0,43
87. Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?: Kirjastojen Facebook-sivut	0,43	0	0,43
75. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Twitter	0,41	0	0,41
78. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Blogit	0,4	0	0,4
84. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: SecondLife	0,37	0	0,37
85. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Foursquare	0,35	0	0,35
76. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: LinkedIn	0,33	0	0,33
106. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla: kannettava	0,31	0	0,31
83. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: RSS-syötteet (yleisesti)	0,29	0	0,29
77. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Wikit (esim. Wikipedia)	0,27	0	0,27
79. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Google Maps	0,27	0	0,27
51. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: lisätty todellisuus (esim. tietoa kohteesta tarjoavat puhelimella luettavat viiva-koodit kaupungilla)	0,27	0	0,27
82. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Reittiopas	0,27	0	0,27
52. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: paikannus (vrt. GPS-paikannukseen perustuvat palvelut, kuten Foursquare)	0,26	0	0,26
7. Olen kirjaston työntekijä alueella	0,26	0	0,26
...			
21. Minulle on tärkeää: Henkilökohtaiset projektit	0,15	0,01	0,15
22. Minulle on tärkeää: Yhteisöllisyys	0,08	0,16	0,08

Kysymys	R	P-arvo	
39. Paikallisuus on minulle tärkeää	-0,02	0,69	-0,02

Yhteisöllisyyden tärkeydellä oli ainoastaan 8% korrelaatio Facebookin käyttöön, p-arvon ollessa 0,16, mitä ei voida pitää tilastollisesti merkitsevänä. Paikallisuuden tärkeydellä Facebookin käyttöön oli puolestaan 2% negatiivinen korrelaatio p-arvolla 0,69 –ei tilastollista merkitsevyyttä. Henkilökohtaisten projektien tärkeydellä sen sijaan oli 15% korrelaatio Facebookin käyttöön tilastollisesti merkitsevällä p-arvolla 0,01. Sama trendi havaittiin kaikissa verkkopalveluissa: niiden käyttö korreloi lähinnä muiden verkkopalveluiden käytön kanssa ja henkilökohtaisten projektien tärkeyden kanssa, ei paikallisuuden tai yhteisöllisyyden tärkeyden kanssa. Poimintana paikannukseen perustuvan Foursquaren käytöllä oli jopa melkein merkitsevä negatiivinen korrelaatio ( $r=-0,14$ ,  $p=0,02$ ) paikallisuuden tärkeyden kanssa.

Koska paikallisyhdistystoiminnassa mukana olevat asiakkaat olivat iäkkäitä ja pienhköstä perusjoukosta valikoituneita, tarkistettiin vielä sattumanvaraisesti vastaajiksi valikoituneiden muiden asiakkaiden Facebookin käyttömäärän suhde yhteisöllisyyden tärkeyteen: yhteyttä ei havaittu ( $r=0,1$ ,  $p=0,43$ ). Yhteyksiä ei ollut myöskään paikallisuuden tärkeyden ( $r=0,03$ ,  $p=0,79$ ) tai henkilökohtaisten projektien tärkeyden ( $r=0,03$ ,  $p=0,81$ ) kanssa.

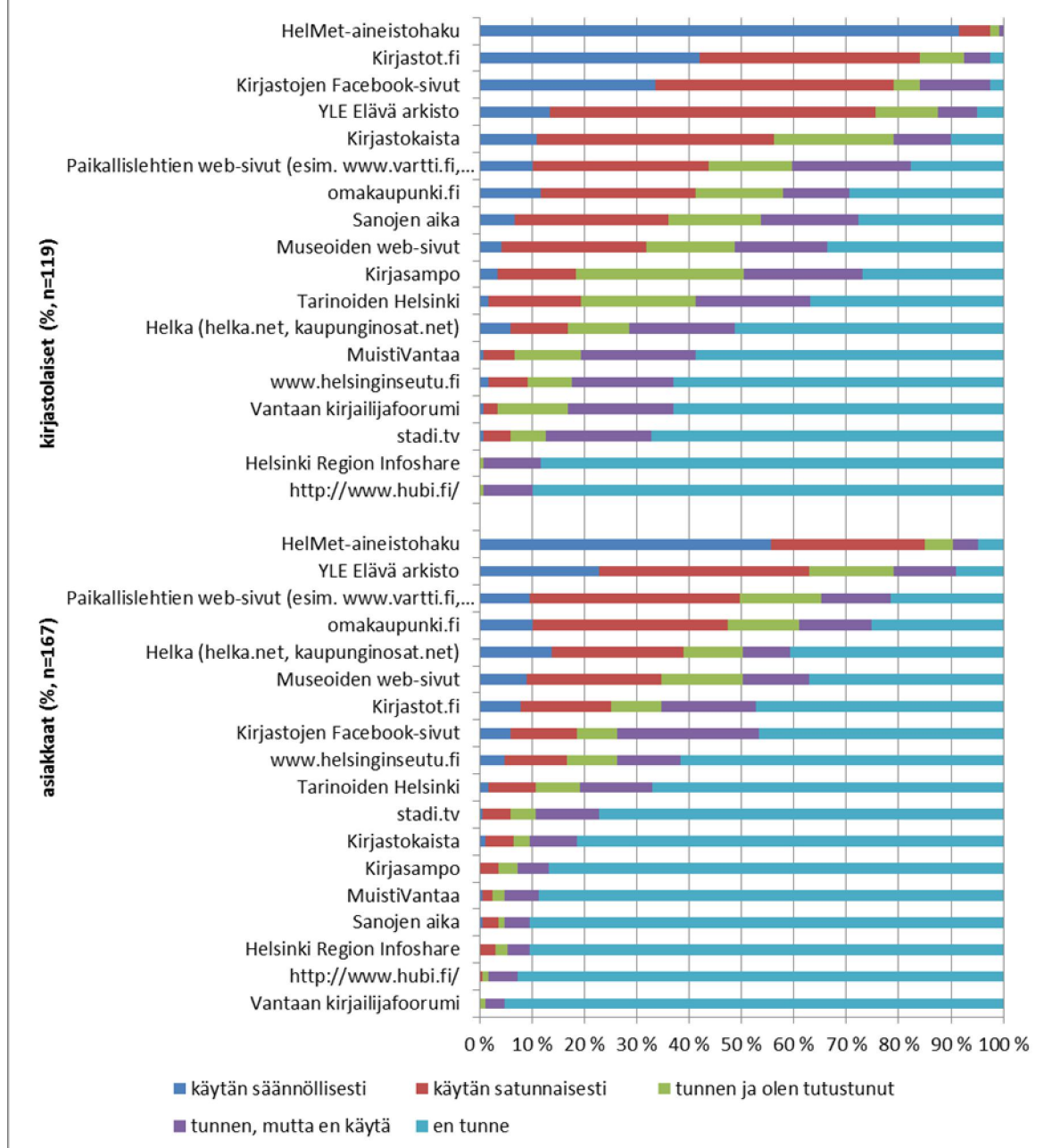
Erikoista on, että kirjaston paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden, Tarinoiden Helsingin ja MuistiVantaan, tulokset olivat samanlaisia sillä erolla, että korrelaatiot kohdistuivat lähinnä kirjaston ja paikallisuuden verkkopalveluihin, eivätkä myöskään henkilökohtaiset projektit olleet niiden mukaan tärkeitä –onko niin, että henkilökohtaiset projektit liittyvät luontevimmin juuri suuren näkyvyyden sosiaaliseen mediaan? Helsingin kaupunginosayhdistys Helkan verkkopalvelun käyttö korreloi jonkin verran (15%,  $p = 0,01$ ) yhteisöllisyyden ja paikallisuuden (14%,  $p = 0,04$ ) tärkeyden kanssa, henkilökohtaisten projektien ollessa merkityksettömiä.

Kysymys paikallisuuteen tai kirjastoon liittyvien verkkopalveluiden käytöstä paljasti eroja vastaajaryhmien välillä. Suosituin palvelu kummassakin ryhmässä oli ylivoimaisesti

HelMet-aineistohaku ([www.helmet.fi](http://www.helmet.fi)). Kirjastolaisilla kolmen erottuvan kärkeen kiilasivat Kirjastot.fi ja kirjastojen Facebook-sivut. Asiakkailla Ylen Elävä arkisto oli toiseksi suosituin palvelu selkeällä erolla. Myös paikallislehtien verkkosivut ja Helsingin Sanomien Omakaupunki.fi olivat melko suosittuja kummassakin ryhmässä. Kirjaston verkkopalveluista asiakkaat käyttivät HelMet-aineistohaun lisäksi jonkin verran Kirjastot.fi:tä ja kirjastojen Facebook-sivuja, muiden kirjaston palveluiden käytön ollessa hyvin vähäistä. (Kuvio 33; taulukko 41.)

Tilastollisesti suosituimpia kirjastolaisten keskuudessa olivat kirjastojen Facebook-sivut (khiin neliö 113,47;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ), Kirjastokaista (khiin neliö 155,70;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ), Kirjastot.fi (khiin neliö 110,18;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ), Tarinoiden Helsinki (khiin neliö 27,34;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ), Sanojen Aika (khiin neliö 121,21;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ) ja Kirjasampo (khiin neliö 108,22;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ). Asiakkaat puolestaan käyttivät kirjastolaisia enemmän verkkopalveluita Helsinki Region Infoshare (khiin neliö 9,07;  $df = 3$ ;  $p = 0,028$ ), Helka (khiin neliö 19,53;  $df = 4$ ;  $p = 0,001$ ) ja Yle Elävä arkisto (khiin neliö 13,79;  $df = 4$ ;  $p = 0,008$ ). (Kuvio 33; taulukko 41.)

## Miten käytät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita



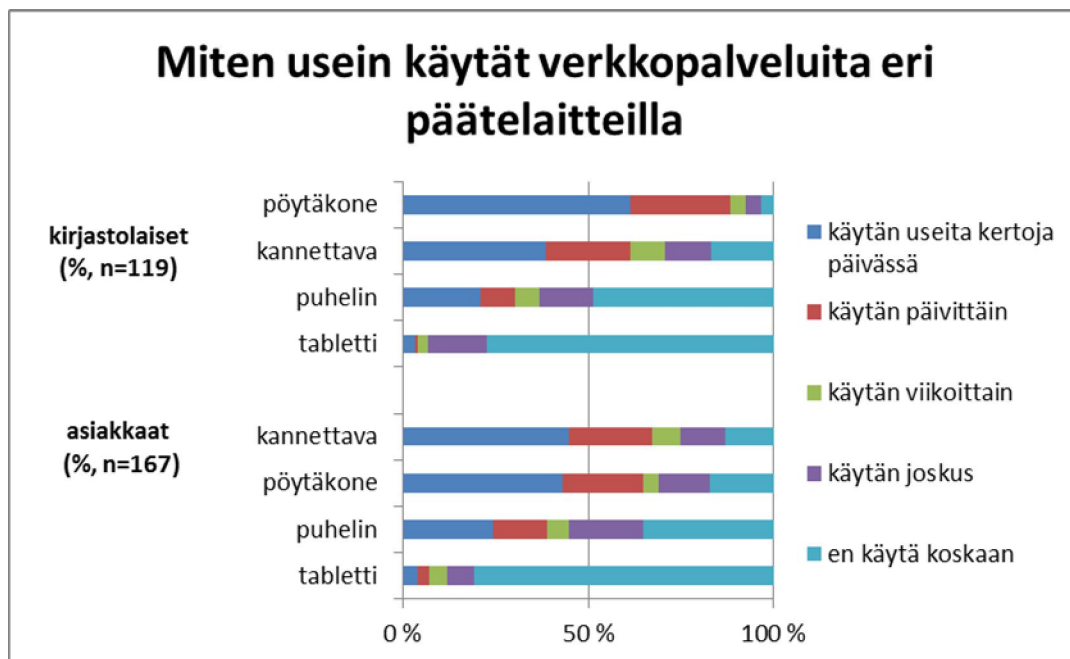
Kuvio 33. Miten käytät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?

Taulukko 41. Miten käytät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?

Keskiarvot	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
HelMet-aineistohaku	1,1	1,7	1,5
YLE Elävä arkisto	2,3	2,4	2,4
Kirjastot.fi	1,8	3,8	3,0
Paikallislehtien web-sivut (esim. www.vartti.fi, www.vantaansanomat.fi)	3,0	3,0	3,0
omakaupunki.fi	3,2	3,1	3,1
Kirjastojen Facebook-sivut	2,1	4,0	3,2
Museoiden web-sivut	3,5	3,4	3,5
Helka (helka.net, kaupunginosat.net)	4,0	3,4	3,6
Kirjastokaista	2,6	4,6	3,8
Tarinoiden Helsinki	3,7	4,4	4,1
Sanojen aika	3,3	4,8	4,2
www.helsinginseutu.fi	4,3	4,1	4,2
Kirjasampo	3,5	4,8	4,3
stadi.tv	4,5	4,6	4,5
MuistiVantaa	4,3	4,8	4,6
Vantaan kirjailijafoorumi	4,4	4,9	4,7
Helsinki Region Infoshare	4,9	4,8	4,8
www.hubi.fi/	4,9	4,9	4,9

Muista käytetyistä verkkopalveluista kirjastolaisilla mainittiin yleisimmin verkkopankki-palvelut, Yle Areena, Iltalehti, Iltasanomat, Yahoo, Risingshadow ja Huuto.net. Asiakkaiden keskuudessa suosituimpia olivat Foreca, Yle Areena, Huuto.net, Iltasanomat, Helsingin Sanomat ja kudonta-aiheinen Ravelry. Molemmissa ryhmissä jonkin verran närkästyttä herätti liian laajaksi koettu kysymys.

Kysymys siitä, millä päätelaitteilla vastaajat verkkopalveluita käyttivät, paljasti, että asiakkaiden verkkopalvelukäyttö on mobiilimpaa. Asiakkaiden keskuudessa käytetyin päätelaite on kannettava pienellä marginaalilla pöytäkoneeseen. Kirjastolaiset käyttävät useimmiten pöytäkoneita, mikä varmasti selittyy suurelta osin työkäytöllä. Vertailuryhmien ero pöytäkoneen käytössä oli tilastollisesti erittäin merkitsevä (khiin neliö 23,70;  $df = 4$ ;  $p = 0,000$ ). Myös puhelin ja tabletti olivat käytetympiä asiakkaiden keskuudessa. Kirjastolaisista noin puolet ei käytä verkkopalveluita puhelimella lainkaan, asiakkaista vain kolmasosa. Kummastakin ryhmästä noin 80% ei käytä verkkopalveluita tabletilla. (Kuvio 34; taulukko 42.)



Kuvio 34. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla?

Taulukko 42. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla?

Keskiarvot			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
pöytäkone	1,6	2,4	2,1
kannettava	2,5	2,3	2,3
puhelin	3,6	3,3	3,4
tabletti	4,6	4,6	4,6

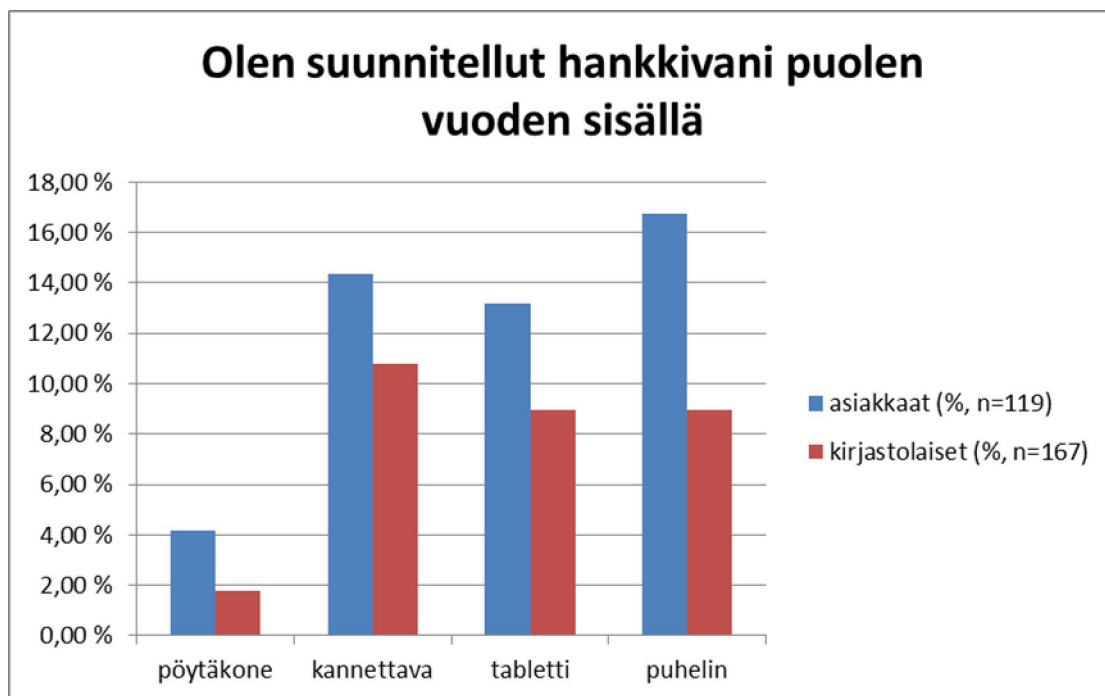
Otettaessa puhelimen käyttö tarkasteluun korrelaatioiden osalta, huomataan vähemmän yllättävästi, että mobiilikäyttäjiä kiinnostavat QR-koodit, paikannuspalvelut, Twitter, LinkedIn ja sähköiset kirjat. Mobiilikäyttäjät käyttävät myös tabletteja muita enemmän. (Taulukko 43.)

Taulukko 43. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla – korrelaatiot

Kysymys	R	P-arvo	
51. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: lisätty todellisuus (esim. tietoa kohteesta tarjoavat puhelimella luettavat viiva-koodit kaupungilla)	0,32	0	0,32
52. Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti: paikannus (vrt. GPS-paikannukseen perustuvat palvelut, kuten Foursquare)	0,31	0	0,31
75. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: Twitter	0,3	0	0,3
107. Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla: tabletti (iPad, Galaxy Tab, tms.)	0,26	0	0,26
76. Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?: LinkedIn	0,26	0	0,26

Kysymys	R	P-arvo	
59. Luen mieluiten: Sähköisiä kirjoja	0,26	0	0,26

Vastaajilta kysyttiin myös varmuuden vuoksi minkä päätelaitteiden hankintoja he suunnittelevat. Harva suunnittelee pöytäkoneen hankintaa, mutta kannettava, tabletti ja puhelin näyttäisivät olevan kummassakin ryhmässä suurin piirtein yhtä suosittuja hankintakohteita seuraavan puolen vuoden sisällä. (Kuvio 35; taulukko 44.)



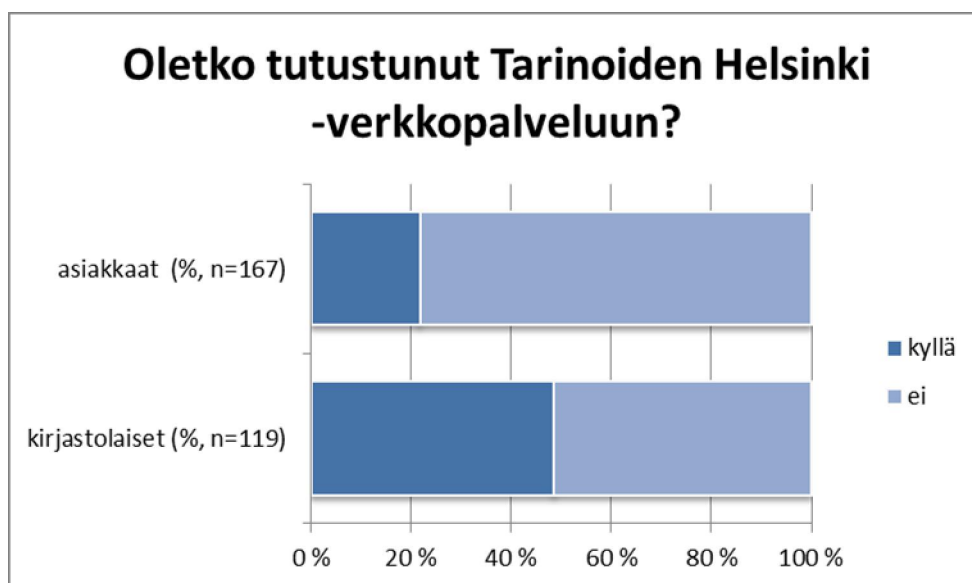
Kuvio 35. Olen suunnitellut hankkivani puolen vuoden sisällä

Taulukko 44. Olen suunnitellut hankkivani puolen vuoden sisällä

Lukumäärät		
	asiakkaat (n=119)	kirjastolaiset (n=167)
pöytäkone	7	3
kannettava	24	18
tabletti	22	15
puhelin	28	15

### 5.3.7 Tarinoiden Helsinki

Asiakkaista vain 21,7% oli tutustunut Tarinoiden Helsinkiin, kirjastolaisista 48,5%. Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä (khiin neliö=20,32, df=1, p=0,000). (Kuvio 36; taulukko 45.)



Kuvio 36. Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun?

Taulukko 45. Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun?

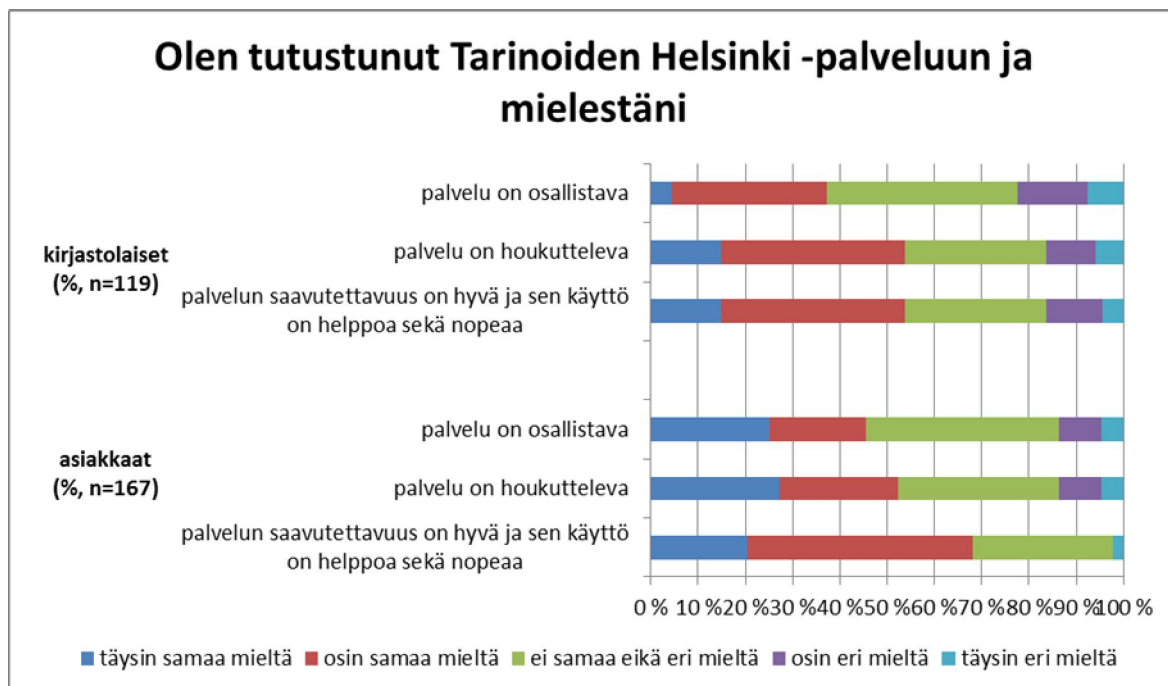
Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinkiin / Lukumäärät			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
kyllä	49	34	83
ei	52	123	175
kaikki	101	157	258

Khiin neliö 20,32; df = 1; p = ,000

Odotetut frekvenssit: pienin 32,5; alle 5 suuruisia 0,0 %

Tarinoiden Helsinkiin tutustuneista kirjastolaiset suhtautuivat palveluun huomattavasti kriittisemmin kuin asiakkaat. Erityisesti suhtautumisessa Tarinoiden Helsingin osallistavuuteen oli suuri, tilastollisesti melkein merkitsevä (khiin neliö 11,40; df = 4; p = 0,022) ero kirjastolaisten ja asiakkaiden välillä. Yleisesti vastaajien kannanotot olivat sikäli varovaisia, että täysin samanmielisiä vastauksia oli kaikissa kysymyksissä prosentuaalisesti vähän, mikä varmasti saattoi osin johtua palvelun vieraudesta. Asiakkaista merkittävä osa oli kuitenkin vähintään osin samaa mieltä palvelun hyvästä saavutettavuudesta ja sen käytön helppoudesta sekä nopeudesta, eikä vastustusta juuri ilmennyt. (Kuvio 37; taulukko 46.)





Kuvio 37. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun ja mielestäni

Taulukko 46. Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun ja mielestäni

Keskiarvot			
	kirjastolaiset	asiakkaat	kaikki
palvelun saavutettavuus on hyvä ja...	2,5	2,2	2,4
palvelu on houkutteleva	2,5	2,4	2,5
palvelu on osallistava	2,9	2,5	2,7

Vapaissa vastauksissa Tarinoiden Helsingin hyvinä puolina pidettiin miellyttävän yksinkertaista ilmettä ja onnistunutta konseptia. Palvelu nähtiin monessa vastauksessa yllättävänä ja mielenkiintoisena tapana tutustua paikkoihin liittyvään aineistoon. Kirjastolaisten vastauksissa korostuivat palvelun hauskuus, kiinnostavuus ja monipuolisuus. Asiakkaat puolestaan mainitsivat useimmin monipuolisuuden ja mielenkiintoisuuden.

Palvelun huonoina puolina asiakkaat pitivät sekavuutta, hitautta ja sitä, että karttapohjaisuus on ongelma huononäköisille käyttäjille. Yksi vastaaja mainitsi myös, että käyttäjien tuomaa sisältöä on niukasti. Myös kirjastolaiset pitivät palvelua hitaana ja heidän mielestään palvelu on sisällöltään suppea ja huonosti markkinoitu. Palvelua pidettiin myös liian kirjastolähtöisenä käytetyn kielen osalta ja siksi, että sisällön metatiedot nähdään palveluna sen sijaan, että ne pyrittäisiin häivyttämään asiakkaiden näkyvistä. Joku

mainitsi, ettei jaksakaan mennä verkkopalveluun katsomaan aineistoa, jonka voi lukea kirjoista tai joka pitäisi kohdata kadulla.

Asiakkaiden mielestä Tarinoiden Helsingistä saisi paremman jaotteleamalla selkeämmin, tiivistämällä tietoa, lisäämällä linkkejä ja osallistavuutta, parantamalla graafista ilmettä sekä tekemällä yhteistyötä eri hallintokuntien hankkeiden kanssa. Yhden vastaajan mielestä Tarinoiden Helsinki voisi toimia paremmin hajautettuna, esim. Helkan yhteydessä. Myös kirjastolaisten mielestä palvelusta saisi paremman hajauttamalla ja upottamalla sen osaksi muita palveluita: tässä yhteydessä mainittiin esim. HelMet.fi ja Helsingin Sanomien Omakaupunki.fi. Lisäksi kirjastolaiset halusivat laajempaa sisältöä, hyvää markkinointia ja yhteistyökumppaneita sekä lisää mikrohistoriaa ja osallistavuutta.

## 6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Kirjasto on perinteisesti ollut vahvasti paikallinen toimija lähikirjastojen tarjotessa areenan paitsi tiedonhauille, myös yhteisöllisyydelle tapahtumien ja kohtaamisten muodossa. Kirjaston hankkeissa ja projekteissa mainitaankin usein paikallisuus ja paikallisidentiteetin vahvistaminen, nykyään yhä useammin verkkopalveluiden yhteydessä. Käytännössä paikallisidentiteetin muovautuminen vaatii teoriataustan mukaan samaistumista paikkaan liittyvään yhteisöön. Paikka puolestaan on aina subjektiivinen, joko elämismailman keskus reaali maailmassa tai maalauksen, valokuvan, elokuvan, runon, tarinan, romaanin tai musiikkiteoksen luoma elämys.

Myös verkkopalvelut voidaan nähdä paikkoina tai tiloina ja toisaalta ne voivat kytkeytyä reaali maailman paikkoihin liittyviin yhteisöihin. Kirjaston verkkopalveluiden kehittämisessä tavoitteet toiminnalle asettaa viime kädessä Kirjastolaki (1998/904). Kehittämistoiminnan kannalta oleellista onkin se, miten kirjaston verkkopalvelut voivat tukea sisivistyksellisten sisältöjen kehittymistä ja niiden levittämistä.

### 6.1 Yhteenveto tuloksista

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa pyrittiin löytämään vastauksia tutkimuskysymyksiin TK2 ja TK3. Kiinnostuneita oltiin muun muassa siitä, mikä on vastaajien suhde paikallisuuteen, minkälainen paikallisuuteen liittyvä sisältö koetaan kiinnostavaksi, mitä verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja millaisia paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineitä he mieluiten käyttäisivät. Mielenkiintoisena nähtiin myös mahdollisuus vertailla kirjastolaisten ja asiakkaiden vastauksia, jotta nähtäisiin, elävätkö kirjastolaiset ja asiakkaat erilaisessa kehittämistodellisuudessa.

#### 6.1.1 TK2: Mikä on vastaajien suhde paikallisuuteen ja minkälaisesta paikallisuuteen liittyvästä sisällöstä he ovat kiinnostuneita?

Tutkimuskysymyksen TK2 tarkentavia kysymyksiä olivat:

- a) Keitä ovat paikallisuudesta kiinnostuneet?
- b) Miten vastaajat määrittävät paikallisuuden ja mitä se heille merkitsee?

- c) Mitä paikallisuuteen liittyviä sisältöjä vastaajat tuottavat ja kuluttavat?
- d) Mitä haasteita, mahdollisuuksia ja suuntaviivoja tulokset asettavat palvelun kehittämiseksi yleisesti?

**a) Keitä ovat paikallisuudesta kiinnostuneet?**

Kerättyjen kattavien taustatietojen perusteella voidaan tehdä päätelmiä siitä, mitkä ominaisuudet liittyvät kiinnostukseen paikallisuutta kohtaan. Kyselyyn vastanneista asiakkaista suurin osa oli korkeakoulutettuja naisia, mikä noudatti kirjaston käyttäjäkunnan sukupuolijakaumaa. Jakauman perusteella on oletettavaa, että paikallisyhdistykset ovat naisvaltaisia, mutta mahdollista on myös, että valikoitumiseen olisi vaikuttanut naisten suurempi vastausaktiivisuus.

Sukupuolella tai koulutuksella ei kuitenkaan havaittu suoria merkitseviä korrelaatioita paikallisuuden tärkeyttä mittaaviin kysymyksiin, joten tulosten perusteella ei voida sanoa, että tyypillinen paikallisuudesta kiinnostunut ihminen olisi juuri korkeakoulutettu nainen. Ainoa mahdollinen viite koulutuksen yhteydestä kiinnostukseen paikallisuudesta saatiin siinä, että kirjastolaisista johtavassa asemassa olevat, eli oletettavasti korkeimmin koulutetut, olivat kiinnostuneempia asuinpaikkansa liittyvistä sisällöistä –tämä korrelaatio tosin saattaa viitata enemmän työroolin kuin koulutustaustan vaikutukseen.

Ikäjakauma oli paikallisyhdistysten toiminnassa mukana olleilla vastaajilla vahvasti painottunut luokkaan 60 vuotta tai enemmän (42,57%). 50-59-vuotiaita oli 18,81%, 40-49-vuotiaita 14,85% ja 30-39-vuotiaita yllättävästi jopa 22,77%. Nuoremmissa ikäluokissa 18-29-vuotiaita oli alle prosentti paikallisyhdistysaktiiveista ja alle 17-vuotiaita ei ollenkaan.

Lähes puolet sekä asiakkaista että kirjastolaisista oli muuttanut pääkaupunkiseudulle jostain muualta. Asiakkaista lähes puolet ja kirjastolaisista neljäsosa oli syntynyt Helsingissä, muut pääkaupunkiseudun kunnat olivat syntymäpaikkana harvinaisempia. Syntymäpaikan kokeminen kotipaikaksi oli yhtä harvinaista kuin jonkin muun paikan. Kotipaikaksi koetaan useimmiten oma nykyinen asuinpaikka. Nykyiset asuinpaikat noudat-

tivat pitkälti pääkaupunkiseudun kuntien väkilukua. Asuinpaikan valinnan olivat ratkaisseet alueen miellyttävyys ja hyvät kulkuyhteydet. Merkitystä oli myös asuntojen hintatasolla ja palvelujen saatavuudella. Suvun tai kaverien asuinpaikat olivat asiakkaille merkittävämpi tekijä kuin kirjastolaisille.

Valitussa asuinpaikassa miellytti eniten luonnonläheisyys ja rauhallisuus. Nykyisinä asuinpaikkoina suosittuja olivat asiakkailla Pitäjänmäki, Karhusuo, Leppävaara, Nupuri, Kaitaa ja Herttoniemi, kirjastolaisilla Kallio, Tikkurila, Myyrmäki, Käpylä, Matinkylä ja Hakunila. Aiempina asuinpaikkoina puolestaan asiakkailla Töölö, Kallio, Pitäjänmäki, Vuosaari ja Otaniemi, kirjastolaisilla Kallio, Töölö, Martinlaakso, Punavuori ja Lauttasaari. Kirjastolaisten osalta oli hyvin yleistä asua Helsingissä, mutta työskennellä Espoossa tai Vantaalla.

Suosikkikaupunginosiksi mainittiin asiakkailla useimmin Espoosta Tapiola, Leppävaara, Karhusuo, Haukilahti ja Nupuri, Helsingistä Töölö, Käpylä, Kallio, keskusta, Kruununhaka, Pitäjänmäki ja Vallila sekä Vantaalta Tikkurila, Myyrmäki, Kartanonkoski, Martinlaakso ja Pähkinärinne. Kirjastolaisten suosikkeja olivat Espoosta Tapiola, Leppävaara, Haukilahti, Westend, Lintuvaara, Kivenlahti, Helsingistä Kallio, Käpylä, Töölö, Vallila, Lauttasaari, keskusta ja Kruununhaka sekä Vantaalta Tikkurila, Myyrmäki, Korso, Hiekkaharju ja Kartanonkoski.

Suosikkikaupunginosien suhteen oli mielenkiintoista, miten yhtenevät taustoiltaan erilaisten ryhmien suosikit olivat. Asiakkaiden ja kirjastolaisten tulokset summaamalla saadaan aikaan seuraavat top-3-listat:

#### Espoo

1. Tapiola
2. Leppävaara
3. Haukilahti

#### Helsinki

1. Töölö
2. Kallio

### 3. Käpylä

#### Vantaa

1. Tikkurila
2. Myyrmäki
3. Kartanonkoski

Arvostettavina ominaisuuksina kaupunginosissa nähtiin kummassakin ryhmässä useimmiten *luonnonläheisyys ja rauhallisuus*. Kannatusta saivat myös elävyys, joka oli suosittu tekijä asiakkaiden keskuudessa, ja kaupunkimaisuus, joka merkitsi kirjastolaisille enemmän. Trendikkyys oli harvalle tärkeä ominaisuus. Koska teorian mukaan asuinpaikka on elämäntavan symboli, voidaan suosikkikaupunginosien nähdä edustavan kaupunginosassa arvostettavia ominaisuuksia ja tavoiteltavaa elämäntapaa. Helsingissä suosittuja olivat lähinnä kantakaupungin alueet. Espoossa ja Vantaalla suosioon nousivat etenkin kaupunkimaiset keskukset hyvien liikenneyhteyksien varrella. Yleisesti suosittuja olivat tutut alueet, mikä näkyy etenkin Helsingin osalta siinä, että suosituimmat alueet olivat hintatasoltaan saavutettavia. Havaintoa tukee se, että teorian mukaan elämissä maailman sisältämät tuttuudet ja rutiinit tekevät abstraktista tilasta subjektiivisen paikan.

Tulosten pohjalta Tapiolan-, Leppävaaran-, Haukilahden-, Töölön-, Kallion-, Käpylän-, Tikkurilan-, Myyrmäen- ja Pointin kirjasto (Kartanonkoskella) voidaan nähdä eräänlaisina solmukohtina kirjaston paikallisuuteen liittyvien palveluiden kehittämisessä. Oleellisissa roolissa voisivat olla sekä fyysiset kirjastotilat että kirjastojen sivustot Hel-Met.fi:ssä. Päätelmä ei tarkoita sitä, ettei paikallisuus koskettaisi muita alueita tai kirjastoja, vaan sitä, että havaintojen pohjalta mainitut kirjastot ja alueet voisivat ensimmäisessä vaiheessa olla hyviä pilottikohteita kehittämiselle.

#### **b) Miten vastaajat määrittävät paikallisuuden ja mitä se heille merkitsee?**

Kyselyyn vastanneista erityisesti asiakasvastaajilla paikallisuuden merkityksen kuvailuisa korostuivat ihmiset ja yhteisöllisyys. Tärkeitä olivat myös arvot, kuten läheisyys ja turvallisuus. Hämmäntävää oli, että kirjastolaisilla yhteisöllisyyden sijaan korostui indi-

vidualismi –mitä asioita paikallisuus juuri minulle merkitsee. Asiakkaiden suurempi kiinnostus ihmisiin ja yhteisöihin tulikin tilastollisesti merkitsevästi esille kautta koko kyselyn. Kirjastolaisilla paikallisuuden kuvauksissa toistuivat myös, todennäköisimmin työroolin johdosta, paikalliset palvelut. Myös koti ja turvallisuus olivat tärkeitä tai se, ettei paikallisuus merkinnyt mitään. Ainoastaan turvallisuus esiintyi toistuvana tekijänä kummankin ryhmän paikallisuuskäsityksissä.

Paikallisuus oli tärkeää kaikille vastaajille, mutta erityisen tärkeää asiakkaille.

Teorian mukaan paikallisuuteen liittyy vahvasti yhteisöllisyys, jonka vastakohtana pidettiin henkilökohtaisia projekteja. Henkilökohtaisten projektien ja yhteisöllisyyden tärkeyden välillä havaittiin kuitenkin yhteys. Yhteys oli olemassa koko vastaajajoukossa ja se ylitti tutkimuksen sisäiset korrelaatiokerroinrajat ( $R=0,25$ ), kun tarkastelu rajattiin paikallisyhdistystoiminnassa mukana olleisiin asiakasvastaajiin. Henkilökohtaisten projektien tärkeyden yhteys paikallisuuden tärkeyteen oli puolestaan käytännössä merkityksetön.

Paikallisuuden tärkeyden kanssa korreloivat asuinkaupunginosaan liittyvät sisällöt, asuinkaupunkiin liittyvät sisällöt, yhteisöllisyys, mikrohistoriat, vastaukset kysymyksiin, kulttuuripolut, äänikertomukset, luonnonläheisyys, rauhallisuus, tietokirjallisuus ja historia. Muita huomattavia korrelaatiota olivat Tarinoiden Helsingin saavutettavuus ja käytön helppous ja nopeus sekä negatiivisesti HelMet-kirjaston työntekijäisyys – paikallisuus oli siis tärkeää erityisesti asiakkaille.

Erikoista oli, että henkilökohtaisilla projekteilla oli vain yksi merkittävä korrelaatio: Tarinoiden Helsingin houkuttelevuus. Kyselysaatteessa annettiin kehityshankkeen sen hetkisen fokuksen pohjalta ymmärtää, että tekijä on kehittämässä Tarinoiden Helsinkiä koko pääkaupunkiseudun kattavaksi palveluksi, joten on mahdollista, että henkilökohtaisia projekteja arvostavat tukivat vastauksessaan tekijän projektia. Tulos viittaa siihen, että henkilökohtaiset projektit kytkeytyvät teoriassa esitettyyn pitkä häntä –ajatteluun niin, että kysytyjä yleisempiä käsitteitä ja asioita ei koettu kiinnostaviksi, mutta spesifi kyselyyn liittyvä kehitysprojekti koettiin.

Yhteisöllisyydellä puolestaan oli paljon korrelaatioita, joista tärkein oli paikallisuuden kanssa, mutta myös muut asiat, kuten asuinkaupunginosaan liittyvät sisällöt, asuinpaikan elävyys, sekä sisällöt kuten kulttuuripolut, äänikertomukset, musiikki ja geokätkentäkoordinaatit kytkeytyivät yhteisöllisyyteen. Pienenä huomiona nostettakoon esille, että henkilökohtaisilla projekteilla oli vähemmän täysvastustusta kuin yhteisöllisyydellä – ilmeisesti lähes kaikilla on henkilökohtaisia projekteja, mutta on paljon ihmisiä, jotka eivät koe kuuluvansa yhteisöihin: kuten teoriassa todettiin, yhteisöt perustuvat erontekoon.

### **c) Mitä paikallisuuteen liittyviä sisältöjä vastaajat tuottavat ja kuluttavat?**

Paikallisuuteen liittyvä tuotanto oli lähinnä kirjallista. Mielenkiintoista oli, että kirjallista tuotantoa löytyi paljon myös kirjastolaisilta. Muun aineiston kuten musiikin tai videoiden tekijöitä löytyi vastaajista selvästi vähemmän. Vain kahdellakymmenellä asiakkaalla ja kolmella kirjastolaisella oli julkaisukanava tuotannolleen. Koska paikallisyhdistyksillä ja kirjastolla tiettävästi on olemassa olevia julkaisukanavia, eikä julkaisukanavan löytäminen muutenkaan nykypäivänä ole ongelma, herää epäilyksiä: onko kyseessä kenties tietoinen pöytälaatikkotuotanto, onko tuotanto soveltumatonta työ- tai harrastusympäristöön, vai ovatko potentiaaliset julkaisukanavat liian vaikeasti saavutettavia tai muuten soveltumattomia?

Yksi vaihtoehto on myös se, että vastaajat ovat asettaneet korkeat kriteerit sille, mitä pitävät julkaisuna. Toisaalta se, että oman tuotannon julkaisukanaviksi mainittiin Facebook, blogit, yhdistysten ja paikallislehtien sivustot sekä työpaikan tarjoamat kanavat ei tue tätä oletamaa. Kirjastolaisten kannalta uudistunut HelMet.fi artikkelimuotoisine sisältöineen on mahdollisesti jo parantanut kyselyn perusteella surkeaa tilannetta, ainakin ammattiosaamiseen liittyvien sisältöjen osalta. Asiakkaiden osalta on syytä pohtia, voisiko kirjasto tarjota julkaisukanavia heidän tuotannolleen.

Kysymyksessä siitä, mitkä sisällöt paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa kiinnostaisivat, oli eri sisältötyyppien kannatus melko tasaista ja ainoastaan muita erikoistuneemman eli geokätkentäkoordinaattien, suosio kirjastolaisten keskuudessa jäi selvästi muita vähäisemmäksi. Muuten sisältötyyppien suosioon ei näyttänyt vaikuttavan nii-



den erikoistuneisuus tai vaikeasti määriteltävyys, mistä kertoo esimerkiksi kulttuuripolkujen suosio. Helpommin havaittavia merkittäviä eroja olisi mahdollisesti saatu pyytämällä vastaajia valitsemaan pisteytyksen lisäksi viisi mieluisinta sisältötyyppiä, mutta valitullakin menetelmällä saatiin riittävästi vertailtavaa tietoa eri sisältöjen suosiosta.

Keskiarvollisesti selvästi suosituimpia sisältöjä olivat asiakkaiden ja kirjastolaisten keskuudessa tietokirjallisuus ja historia. Asiakkaiden erityisessä suosiossa olivat lisäksi kulttuuripolut, mikrohistoriat, vastaukset käyttäjien kysymyksiin ja kaunokirjallisuus. Kirjastolaiset puolestaan pitivät lisäksi kaunokirjallisuudesta, teema- tai aihekokonaisuuksista, kulttuuripoluista ja vastauksista käyttäjien kysymyksiin. Koska erot sisältötyyppien välillä olivat pienehköjä, lähes yhtä suosittuja olivat kummankin ryhmän keskuudessa myös videot, tilastot, musiikki ja kuunneltavat äänikertomukset. Vähiten kirjastolaisten ja asiakkaiden suosiossa olivat geokätkentäkoordinaatit, paikannus ja lisätty todellisuus.

Kehittämistoimintaa suunniteltaessa on kuitenkin huomioitava, että kiinnostavia sisältöjä pisteyttivät kaikki vastaajat, myös ne, joille paikallisuus tai yhteisöllisyys ei ollut erityisen tärkeää. Toinen tapa arvottaa sisältöjä voisikin olla poimia ne sisältötyypit, joiden suosio korreloi paikallisuuden tai yhteisöllisyyden tärkeyden kanssa. Nämä sisältöt ovat tilastollisesti merkitsevästi sitä kiinnostavampia, mitä enemmän paikallisuutta arvostaa –ne siis myös jakavat mielipiteitä. Sisältöjä, joiden suosio korreloi sekä paikallisuuden, että yhteisöllisyyden tärkeyden kanssa olivat *kulttuuripolut* ja *äänikertomukset*. Kulttuuripolkujen osalta linkki teoriaan on vahva, liittyhän kulttuuri kollektiivisuuteen ja yhteisöllisyyteen (vrt. Kupiainen & Sevänen 1994, 7). Paikallisuuden tärkeyden kanssa korrelaatiota esiintyi sisältötyypeillä käyttäjien omat tarinat eli mikrohistoriat, vastaukset käyttäjien esittämiin paikkaan liittyviin kysymyksiin sekä tietokirjallisuus ja historia. Yhteisöllisyyden tärkeyden kanssa korrelaatiota esiintyi musiikilla ja geokätkentäkoordinaateilla.

Tulosten perusteella voidaan kulttuuripolut nostaa mielenkiintoisimmaksi sisältötyypiksi, koska sillä oli eniten sekä määrällistä (korkea pisteytyskeskiarvo) että laadullista (korrelaatiot paikallisuuden tärkeyteen) kannatusta. Tietyt sisältötyypit kuten kaunokirjallisuus, videot ja tilastot ovat sen sijaan toki yleisesti melko suosittuja, mutta niillä ei näyttäisi olevan suoria yhteyksiä paikallisuuteen. Toisaalta, vaikka toivottujen sisältöjen

osalta oli erotettavissa vahvasti paikallisuuteen kytkeytyviä sisältötyyppejä, täytyy kehitystoimien priorisoinnissa käyttää myös tervettä järkeä. Esimerkiksi äänikertomusten suosio paikallisuutta arvostavien keskuudessa ei välttämättä tarkoita sitä, etteivät heille kelpaisi videot, vaan sitä, että tarinat ja ääni koetaan tärkeiksi –päätelmää tukee musiikin suosio yhteisöllisten keskuudessa. Kulttuuripolut puolestaan voivat ilmentyä monin tavoin sekä verkossa että reaali maailmassa ja niihin on helposti yhdisteltävissä vähemmän suosittuja tai tunnettuja sisältöelementtejä, kuten QR-koodeja, palvelun ydinajatuksen kärsimättä.

Kaikkiaan toivotut sisällöt viittaavat siihen, että verkkopalveluiden yhteyksiä reaali maailman fyysisiin paikkoihin ja yhteisöihin tulisi pyrkiä lisäämään entistä syvemmillä ja merkityksellisimmillä tavoilla: muuten ei yhteyttä verkkopalvelun ja paikallisuuden välille synny. Kääntäen saman voisi sanoa niinkin, että verkkopalvelu on osa palvelukonseptia, joka sisältää aineellisia ja aineettomia osia. Palvelukonseptin tai palvelun voi puolestaan nähdä kokonaisuutena joka sisältää monenlaisia arvontuotantoprosesseja.

#### **d) Mitä haasteita, mahdollisuuksia ja suuntaviivoja tulokset asettavat palvelun kehittämiseksi yleisesti?**

Yhtenä keskeisenä hypoteesina tutkimuksessa oli, että HelMet-kirjaston paikallisuuteen liittyviä palveluita kannattaisi kirjaston resurssien vähäisyydestä johtuen kehittää seudullisesti ja seudullisiksi. Kyselyn tulokset eivät suoranaisesti tue hypoteesia, koska asuin-kaupunkiin liittyvät sisällöt kiinnostivat vastaajia enemmän kuin muihin pääkaupunki-seudun paikkoihin ja asioihin liittyvät sisällöt. Huomioitavaa tosin on, että vastaajista suurin osa asui Helsingissä, jossa sekä kaupunginosilla että koko kaupungilla on vahvat alueelliset identiteetit.

Asiakkaat olivat selvästi kiinnostuneimpia asuin-kaupunginosastaan (vrt. Roos 1988, 65), kun taas kirjastolaiset olivat kiinnostuneimpia asuin-kaupungistaan. Tulos voisi viitata siihen, että matalapalkkaiset kirjastolaiset ovat joutuneet tekemään kompromisseja asumisessaan, eikä asuminen näin voi toimia elämäntavan symbolina –päätelmä on kuitenkin siinä mielessä hataralla pohjalla, ettei kyselyssä selvitetty vuokra-asumisen ja omistusasumisen suhteita tai tyytyväisyyttä nykyiseen asuinpaikkaan. Muihin pääkau-

punkiseudun paikkoihin tai asioihin liittyvä kiinnostus oli ryhmällä melko samantasoista ja selvästi vähäisempää. Paikallisuuden tärkeyden kanssa havaittiin tilastollisesti erittäin merkitsevät korrelaatiot asuinkaupunginosaan ja asuinkaupunkiin liittyvien sisältöjen tärkeyden kanssa. Yhteisöllisyyden tärkeys puolestaan korreloi ainoastaan asuinkaupunginosaan liittyvien sisältöjen tärkeyden kanssa.

On selvää, että ne vastaajat, joille paikallisuus ja yhteisöllisyys ovat tärkeitä, kuuluvat esimerkiksi kaupunginosayhdistykseen ja ovat kiinnostuneimpia asuinkaupunginosaan liittyvistä asioista ja sisällöistä. Vastaajat, jotka eivät ole niin kiinnostuneita paikallisuudesta ja yhteisöllisyydestä, eivätkä harrasta paikallisyhdistystoimintaa, ovat kiinnostuneimpia asuinkaupunkiinsa liittyvistä sisällöistä. Tulosten perusteella voidaan todeta, että asiakasvastaajilla paikallistoiminta kytkeytyy identiteetteihin, omaan muista erotettuun paikkaan ja yhteisöön. Kirjastolaisilla vastaavaa kytkentää ei ole syntynyt, vaan yleinen kaupunkitaso ohittaa erikoistuneemman kaupunginosatason, identiteettien mahdollisesti kytkeytyessä joihinkin muihin yhteisöihin, kuten esimerkiksi ammattiryhmiin.

Kirjastojen resurssien vähyys ja HelMet-kirjaston seudullinen toiminta puoltavat kuitenkin paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden tai palvelukonseptien kehittämistä seudullisesti, koska yksi hyvä seudullisesti käytettävissä oleva järjestelmä olisi todennäköisesti laadukkaampi ja kokonaisuutena helpommin ylläpidettävissä kuin useat paikalliset järjestelmät. Kyselyn tuloksissa ei ilmennyt erityisiä merkkejä siitä, että eri alueet olisivat niin erilaisia, että ne vaatisivat omia palveluitaan tai järjestelmiään.

### **6.1.2 TK3: Mitä verkkopalveluita vastaajat käyttävät ja millaisia paikallistiedon keräämisen ja jakamisen välineitä he mieluiten käyttäisivät?**

Tutkimuskysymyksen TK3 tarkentavia kysymyksiä olivat:

- a) Miten vastaajat käyttävät verkkopalveluita?
- b) Miten vastaajat käyttävät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?

- c) Miten tunnettu on Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelu, miten sitä luonnehditaan ja miten sitä voisi tulosten pohjalta kehittää?
- d) Elävätkö asiakkaat ja kirjastolaiset erilaisessa kehittämistodellisuudessa?

**a) Miten vastaajat käyttävät verkkopalveluita?**

Suosituimmat verkkopalvelut eivät yllättäneet. Google ja Google Maps, Reittiopas, Wikikit (todennäköisesti lähinnä Wikipedia) ja YouTube olivat käytetyimpiä palveluita sekä asiakkaiden että kirjastolaisten keskuudessa. Kirjastolaiset käyttivät asiakkaita enemmän Spotifyta, RSS-syötteitä, Twitteriä ja YouTubea. LinkedInillä puolestaan oli jonkin verran käyttöä asiakkaiden keskuudessa, mutta kirjastolaisissa ei juuri ollenkaan. Merkittävä huomio oli se, että kirjastolaiset olivat useammin tutustuneet sellaisiin verkkopalveluihin, joita eivät säännöllisesti käytä.

Tulosten perusteella vaikuttaisi siltä, että verkkopalvelut, yhteisöllisine ominaisuuksineenkin, ovat omia paikkojaan, jotka eivät välttämättä liity yhteisöllisyyteen, ainakaan siten kuin vastaajat käsitteen kokivat. Yhteisöpalvelu ei tulosten perusteella ole yhteisöllisyyden (tärkeyden) ilmaus, vaan vain verkkopalvelu muiden joukossa. Verkkopalveluiden käyttö vaikuttaisi teorian ja kyselyn tulosten pohjalta viittaavan enemmän addiktoiviin elämänmalleihin (vrt. Ridell 2011, 121–123) kuin paikallisuuden tai yhteisöllisyyden arvoihin. Verkkoyhteisö näyttäytyy näin epäsosiaalisen yhteydenpidon mahdollistavana turvallisempana ja helpompana peilikuvana fyysisiä toimia ja tunteita käsittävästä reaaliaikaisesta yhteisöstä.

Teoriassa esille tuodussa henkilökohtaisten projektien ja yhteisöllisyyden vastakkainasettelussa asettuvat verkkopalvelut henkilökohtaisten projektien alueelle kirjastolaisten ja paikallisyhdistysasiakkaiden ryhmissä, mutta muiden asiakkaiden ryhmässä tällaista yhteyttä ei ollut. Kirjastolaisilla yhteys viitanee henkilökohtaiseen kehittymiseen työroolissa. Paikallisyhdistysaktiiveissa puolestaan verkkopalveluiden liittyminen erilaisiin sisällöntuotantoprojekteihin vaikuttaisi loogiselta.

Suosituin yhteisöpalvelu, Facebook, otettiin kyselyn tulosten analyyseissä erityisen huomion kohteeksi. Facebookin käytöstä saadut polarisoituneet vastaukset kertovat

siitä, ettei palvelua voi käyttää satunnaisesti ja että sitä ollaan käyttämättä tietoisesti, mahdollisesti vastustaen sen edustamaa elämäntapaa, kieltäytymällä näin globaalin, de-lokaalisen kulttuurin tietyistä piirteistä (Hardt & Negri 2000, 52–59 teoksessa Lehtinen 2006, 46–47). Tässä voidaan nähdä yhteyksiä sekä Mickin ja Fournierin (1998, 126) teknologian hyödyntämisen paradokseihin (yhdistää/erottaa) että yhteisöllisyyden pois-sulkevaan luonteeseen (vrt. Hall 1999, 12; Kivikuru 2000, 11). Sama ilmiö on havaittavissa vielä selvemmin siinä, että Twitterin tuntevat lähes kaikki vastaajat, mutta harvat käyttävät sitä.

Kriittisestä lähestymistavasta (ks. s. 10) huolimatta tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan esitetä, että yhteisöpalvelut ja sosiaalinen media yleisesti tulisi sulkea jonkin kuvitteellisen, ideaalisen paikallisuuden ulkopuolelle. Pikemminkin teorian ja empirian viitoittamasti voidaan ajatella, että yhteyksiä paikallisuuden kokemisen ja verkkopalveluiden välille tulisi ehkä luoda uudella, syvemmällä tavalla, sen sijaan, että verkkopalvelut nähtäisiin välineraationaalisesti itseisarvoisesti tavoiteltavina ratkaisuuina mihin tahansa palvelutarpeeseen (vrt. Mannermaa 2008, 203). Yhteisöpalveluihin liittyvä sosiaalisen objektin idea ei kirjaston näkökulmasta kyseessä ole uusi asia, koska kirjasto on perinteisesti luonut yhteisöjä lainaustoimintaan liittyvien fyysisten aineistojen ympärille: esimerkiksi lukupiirin kirjat ovat olleet eräänlaisia sosiaalisia objekteja jo ajalla ennen tietoyhteiskuntaa.

Kysymyksen ”Missä haluaisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallistietoja?” vastausten pohjalta voidaan havaita, että asiakkaille mieluisinta olisi kirjaston paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden integrointi niihin palveluihin, joita he muutenkin käyttävät. Vastauksista toki huomataan, että vastaajille mieluisinta olisi ollut selata ja jakaa aineistoa sekä paikallistietoon erikoistuneessa palvelussa että niissä palveluissa, joita he muutenkin käyttävät. Paikallistietoon erikoistuneen palvelun ja jo tuttujen palvelujen vastakkainasettelussa jälkimmäiset kuitenkin vievät selvän voiton, mistä voidaan johtaa selkeä prioriteetti kehittämiselle: olemassa olevien palveluiden rikastaminen paikallistiedolla. Päätelmää tukevat avoimet vastaukset Tarinoiden Helsinki –palvelua koskevissa kysymyksissä sekä HelMet.fi:n kautta saadut asiakaspalautteet, joiden mukaan kirjaston verkkopalvelukokonaisuutta erilaisine järjestelmineen pidetään sekavana.

Erityisesti suhteessa sosiaaliseen mediaan on merkityksellinen tieto siitä, että asiakkaat eivät välttämättä halua enää uusia verkkopalveluita tai välineitä. Sosiaalisen median palvelujen avulla on helposti luotavissa rajapintojen ja upotuksien kautta verkkoyhteisöllisiä välineitä mihin tahansa verkkopalveluun. Käytettäessä näitä välineitä on kuitenkin muistettava, että asiakkaista osa ei niitä halua käyttää. Toisaalta referenssinä HelMet.fi-verkkopalvelun kehittämisessä tehty päätös korvata perinteinen keskustelufoorumi suoraan artikkeleihin liitettyllä Facebook-kommentointiupotuksella oli toimiva ratkaisu sikäli, että sisällöt synnyttivät sosiaalisina objekteina keskustelua tehokkaammin kuin tyhjä foorumi.

Koska esimerkiksi Facebook kuitenkin jakoi vastaajien mielipiteitä tässäkin kyselyssä, voidaan ehkä sanoa, että suhteessa paikallisuuteen liittyviin verkkopalveluihin tulisi sosiaalisen median palvelut nähdä lisäpalveluina (vrt. esim. Palvelukukka), joiden käyttöä ei voida asiakkailta edellyttää, mutta jotka tuovat lisäarvoa tietyille käyttäjäryhmille. Upotuksia ja integrointeja suunniteltaessa on kuitenkin hyvä muistaa, että kaikkien pilvipalveluiden osalta voivat muutokset (vrt. Ridell 2011, 20) tai häiriöt palvelussa estää upotusten tai toiminnallisuuksien käytön ja hankaloittaa näin palvelun ylläpitoa sekä vaikuttaa sen saavutettavuuteen.

Verkkopalveluiden käytön päätelaitteiden osalta havaittiin asiakkaiden tottumukset mobiilimmiksi kuin kirjastolaisten. Asiakkaiden keskuudessa kannettavat tietokoneet, puhelimet ja tabletit olivat suosituimpia päätelaitteina kuin kirjastolaisilla, jotka useimmiten käyttivät pöytäkonetta, ilmeisesti työn yhteydessä. Vaikka tablettien käyttö olikin kyselyajankohtana vähäistä, olivat kannettava, tabletti ja puhelin kuitenkin yhtä suosittuja tulevia hankintakohteita vastaajien keskuudessa. Mobiilikäyttäjiä kiinnostivat muita enemmän QR-koodit, paikannus, Twitter, LinkedIn ja sähköiset kirjat.

## **b) Miten vastaajat käyttävät paikallisuuteen tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?**

Kirjastoon liittyvistä palveluista suosituin asiakkaiden keskuudessa oli HelMet-aineistohaku, jota käytti säännöllisesti yli puolet asiakasvastaajista. Integrointeihin ja upotuksiin liittyvään pohdintaan viitaten voidaankin esittää, että yksi looginen paikka

paikallisuuteen liittyville verkkopalveluille tai toiminnallisuuksille olisi HelMet.fi:n yhteydessä. HelMetin jälkeen mahdollisesti tunnetuinta kysytyistä palveluista, YLE Elävää arkistoa, käytti säännöllisesti noin viidesosa asiakasvastaajista. Huomattavaa on, että paikallislehtien verkkosivut olivat prosentuaalisesti yhtä suosittuja kirjastolaisten ja asiakkaiden keskuudessa.

Kirjastoon liittyvistä palveluista etenkin Kirjastokaista, Kirjasampo, MuistiVantaa, Sanojen aika ja Vantaan kirjailijafoorumi olivat asiakkaiden keskuudessa melko tunnettomia. Kirjastot.fi:n ja etenkin kirjastojen Facebook-sivujen käytössä huomattavaa oli "tunnen, mutta en käytä"-vastausten suuri osuus. Kirjastot.fi on kirjastoammattilaisten käyttämä verkkopalvelu, joten voidaan päätellä, että asiakkaat eivät todennäköisesti ole löytäneet sieltä mitään kiinnostavaa. Facebookin osalta havainto voi viitata joko palvelun, ainakin tämän kyselyn puitteissa, mielipiteitä jakavaan luonteeseen tai siihen, että Facebook-tiedotus on liian kirjastolähtöistä.

Vastausten jakaumista huomataan, että juuri paikallisuuteen liittyvissä verkkopalveluissa kirjastolaisilla on paljon satunnais- ja tutustumiskäyttöä. Voidaan ehkä päätellä, että nämä palvelut eivät ole kirjastolaisten henkilökohtaisessa suosiossa, vaan he ovat tutustuneet niihin lähinnä työnsä puolesta.

Vastaajat käyttävät paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita mieluiten oma-aloitteisesti kotona, prosessi ei yleensä ole sosiaalinen eikä siihen tarvita asiantuntijan apua. Mielenkiintoista oli, että asiakkaista huomattava osa piti omien lasten tai lastenlasten seuraa mieluisana. Hajaantuneista vastauksista voidaan päätellä, että verkkopalveluiden käyttö ystävien tai kirjaston asiantuntijan kanssa olivat vastaustyyppinä outoja ja merkitykseltään laimeita. Voidaan pohtia miten tulokset olisivat muuttuneet jos näille vaihtoehdoille olisi annettu lisäarvoa esimerkiksi korostamalla opastuksellisuutta tai vaikkapa tuomalla mukaan pelillisyyttä.

**c) Miten tunnettu on Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelu, miten sitä luonnehditaan ja miten sitä voisi tulosten pohjalta kehittää?**

Tarinoiden Helsinki oli jopa yllättävän tunnettu ja käytetty kyselyyn vastanneiden asiakkaiden keskuudessa. Asiakkaista noin viidesosa, eli 34 kappaletta 157 vastaajasta oli tutustunut palveluun. Kirjastolaisista palvelun tunsi noin puolet, 49 kappaletta 101 vastaajasta. Jos palvelun tunnettuutta ja käyttöä vertaillaan muihin paikallisuuteen liittyviin verkkopalveluihin, on Helsingin Seutu –portaali tulosten perusteella vain hieman Tarinoiden Helsinkiä tunnetumpi ja käytetympi. Helsingin Seutu –portaalista, [www.helsinginseutu.fi](http://www.helsinginseutu.fi), löytyy muun muassa pääkaupunkiseudun opaskartta ja palvelukartta sekä linkit reittioppaaseen ja HelMet-verkkokirjastoon.

Tarinoiden Helsingin käyttöä mitattiin tarkemmin kysymyksessä paikallisuuteen ja kirjastoon liittyvistä verkkopalveluista, jossa tutustuneiden kappalemäärät pysyivät lähes samoina mitta-asteikkojen eroista huolimatta, asiakkailla 32 kappaletta 167:stä ja kirjastolaisilla 49 kappaletta 119:sta. Vastaajien kokonaismäärät kertovat, että osa käyttäjistä on ohittanut ensimmäisen, dikotomisen kysymyksen. Asiakasvastaajien kahden yksikön ero puolestaan kertonee tulkintaeroista Likert-asteikon ”tunnen ja olen tutustunut” ja ”tunnen, mutta en käytä” välillä. Suhteessa tutkimukseen tulokset kertovat mittauksen onnistumisesta ja tarkkuudesta.

Tarinoiden Helsingin osallistavuuden, houkuttelevuuden ja saavutettavuuden sekä käytön helppouden ja nopeuden mittaus yllätti sikäli, että kirjastolaiset suhtautuivat palveluun kriittisemmin kuin asiakkaat, erityisesti osallistavuuden osalta. Tulosta voidaan kaikkineen pitää keskimääräisenä. Todennäköisenä voidaan pitää, että asiakkaiden suhtautuminen on saattanut kyselyasetelmasta johtuen kääntyä todellista tilannetta positiivisemmaksi ja kirjastolaisten negatiivisemmaksi. Oikeampi kuva saattaakin syntyä siitä, että asiakkaista yrittäjät ja johtajat eivät pitäneet Tarinoiden Helsinkiä houkuttelevana tai osallistavana. Havainto selittyy sillä, että johtotehtävissä toimivat ovat tottuneet arvioimaan toiminnan kannattavuutta, eivätkä voi toimissaan kaihtaa kriittistä palautetta.

Vapaissa vastauksissa palvelua pidettiin lähinnä mielenkiintoisena ja monipuolisena. Myös ilmettä ja konseptia kehuttiin. Toisaalta palvelu nähtiin sekavana, hitaana, ja karttapohjaisuus katsottiin esteettömyysongelmaksi. Osallistavuus tuli vapaissa vastauksissa esille myös asiakkaiden taholta, sillä käyttäjien tuoman sisällön puutetta moitittiin. Kir-



jastolaiset moittivat palvelun kirjastolähtöisyyttä ja sen huonoa markkinointia. Mielenkiintoista oli, että myös paikallisuuden reaali maailmallisuus tuli esille, kun joku mainitsi, ettei näe tarvetta käyttää verkkopalvelua fyysiseen aineistoon tai paikkaan tutustumiseen. Parannusehdotuksissa kannatusta saivat tiedon selkeämpi jäsentäminen, linkkien lisääminen, yhteistyö ja integrointi olemassa oleviin palveluihin, osallistavuus ja mikrohistoriat sekä parempi markkinointi.

#### **d) Elävätkö asiakkaat ja kirjastolaiset erilaisessa kehittämistodellisuudessa?**

Tutkimustulokset kertovat karrikoidusti siitä, että asiakkaille tärkeitä ovat *ihmiset* ja kirjastolaisille *asiat*. Muistettava kuitenkin on, että kirjastolaiset ovat pääosin vastanneet kyselyyn työajalla ja työrooleissaan informaation asiantuntijoina. Voidaan myös kysyä, onko edes mielekästä vertailla koko kirjaston henkilöstön näkemyksiä asiakkaiden näkemyksiin puhuttaessa kehittämistodellisuuksista, kun suurin osa henkilöstöstä ei varsinaisesti ole mukana verkkopalveluiden kehittämisessä. Tässä tutkimuksessa kyse oli kuitenkin enemmän mind-setin erojen hahmottamisesta kuin kuilusta kehittäjän ja käyttäjän välillä. Jos kirjaston palvelutarjonta käsitetään kokonaisuutena, jossa on fyysisiä ja aineettomia osia, on oleellista koko henkilöstön palveluasenne eli fokuksen pysyminen asiakaskeskeisenä kautta kentän. Tässä tutkimuksessa kirjastolaisten vastaukset antoivat monenlaisia viitteitä siitä, että palveluasenteen luominen on yhä haaste ja vääränlainen teknologia- tai asiasuuntautuneisuus riski, joka voi tuottaa asiakastarpeisiin vastaamattomia palveluita (vrt. Gummesson teoksessa Grönroos 2001, 331; Zeithaml et. al. 2009, 348–349).

Teorian ja HelMet-kirjaston strategiatimantin perusteella voidaan esittää, että kirjaston palveluissa on muodostumassa asiakaskuilu kaupallisten isolla rahalla rakennettujen palveluiden asettamien odotusten ja kirjaston palvelutuotannon väliin (Zeithaml, Bitner & Gremler 2009, 32–33, 47). Kuten tutkimustuloksistakin voi päätellä, niin tässä yhteydessä henkilökunta ja asiakkaat kuitenkin jakavat saman todellisuuden, kuluttaen samoja kaupallisia palveluita. Mikäli henkilöstö vertaa sitä palvelua, mitä kirjasto vähäisillä resursseillaan pystyy tuottamaan, kaupallisten toimijoiden palveluihin, voi itseluottamus ja motivaatio heiketä, heikentäen lopulta palveluasennetta. Helppona ratkaisuna kuilun

kuromiseen näyttäytyy kaupallisten toimijoiden päihittäminen niiden omin ase-in, usein teknologian ja muotoilun keinoin.

Kilpailtaessa yksityisen sektorin kanssa liittyvät kirjaston ongelmat sekä kehitysresurssi-en vähyteen että ostamisen vaikeuteen. Suuremmissa järjestelmähankinnoissa kirjaston kykyyn tuottaa laadukkaita verkkopalveluita vaikuttaa etenkin laki julkisista hankinnois-ta, jonka tarkoituksena on varmistaa, että pienet toimittajat pystyisivät kilpailemaan isoja vastaan tasavertaisesti. Käytännössä laki ei toimi, koska pienet toimijat eivät pysty polkemaan hintoja yhtä alas kuin isot. Esimerkiksi julkisissa tietojärjestelmähankinnois-sa tämä tarkoittaa sitä, että kilpailutukset voittavat usein samat toimittajat, joilta saadaan laadultaan ja käytettävyydeltään heikkoja järjestelmiä. Tässä tilanteessa julkiset palvelun-tarjoajat, kuten kirjasto, huonoine järjestelmineen tai epäonnistuneine hankkeineen menettävät asemiaan yksityisille ja ketterämmille toimijoille, jotka voivat ostaa parasta nopeasti (vrt. Jordan & Silcock 2006, 276–277).

Johtajat ja palveluiden kehittäjät ovat epämiellyttävässä roolissa, parhaimmillaankin he voivat vain minimoida lain tuhoisia vaikutuksia. Vaihtoehtona olisi toki tehdä kaikki tuotekehitys itse, mutta tällaiseen ei kirjastoilla ole resursseja eikä osaamista. Ulkoistus tai yhteistyö kaupallisten toimijoiden kanssa on huono vaihtoehto sikäli, että se johtaisi asteittaiseen luopumiseen riippumattomuudesta –tällöin esimerkiksi lama-aikana, kun kirjastopalveluilla olisi kysyntää, ei kaupallisilla yhteistyökumppaneilla välttämättä olisi resursseja tai halua panostaa kirjastoon. Tietotekniikka ei myöskään ole mikä tahansa ulkoistettava kauppatavara (Jordan & Silcock 2006, 192), vaan sen tehokas hyödyntä-minen vaatii aina tietotaitoa, viestintää ja johtamista.

### **6.1.3 Johtopäätökset**

Kirjastojen tehtävä on edistää ihmisten yhtäläisiä mahdollisuuksia sivistyksellisten sisäl-töjen saavuttamiseen. Tärkeätä on ollut kirjastopalvelun ilmaisuus. Perinteisen kirjaston ongelma on kuitenkin ihmisten korkea ostovoima suhteessa fyysisen ja etenkin sähköi-sen aineiston hintaan, ihmisten mielenkiinnon hajaantuminen (pitkä häntä) ja lukemi-seen käytetyn ajan väheneminen: yhdessä nämä tekijät johtavat siihen, että normaalitu-loinen voi ostaa omakseen kaikki kirjat, jotka ehtii lukemaan. Uusien palvelukonseptien

kehittämisessä on huomioitava se, ettei ilmaisuus ole välttämättä niin merkittävä kilpailuetu kuin aiemmin. Myös toimitilaverkosto lainaamona menettää merkitystään kilpailuetuna, koska sähköiset aineistot tarjoavat ratkaisuja individualismin luomaan ajanpuutteeseen (vrt. Tuan 2006, 26–27).

Individualismi ja siihen liittyvä alempien tarpeiden tyydyttäminen (vrt. Maslow teoksessa Hyppänen 2009, 128–129) hyödyttääkin aina jatkuvan kasvun ideologiaa, kirjaston, ainakin ideaalisesti, edustaessa enemmän sosiaalisuutta, yhteisöllisyyttä ja henkistä kehittymistä –niin sanottuja ylempiä tarpeita. On helppo esittää, että näiden ylempien tarpeiden täyttäminen yhdessä kilpailuetujen tehokkaan hyödyntämisen kanssa on avain kirjaston palveluiden kehittämiseen. Käytännössä kirjasto on kuitenkin riippuvainen asiakkaistaan, olivat organisaation arvot sitten miten yleviä tahansa, siksipä tämäkin tutkimusprosessi asiakaslähtöisenä kehittämisenä puolustaa paikkaansa.

Prosessin onnistumisen arvioinnin lopuksi todettiin tutkimuksen antavan vastauksia siihen, miksi HelMet-kirjaston paikallisuuteen liittyvää verkkopalvelutarjontaa ylipäänsä kehitetään sekä kenelle kehitetään ja miten kehitystyötä tulisi tehdä. Kirjastolain ja teorian viitoittamasti voisi paikallinen yhteisöllisyys vielä nykypäivänäkin olla hyvä, terve kasvupohja sivistyksellisille tiedoille ja taidoille. Paikallisen yhteisön voisi nähdä vaikkapa hiljaisen tiedon lähteenä ja varsinaisena aikapankkina kuolemattomuutensa hukanneelle yksilölle. Yhteisöön kuulumisen voisi nähdä kehittävän kansalaisvalmiuksia, ehkäisevän eriarvoistumista ja vahvistavan yksilölle merkityksellisiä identiteettejä suhteessa globalisaatioon sekä de- ja postlokalisaatioon.

Käytännössäkin paikallisuus oli vastaajille tärkeää, mikä viittaisi siihen, että paikallisuuteen liittyvää verkkopalvelutuotantoa tarvitaan. Paikallisuuden luonnehdinnoissa toistuivat etenkin asiakasvastaajilla ihmiset sekä yhteisöt ja teorian viitoittamasti paikallisuuden tärkeydellä oli yhteys yhteisöllisyyden tärkeyteen. Aiheeseen liittyvien sisältöjen suosion pohjalta voidaan esittää, että paikallisuudesta kiinnostuneita kiinnostavat sisällöissä erityisesti *kytkökset fyysisiin paikkoihin*, *tarinallisuus* ja *auditiivisuus*. Vastaajien verkkopalveluiden käytössä ei käytetyimpien palveluiden osalta paljastunut mitään yllättävää. Huomioitavaa oli, ettei yhteisöpalveluiden käytöllä ollut yhteyksiä paikallisuuden

tai yhteisöllisyyden tärkeyteen. Paikallistietoon liittyviä verkkopalveluita vastaajat käyttäisivät mieluusti integroituina niihin palveluihin, joita muutenkin käyttävät.

Kirjaston todelliset kilpailuedut liittyvät toistaiseksi riippumattomuuteen ja kattavaan pääkaupunkiseudunlaajuiseen tilaverkostoon. Jos kirjasto kehittää verkkopalveluita, pitäisi kirjaston kehittää verkkopalveluita, jotka edistävät asiakkaan arvon luomista, mutta jollaisia mikään kaupallinen toimija ei taloudellisista syistä halua tai voi kehittää. Nämä verkkopalvelut tulisi kytkeä kirjaston fyysisiin tiloihin. Tälläkin hetkellä HelMet-aineistohaku on juuri tällainen palvelu: se on käyttäjälleen ilmainen ja sidoksissa fyysisissä tiloissa olevaan aineistoon. Kyselyn tulosten perusteella palveluita voitaisiin kytkeä myös muihin fyysisiin paikkoihin esimerkiksi kulttuuripolkujen muodossa.

Teorian ja empirian pohjalta mielenkiintoisena näyttäytyy se, miten osallistaminen ja palvelun arvon luominen voitaisiin kirjaston verkkopalvelutuotannossa yhdistää hyödyntäen kilpailuetuja. Usein puhutaan crowdsourcingista, joukkoistamisesta, joka on eräänlaista kustannussäästöihin tähtäävää ulkoistamista. Arvon luomisen puolestaan nähdään tapahtuvan osapuolten erityisresursseja hyödyntävässä vuorovaikutuksessa, jossa oleellista on synnyttää resurssiyhdistelmä, jolla voidaan luoda parempaa palvelua osalle markkinoista.

Tämän tutkimuksen piirissä arvon luominen viittaa vahvasti paikallisyhdistysihmisiin. Nämä aktiivit (joita edusti tässä kyselyssä 101 vastaajaa) voisivat olla kirjastolle tärkeä resurssi vaikkapa erilaisten paikallisuuteen liittyvien työpajojen vetäjinä niin, että kirjasto tarjoaisi toimintaan tiloja, välineitä ja uusia tiedotuskanavia (HelMet.fi, kirjaston tilat). Arvona yhdistysihmisille olisi tietysti yhdistyksen tunnettuuden ja jäsenmäärän lisääntyminen. Tällaiseen toimintaan liittyy myös osallistaminen, eli paikallisuudesta kiinnostuneiden (joita edusti tässä kyselyssä 66 vastaajaa), mutta toistaiseksi passiivisten ihmisten ottaminen mukaan toimintaan tapahtumien ja opastusten avulla.

Sitoutumisen palveluiden kehittämiseen on oltava pitkäjänteistä. Kun perustetaan verkkopalvelu, sitoo se aina ylläpidollisia resursseja moderointiin, virhetilanteisiin reagoimiseen (palvelutason ylläpito), kävijäseurantaan (mittaaminen) sekä toimintaympäristön muutoksiin reagoimiseen ja palvelun (palvelukokemuksen) kehittämiseen. Pienillä re-

sursseilla ei voida ylläpitää kovin laajaa verkkopalvelutarjontaa ilman, että uuden kehittämisen jää vanhan ylläpidon jalkoihin. Juuri tästä syystä keskittäminen, kirjaston tapuksessa seudullistaminen, voidaan nähdä mielekkäänä. Kun keskitetään, tärkeää on myös tarkastella koko seudullista HelMet-palvelutarjoomaa, sekä verkkopalveluita että fyysisiä palveluita, kokonaisuutena. Tällöin vältetään ns. osaoptimoinnin aiheuttamat haitat.

Verkkopalveluiden kehittämisessä tulisi yrittää hyödyntää olemassa olevia palveluita siinä missä resursseja sitova ylläpitotyö on vältettävissä. Ottamatta tarkemmin kantaa tekniseen toteutukseen, voidaan esittää, että enemmän kuin itsenäisenä sivustokokonaisuutena, tulisi kehitettävä verkkopalvelu nähdä upotettavina, parametroitavina komponentteina. Nämä komponentit olisivat upotettavissa suosituimpiin aiheeseen liittyviin verkkopalveluihin, kuten HelMet.fi:hin tai Helka ry:n sivustoille arvoa tuottaviksi lisäpalveluiksi. Mobiililaitteissa komponentit voisivat myös toimia itsenäisinä, selainpohjaisina sovelluksina.

Reaalimaailman ja verkkopalveluiden yhteyksiä pystytään luomaan esimerkiksi työpaikoissa, joissa käytetään palveluita vertaisesti, yhdessä muiden kanssa. Kyselyn tulosten perusteella tämä on haastavaa, koska verkkopalvelut eivät ole yhteisöllisiä eikä niitä myöskään yleensä haluta käyttää yhteisöllisesti. Myöskään kirjastoammattilaisten antama opastusta verkkopalveluiden käyttöön ei vastaajien keskuudessa arvostettu. Yksin tämän tutkimuksen puitteissa on vaikeaa antaa vastauksia siihen, mitä rajapinnat verkkopalveluiden ja fyysisten paikkojen sekä yhteisöjen välillä voisivat olla. Lisätyn todellisuuden ratkaisut tai pelillisyyden voisi nähdä mielenkiintoisina vaihtoehtoina. Huomiotta ei voida kuitenkaan jättää sitä, että vaikka kytkeytä reaalimaailman ja verkkopalveluiden välille kaivataan, on verkkopalveluilla vahva yksityinen, epäsosiaalinen puoli (vrt. Ridell 2011, 74).

## **6.2 Tutkimuksen luotettavuus**

Käytettäessä www-kyselylomaketta haasteena on otanta perusjoukosta. Kaikkien internetin käyttäjien sähköpostiosoitteista ei ole olemassa rekisteriä, joten systemaattisesti valittu edustava otos suuresta perusjoukosta on vaikea toteuttaa. Toisaalta kovin laa-

joissa sähköpostituksissa ongelmaksi voi nousta myös alhainen vastausprosentti viestin sekoittuessa roska- ja mainospostiin. Näiden seikkojen vuoksi www-kyselylomakkeella kerätty tutkimusaineisto muodostuu usein selkeärajaista tietyn organisaation kautta tavoitettavista ryhmistä, kuten oppilaitoksen opiskelijoista, tietyn yrityksen työntekijöistä tai vaikkapa verkkopalvelun rekisteröityneistä asiakkaista. (Dillman, Smyth & Christian 2009, 9)

Vehkalahden (2008, 47) mukaan www-kyselylomakkeella kerätyn aineiston ei yleensä nähdä täyttävän otoksen kriteereitä. Verkkosivulla tiettynä ajankohtana täytettävissä olevaa kyselyä kutsutaan sattumanvaraiseksi tai itsevalikoituvaksi näytteeksi. Harkinnanvaraisesta näytteestä puhutaan, kun sähköinen kysely suunnataan tietylle kohde-ryhmälle esimerkiksi sähköpostitse. Tässä tutkimuksessa tutkimusaineisto koostui sekä harkinnan- että sattumanvaraisista näytteistä, joihin pohjautuvien johtopäätösten yleistäminen, ilman aitoa otanta-asetelmaa, jää tutkijan ammattitaidon varaan. Kuten Holopainen ja Pulkkinen (2004, 34) asian ilmaisevat, voi näytteenotto menetelmänä tuottaa luotettavia tuloksia, mutta edellyttää tutkijalta varovaisuutta tulkinnoissaan. Toisaalta kun puhutaan kvantitatiivisesta tutkimuksesta, kartoitetaan Heikkilän (2004, 16) mukaan lähtökohtaisesti nykytilaa, ei selvitetä syitä tulosten taustalla. Tämä tarkoittaa sitä, että johtopäätöksiä voidaan joka tapauksessa pitää tulkinnanvaraisina.

Validiteetti on mittauksen luotettavuuden ensisijainen peruste ja yhtenäinen käsite, jolla tarkoitetaan mittaustuloksista tehtyjen päätelmien mielekkyyttä ja käyttökelpoisuutta. Validiteetti kertoo, mitataanko sitä mitä piti. Kun päätelmien validiteettia tarkastellaan erityyppisen empiirisen evidenssin kautta, voidaan raportoinnin helpottamiseksi puhua esimerkiksi sisältövaliditeetista, kriteerivaliditeetista, ennustevaliditeetista, samanaikaisvaliditeetista tai konstruktiovaliditeetista. Ensisijaisesti validiteetti kytkeytyy sisällöllisenä kysymyksenä tutkittavaan ilmiöön, eli toisin sanoen missä määrin mittarit edustavat mitattavaa sisältöaluetta. (Heikkilä 2010, 186; Nummenmaa et. al. 1997, 203; Vehkalahti 2008, 41.)

Sisältöön liittyvänä validiteettievidenssinä voidaan pitää sitä, että kyselytutkimuksen luotettavuuteen ja laatuun vaikuttavat sisällölliset, kielelliset, tilastolliset, kulttuuriset ja tekniset seikat pyrittiin huomioimaan jo kyselyn suunnittelussa. Lisäksi vahvana kon-

struktiivitteisenä näyttönä validiteetista voidaan esittää teoriassa toisiinsa liittyvien käsitteiden yhteys myös mittaustuloksissa, esimerkkinä paikallisuus ja yhteisöllisyys. Validiteettia tukevana seikkana voidaan pitää myös sitä, että kyselylomakkeen kysymykset operationalisoitiin (ks. Vehkalahti 2008, 18) eli johdettiin ymmärrettävään ja käytännönläheiseen muotoon tutkimuskysymyksistä ja empiriaan liittyvät tutkimuskysymykset olivat puolestaan tarkentuneet teorian pohjalta. Vastajia ei myöskään ainoastaan pakotettu projisoimaan näkemyksiään pelkästään tutkijan määrittämiin kategorioihin (vrt. Nummenmaa et. al. 1997, 208), vaan heidän annettiin vapaasti määritellä, mitä esimerkiksi paikallisuus merkitsi ennen sen tärkeyden arviointia Likert-asteikolla: näin myös varmistettiin mahdollisuudet sekä laadullisiin, että määrällisiin tulkintoihin. Näiden perusteiden nojalla voidaan mittauksia pitää validina. (vrt. Nummenmaa et. al. 204; Vehkalahti 2008, 40.)

Mikäli mittaus on validi, voidaan siirtyä tarkastelemaan sitä miten tarkasti on mitattu eli reliabiliteettia. Mitä virheettömämpi mittaus on, sitä parempi on sen reliabiliteetti. (Vehkalahti 2008, 41.) Heikkilän (2010, 187) mukaan reliabiliteetti tarkoittaa mittauksen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen sisäinen reliabiliteetti todetaan mittaamalla tilastoyksikkö useampaan kertaan: jos tulokset ovat samat, on mittaus reliabeeli. Ulkoinen reliabiliteetti puolestaan tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta. Jos mittaus on toistettavissa muissa tutkimuksissa ja tilanteissa, ovat myös sen tulokset yleistettävissä.

Tämän tutkimuksen sisäistä reliabiliteettia tukee erityisesti se, että vastaajien suhteelle paikallisuuteen ja yhteisöllisyyteen oli useita mittareita, joiden välillä havaittiin säännönmukaisia ja loogisia korrelaatioita (vrt. Heikkilä 2010, 187). Pohdittaessa tutkimuksen ulkoista reliabiliteettia, eli toistettavuutta ja yleistettävyyttä, on kuitenkin uudestaan todettava, ettei tutkimusaineistoa voida kutsua otokseksi, vaan on puhuttava näytteestä. Kirjastolaisten osalta näytteen voidaan katsoa edustavan perusjoukkoa, eli kaikkia HelMet-kirjaston työntekijöitä, koska vastaajien sukupuoli ja ikäjakauma tukevat oletusta. Asiakasvastaajien osalta yleistettävyys olisi pystytty todentamaan osoittamalla, ettei paikallisyhdistystoimijoiden ja muiden asiakkaiden vastausten välillä ole tilastollisesti merkitseviä eroja. Tällaisen päätelmän validiteetti olisi kuitenkin otantatavan huomioi-

den ollut kyseenalainen, koska se olisi perustunut sattuman- ja harkinnanvaraisten näytteiden vertailuun.

Kirjastolaisten ja asiakkaiden vastausten samankaltaisuudet ja toisaalta erot, jotka pystytään selittämään, viittaavat kuitenkin käytännössä näytteiden edustavuuteen. Yleistettävyyttä tukee myös paikallisyhdistysihmisten ja muiden asiakkaiden vastausten erojen vähäisyys. Niissä kohdin kun asiakas- tai kirjastolaisvastaajien valikoituminen on vaikuttanut tuloksiin, kuten esimerkiksi Karhusuon ja Pitäjänmäen suosio kaupunginosina, oli poikkeamat helppo havaita ja jäljittää, tutkimustulosten muutenkin ollessa lopulta asiayhteyteensä liittyviä tutkijan laadullisia päätelmiä. Sitä, että www-kyselyyn vastaajat mahdollisesti edustavat verkossa aktiivisinta osaa kohderyhmästään, ei tämän tutkimuksen kontekstissa voida pitää ongelmana, vaan se pikemminkin parantaa tulosten laatua. Voidaan siis pitää todennäköisenä, ettei vastaajien valinta satunnaisesti asiakkaiden ja kirjastolaisten keskuudesta olisi merkittävästi vaikuttanut lopullisiin tuloksiin eli tehtyihin päätelmiin.

### **6.3 Rajoitukset ja yleistettävyys**

Kuten pohdinnoissa luotettavuudesta tuotiin esille, jää näyteaineistoihin perustuvien päätelmien yleistäminen tutkijan ammattitaidon varaan. Tämä pätee etenkin asiakasvastaajiin, joiden valikoitumiseen vastaajiksi ovat voineet vaikuttaa monenlaiset seikat. Asiakasvastaajien harkinnanvarainen näytteenottoprosessi on sinänsä mahdollista toistaa samanlaisena, mutta vastaajien valikoitumiseen ei pystytä vaikuttamaan. Asiakkaiden vastauksista tehtyjen päätelmien yleistettävyyttä tukevat kuitenkin edellä kuvatut laadulliset perusteet. Kirjastolaisten vastaajien osalta tutkimustuloksia voidaan taustatietojen jakaumien valossa ja näytteen koon edustavuuden vuoksi pitää yleistettävänä perusjoukkoonsa eli HelMet-kirjaston työntekijöihin.

Puhuttaessa yleistettävyydestä, puhutaan kuitenkin paikallisyhdistysten kautta kerättyjen asiakasvastaajienkin osalta vain noin 20 000 henkilön suuruisesta perusjoukosta. Vaikka käsiteltävä aihe oli yleinen, käsiteltiin sitä tässä tutkimuksessa kirjaston kehittämistoiminnan puitteissa ja tutkimusta ohjaava kehittäminen keskittyi pääkaupunkiseudulle. On myös muistettava, että tutkimusmenetelmät noudattivat valittua tutkimusotetta,



joka painotti tiedon käyttökelpoisuutta tieteellisen kontribuution laadun sijaan. Näistä rajoituksista huolimatta on kuitenkin todennäköistä, että paikallisuuden kokemiseen liittyvät havainnot ja paikallisuuden tärkeyden yhteydet verkkopalveluiden käyttöön olisivat hyvinkin yleistettävissä.

Koko tutkimuksen johtopäätöksiin ovat vaikuttaneet myös muut empiiriset osat, kuten haastattelututkimuksen tulokset (Ks. Liite 2) ja näiden tulosten sekä muiden empiiristen pohdintojen sijoittaminen palvelun kehittämisen malleihin luvussa 4. Tutkimustulosten laatua voidaan tarvittaessa myöhemmin arvioida joko toistamalla strukturoitu kysely, strategiatimanttiin pohjautuva haastattelu tai hyödyntämällä syvällisempiä laadullisia menetelmiä.

#### **6.4 Tulosten hyödyntäminen**

Koska vastaavia vertailevia mielipidetutkimuksia asiakkaiden ja kirjaston henkilökunnan välillä ei ole tehty, ovat tulokset mielenkiintoisia kaikille yleisille kirjastoille. Tutkittavan ilmiön ja asiakasnäytteen rajauksen johdosta tulokset ovat hyödynnettävissä erityisesti paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden kehittämisessä. Tulokset voivat mahdollisesti hyödyttää yleisemminkin aihepiiriin liittyviä toimijoita, kuten vaikkapa paikallisyhdistyksiä. Verkkopalvelujen käyttö ja paikallisuuden kokeminen on aiheena mielenkiintoinen eikä sitä ole Suomessa aiemmin tutkittu tällä tasolla.

Tämän tutkimuksen puitteissa palveluihin ja etenkin verkkopalveluihin kohdistuva kehittämistoiminta nähtiin niin toimintaympäristöstään riippuvaisena ja puitteiltaan (vrt. Åberg 2000, 228) sekä mahdollisuuksiltaan alati muuttuvana, ettei minkään teoreettisen suunnitelman tai mallin antamista kehittämiselle voitu pitää mielekkäänä. Tutkimuksen merkittävin anti kirjaston koko palvelutarjooman kehittämiselle liittyykin kirjaston tehtävään, edellytyksiin ja strategiaan sekä käyttäjätietoon perustuviin suuntaviivoihin.

Kuten luvussa 4.1 esitettiin, on osin tämän tutkimuksen piirissä nousseita konsepteja ja ideoita jo siirtynyt käytäntöön HelMet-verkkopalveluissa (vrt. Hyötyläinen 2005, 40). Tutkimusotetta mukaillen voidaan sanoa, ettei ideoiden tai konseptien omistajuudella tai syntyhistorialla toisaalta ole merkitystä kohdeorganisaatiolle, eikä tutkimuksessa py-

rittäkään rajaamaan käyttökelpoiseksi havaitun tiedon käyttöyhteyttä (vrt. Hyötyläinen & Nuutinen 2010, 128).

## 7 Jatkokehitysehdotukset

Kuten teoriassa esitettiin, voidaan palvelun kehittämistä lähestyä Edvardssonin, Gustafssonin, Kristenssonin, Magnussonin ja Matthingin (2006, 6) ajatuksia soveltaen 1) keräämällä tietoa asiakkaista, 2) synnyttämällä toiveiden ja tarpeiden pohjalta uusia ideoita, 3) asemoimalla ideat tarjoamaan ja prototypoimalla, 4) testauttamalla uusi palvelu asiakkailla ja 5) parantamalla asiakkaiden palvelukokemusta. Tämän tutkimuksen puitteissa päästiin korkeintaan kolmanteen vaiheeseen eli tarkasteltiin asemointia tarjoamaan, ainakin teorian tasolla, lähtemättä kuitenkaan vielä prototypoimaan ideoita, saati parantamaan asiakkaiden palvelukokemusta.

Tämä tutkimus antaa viitteitä ja suuntaa sille, miksi, miten ja millä välinein paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita tulisi jatkossa kehittää. Ajatusmalli poikkeaa kehittämiskulttuurista, jossa toiminnan suunnittelu liittyy lähinnä hankerahahakemuksiin ja operaatiiviset toimet mahdollisesti kevyin perustein myönnetyn hankerahan käyttämiseen. Mikäli kirjasto pystyy jatkossa hyödyntämään hankerahaa ja sisäisiä resursseja paikallisuuteen liittyvien verkkopalveluiden kehittämiseen, ovat tämän tutkimuksen tulokset hyvä pohja kehittämislle. Tällöin voidaan edellä mainitussa vaiheistuksessa siirtyä mahdollisesti suoraan prototypointiin olemassa olevien ideoiden pohjalta ja myöhemmin edetä tästä tutkimuksesta pois rajatun käytettävyydestä kautta palvelukokemuksen parantamiseen, jota nyt päästiin käsittelemään vain hyvin yleisesti teorian tasolla.

Vaikka tutkimus eräänlaisena markkinatutkimuksena kuului perinteisen markkinoinnin piiriin, sopii kirjaston arvoihin erinomaisesti se, ettei asiakkaita pidetä vain markkinoinnin kohteina, vaan palvelulogiikan mukaisesti luovina toimijoina, resursseina ja yhteistyökumppaneina (vrt. Ojasalo & Ojasalo 2010, 14). Tämä näkemys asiakkaista ja tutkimukseen valittu ote sekä verkostoja synnyttävä näytteenottotapa tukivat toisiaan. Todisteena tästä kyselyyn vastanneista 86 oli kiinnostuneita osallistumaan HelMet-kirjaston palveluiden kehittämiseen ja täytti yhteystietonsa. Nämä vastaajat ovat potentiaalinen resurssi, jota voidaan lähestyä vaikkapa uuden tarkemmin rajatun kyselyn tai haastattelun keinoin. Mahdollista voisi olla myös käyttää resurssia testaamisessa ja ke-

hittämisessä, palvelun kehittämisen termein osana kumpaakin tahoja hyödyttävää arvon-  
tuotantoprosessia.

## 8 Prosessin onnistuminen ja tutkijan rooli

Prosessin onnistumista voidaan arvioida sekä tutkimuksellisen kehittämistoiminnan että henkilökohtaisen oppimisen näkökulmista. Metodologian, tutkimusmenetelmien ja teoriassa esiteltyjen mallien valinta sekä itse tutkimustyö oli organisaation luonteesta johtuen todella haastava. Tutkimuksen metodologiseksi perustaksi valittu työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen painotti verkostojen muodostamista ja tutkimuksen ohjautumista tuottamaan kehittämistoiminnan mukaista käyttökelpoista tietoa. Lähtöasetelmana ero toimintatutkimukseen oli ehkä käytännössä semanttinen, koska sillä hyödyntääkö kehittäminen tutkimustuloksia, vai ohjaako tutkimus kehittämistä, ei tulosten näkökulmasta ole merkitystä. Sitoumuksena suhteessa toimintaympäristöön tehty valinta oli kuitenkin oleellinen ja onnistunut.

Tutkittaessa metodologista perustaa suhteessa toteumaan, voidaan sanoa, että tutkimusotteen painottama verkostojen muodostaminen toteutui. Yhteyksiä paikallisyhdistyksiin saatiin rakennettua melko pienin ponnisteluin ja suhtautuminen hankkeeseen oli pääosin innostunutta. Verkostoja syntyi myös kirjaston sisäisessä seudullisessa toiminnassa erilaisissa hankkeissa, seminaareissa ja työpajoissa, usein osana muutosta, joka oli lähtenyt liikkeelle HelMet.fi-verkkopalvelun uudistusprojektista ja siihen liittyvistä prosesseista.

Valittu metodologinen perusta, jossa kehittäminen ohjaa tutkimusta, osoittautui sikäli toimivaksi, että tutkimuksen rajaus muuttui useaan otteeseen hankkeen aikana. Muutoksia toimintaympäristössä ounasteltiin jo projektisuunnitelmassa riskeinä, joiden toteutumiselta ei vältytty. Tutkimusotteen mukaisesti nämä muutokset ohjasivat kehittämistä. Toisaalta tutkimus ei ollut sitoutunut yhteen tiettyyn kehittämishankkeeseen. Aivan alussa tavoitteena oli keskittyä MuistiVantaa-verkkopalvelun kehittämiseen niin, että erityinen mielenkiinto olisi kohdistettu seniorikäyttäjiin ja esteettömyyteen. Aiheesta kuitenkin luovuttiin erään kollegan suosituksesta: hän piti kokemuksesta senioreja liian haastavana kohderyhmänä. Seuraavaksi nousi esiin Tarinoiden Helsinki, joka palveluna sivuaa tutkittavaa aihetta, ja jonka seudullistamisesta oli ollut puhetta. Tällöin keskiössä olisivat olleet seudullistamisen prosessit ja palvelun käytettävyyden parantaminen.

Tarinoiden Helsingin seudullistamiselle oli HelMet-johtoryhmän hyväksyntä, jonka johdosta tekijä käynnisti tutkimus- ja kehittämishankkeen, mutta projektisuunnitelma pelotti johtoryhmää liikaa resurssien käytön osalta, eikä projektia käynnistetty. Tutkimus- ja kehittämishankkeessa oli kuitenkin varauduttu tällaisiin muutoksiin, joten painopistettä siirrettiin yleisemmälle tasolle. Tämä tarkoitti käytännössä kyselyn kysymysetin laajentamista ja fokuksen siirtämistä käytännön kehittämisestä yhä enemmän konseptien kehittämiseen, kehittämistoiminnan suunnitteluun ja asiakaslähtöisyyteen. Tarinoiden Helsinki pidettiin yhä mukana potentiaalisena kehittämisen kohteena ja esimerkkipalveluna. Myös seudullisesta HelMet-näkökulmasta pidettiin kiinni. Voidaan sanoa, että prosessi todella oli spagettimainen kokonaisuus, jossa erilaiset hankkeet, prosessit, toimijat ja päämäärät risteilivät jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään.

Rajauksen muuttuessa tekijälle tuli hiljalleen selväksi, että kirjaston toiminta- ja rahoitusmalli tai kehittämisen kulttuuri ei välttämättä tue kehittämistoimintaa. Liiketoiminnassa mittarien asettaminen, niiden seuraaminen ja vertailu muihin toimijoihin on helppoa. Yrityksen voiton tuottamisen tarkoitukseen kytkeytyvien mallien soveltaminen kirjastoon sivistystoimen toimijana kuitenkin havaittiin hankalaksi ja paikoin tuloksettomaksi. Kirjastolla ei myöskään organisaationa ollut käytössä mitään selkeitä verkkopalveluiden kehittämiseen liittyviä tietohallinnon tai IT-projektien malleja, saati edes käytänteitä, joiden laatua olisi prosessissa voitu mallien ja standardien avustuksella kehittää. Itse asiassa tietotekniset henkilöresurssit ja resurssit ylipäättään olivat niin vähäiset ja sattumanvaraisesti käytettävissä, ettei projektiorganisaatiosta tai edes johdetuista projekteista, yhtä poikkeusta (ks. HelMet.fi uudistusprojekti, luku 4.1) lukuun ottamatta, voinut kirjaston tapauksessa puhua. Mainittakoon lisäksi, että resurssien seudulliseen hyödyntämiseen vaikutti se, että resurssit oli jo sidottu kuntien käyttöön. Resurssien yhteiskäytön etuja kullekin kunnalle ei yleensä pystytty hahmottamaan.

Lopulta aiheen ja teorian rajaamisen yhteydessä tarkastelluista malleista ja aihepiireistä havaittiin palvelun kehittämiseen liittyvien mallien soveltuvan parhaiten tutkimuksen lähtökohtaan, joka oli kirjaston palveluiden asiakaslähtöinen kehittäminen. Tärkeämmäksi kuin prosessien mitattava laatu, tehokkuus tai tuottavuus nousikin organisaation tarjoaman palvelun arvo asiakkaille, jotka sekä kuluttavat palvelua että käyttäytymisel-

lään ja puheillaan vaikuttavat yleiseen mielipiteeseen, ja tätä kautta mahdollisesti myös päättäjiin ja rahoitukseen suhteessa kirjastoon.

Tekijä toimi tutkimuksen aikana Vantaan kaupunginkirjaston tietojärjestelmäyksikössä verkkopalveluasiantuntijana, työskennellen lähinnä seudullisissa HelMet-kirjaston tehtävissä, etenkin HelMet.fi-verkkopalvelun uudistamisessa, mutta myös lukuisissa pienemmissä hankkeissa. Tutkimus- ja kehittämishankkeessa tekijä oli käytännössä ainoa resurssi ja hankkeen aikana kollegoilta oli mahdollista saada lähinnä näkemyksellistä tukea. Tutkittava aihe oli tekijälle outo ja käsitteellisesti vaikea. Sotkeutumiselta sosiaalitieteisiin ja jopa maantieteeseen ei teorian tutkimisessa voinut välttyä. Toisaalta palvelun kehittämiseen liittyvä teoria oli käsitteellisesti yksinkertaista, ainoana haasteena joidenkin osien soveltuminen kirjastomaailmaan ja teorian pohjalta kerätyn empiirisen haastatteluaineiston relevanttius. Erilaisten asioiden yhdistelystä seurannutta poikkitieteellistä otetta ei kuitenkaan tutkimusprosessin ja -tulosten valossa voida pitää eklektisenä, ainakaan negatiivisessa merkityksessä (Sanderson 1987 teoksessa Kainulainen 2005, 20), vaan enemmänkin käsittelyä rikastavana tekijänä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 60–64).

Syvällinen teoria täsmensi tutkimuskysymyksiä, joiden operationalisointi kyselylomakkeen kysymyksiksi oli haastava prosessi, jossa ei ehkä täysin onnistuttu. Toisaalta lomakkeen laajuus helpotti päätelmien tekemistä ja mittauksen reliabiliteetin toteamista, toisaalta karsimalla kysymyssettiä olisi analyysivaihe helpottunut. Yllättävän paljon analyysivaiheeseen vaikuttivat myös valitut tekijälle entuudestaan tuntemattomat työvälineet, Excel Tilastoapu ja Webropol, käyttötapoineen. Jälkikäteen voi todeta, että Webropolin piirteistä johtuen tiettyjen kysymysten luokittelu- ja mitta-asteikot olisi kannattanut käsittelyn nopeuttamiseksi tehdä eri muotoon, mikä olisi helpottanut analyysijä todella paljon. Tutkimusaineisto olisi ollut analysoitavissa vieläkin tarkemmin ja monipuolisemmin, mutta jo tällaisenaan analyysit ja etenkin päätelmien johtaminen olivat työläs ja haastava prosessi.

Oppiminen toteutui prosessissa monella tasolla, eikä vähiten siitä syystä, että matkan varrelle mahtui sekä onnistumisia että vastoinkäymisiä. Organisaation tuki hankkeelle, tekijän työtehtävien kuorma ja prioriteetit vaihtelivat hankkeen edetessä. Tutkimukses-

sa syntyneitä ideoita myös vuoti muihin hankkeisiin, joko konkreettisina konsepteina tai hiljaisena tietona, mikä oli hyödyksi organisaatiolle, mutta ei motivoinut tutkimusraportin viimeistelyyn. Tekijän muut opinnot hidastivat edistymistä tiukkoine aikatauluineen. Nämä seikat vaikuttivat väistämättä tekijän jaksamiseen suorittaa projekti suunnitellussa ajassa. Organisaation sisällä ajalliset poikkeamat suunnitellusta eivät kuitenkaan vaikuttaneet kehittämisen onnistumiseen, koska varsinaisia resursseja kehityshankkeelle ei lupaavasta alusta huolimatta järjestynyt.

Aikataulun, rajauksen ja organisaation tuen muutokset eivät kuitenkaan tarkoittaneet sitä, ettei tutkimuksellinen kehittäminen olisi toteutunut, ja toteutuisi myös jatkossa tutkimusotteen edellyttämällä tavalla, koska konsepteja siirtyi jo tutkimusaikana lupaavasti reaaliin maailmaan, esimerkiksi HelMet.fi-verkkopalvelun uudistuksessa ja ideoina päivittäisessä kehittämistoiminnassa. Saatuja tuloksia voidaan hyödyntää uuden paikallisuuteen liittyvän verkkopalvelutarjonnan suunnittelussa. Teorian ja erityisesti empirian pohjalta voidaan sanoa, että organisaationa kirjastolle haasteellista on juuri kehittämistoiminnan suunnitelmallisuus. Oleellista on selvittää miksi kehitetään, kenelle kehitetään ja miten kehitetään: näihin kysymyksiin tämä tutkimus antaa vastauksia.



## Sanasto

alueen identiteetti	tietyn alueen identiteetti
aluetietoisuus	ihmisten tiettyyn alueeseen kytkeytyvä identiteetti, paikallisidentiteetti
arvolupaus	Palveluntarjoajan asiakkaan arvontuotantoprosessien pohjalta luoma asiakasta houkutteleva lupaus palvelun käyttöarvosta.
arvon luominen	Prosessi, jossa asiakas ja palveluntarjoaja luovat arvoa yhdessä.
asiakaskuilu	Kuilu asiakkaan palveluun kohdistamien odotusten ja toteutuneen subjektiivisen palvelukokemuksen välillä.
asiakaslähtöisyys	ks. käyttäjälähtöisyys, käyttäjälähtöinen kehittäminen
co-creation	ks. arvon luominen
crowdsourcing	Joukkoistaminen, eli kehityksen tai tiedon tuottamisen ulkoistaminen esim. verkkopalvelun käyttäjäkunnalle.
customer gap	ks. asiakaskuilu
delokaalinen kulttuuri	keskittyvä valtiokulttuuri, meritokratia
diskurssi	Lausumajoukko, joka tarjoaa kielen tiettyä aihetta koskevasta tiedosta keskusteluun. Aihetta rajaava näkökulma, joka sulkee pois muita näkökulmia.
dystopia	dys-utopia, synkkä tulevaisuuskuvitelma

E-S-QUAL	verkkopalvelun laatua mittaava asteikko
elämäntapa	Laajasti tulkittuna elämänhistorian ja elinolojen kautta jäsen- tyvä, nykyisten elämäntapamuotojen ja -asenteiden kokonai- suus, joka voi liittyä yksilöön, perheeseen, sosiaaliseen ryh- mään, sukupuoleen, sukupolveen tai luokkaan.
epistemologia	käsitys totuuden luonteesta
glokaali	yleisen ja erityisen yhdistävä, vrt. globaali
goods dominant logic, industrial logic	tavarakeskeinen liiketoimintalogiikka
human-driven design (HDD)	Taustoiltaan erilaisten käyttäjien ja käyttäjäryhmien yksilöllis- ten tarpeiden huomioiminen palveluiden ja tuotteiden suunn- ittelussa. Tarkentaa terminä käyttäjälähtöistä suunnittelua.
HelMet	Helsinki Metropolitan Area Libraries. Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten kaupunginkirjastojen konsortiomuo- toinen yhteenliittymä, jolla on yhteinen kirjastojärjestelmä.
identiteetti	Kollektiivinen minuus, eli yksilöissä ilmenevä yhteisöllisyys tai yksilön itseymmärrys kollektiivisesta minuudesta.
ihmislähtöisyys, ihmislähtöinen suunnittelu	ks. human-driven design
innovaatio	Keksintö, joka tuottaa uudenlaista arvoa jollekin ihmisryh- mälle, yritykselle, organisaatiolle tai yhteiskunnalle.

innovaatiopolitiikka	Toimenpiteet, joilla yrityksiä yhteiskunnan taholta kannustetaan innovaatiotoimintaan.
joukkoistaminen	ks. crowdsourcing
konsortio	organisaatioiden muodostama, niiden etuja ajava yhteenliittymä
konstruktivismi	tutkimussuunta, jonka taustaoletuksena on tiedon sosiaalinen rakentuminen
kriittinen kehittämisorientaatio	näkökulmien avaaminen tasapuoliselle keskustelulle
kulttuuri	Monitahoinen käsite, jonka määritelmiä yhdistää kollektiivisuus ja yhteisöllisyys. Yhteistä, jaettua ja opittua, omaa tai muiden kulttuuria.
käyttäjakeskeisyys, käyttäjakeskeinen suunnittelu	Tässä tutkimuksessa käyttäjän prosessin selvittäminen, ratkaisujen kehittäminen ja mittaaminen (vrt. UsabilityNet 2006).
käyttäjälähtöisyys, käyttäjälähtöinen suunnittelu	Tässä tutkimuksessa palveluntarjoajan integroituminen asiakkaaseen. Integraatio voi olla monen tasoista, ilmetä eri tavoin ja käsittää eri menetelmiä. Laaja-alaisesti tulkittuna käyttäjälähtöisyys pitää sisällään käyttäjakeskeisen suunnittelun.
lokaalinen kulttuuri	etninen paikalliskulttuuri

long tail	Ilmiö, jossa ei ole vähän paljon myyviä hittituotteita, vaan paljon vähän myyviä tuotteita, jotka muodostavat ns. pitkän hännän.
mikroblogi	Blogi, johon kirjoitetaan vain lyhyitä tekstejä, esimerkiksi Twitter.
mikrohistoria	Suppeahkot, ajallisesti, alueellisesti ja henkilöiden määrän suhteen rajatut ilmiöt.
minimum winning games (MWG)	Minimitavoitteet, joissa esitetään kohdemarkkinat, relevantit tarvelähtöiset tuotteiden tai palveluiden ominaisuudet, sekä saavutettavissa ja mitattavissa olevat taloudelliset tavoitteet.
muistiorganisaatio	kirjastot, arkistot ja museot
offering	Kokonaisvaltainen palvelukokemuksen ja arvon muodostava asiakasratkaisu, joka koostuu tavaroista, palveluista sekä asiakkaan omasta panoksesta.
ontologia	todellisuuden luonteen tarkastelu
paikallisaineisto	Tässä tutkimuksessa tiettyyn paikkaan liittyvä aineisto.
paikallistieto	Tässä tutkimuksessa tiettyyn paikkaan liittyvä tieto.
paikallisyhdistys	Tässä tutkimuksessa yleisesti paikkaan liittyvät yhdistykset ja seurat, kuten kaupunginosayhdistykset ja niiden kattojärjestöt.
paikka	Tila, johon ihminen kiinnittyy elämisen kautta ja johon hän liittyy merkityksiä. Sekä konkreettinen maantieteellinen alue,

	että arkielämän toimintarutiineissa muodostuva kulttuurinen ihmisen elämismaailman keskus.
palvelu	Teko, toiminto tai prosessi, jonka lopputulos ei ole fyysinen tuote.
palvelutarjooma, tarjooma	ks. offering
parviäly	joukon synergiaetujen hyödyntäminen tiedon rakentelussa
pitkä häntä	ks. long tail
postlokaalinen kulttuuri	finalistunut maailmankulttuuri
rapid contextual design	Palvelun kehittämisen malli, jossa lähestytään asiakkaan prosessin kehittämistä sen todellisessa ympäristössä.
service blueprinting	Palvelun kehittämisen malli, jossa jäljitetään asiakkaan palvelun käytön logiikka.
service dominant logic	palvelukeskeinen liiketoimintalogiikka, palvelulogiikka
service mind-set, service culture	palvelukeskeinen sisäinen asenne, palvelukulttuuri
SERVQUAL	palvelun laatua mittaava asteikko
sosiaalinen objekti	Sisältö-objekti, jonka ympärille ihmiset järjestäytyvät verkossa, esimerkiksi elokuvat, ruokaohjeet tai videot.
sosiaalinen ääreisnäkö	Tieto siitä, missä tutut ihmiset ovat ja mitä he tekevät.

tajuntateollisuus	globaali viihdeteollisuus antropologi Matti Sarmelan terminologiassa
työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen	tutkimusote, kuvattu luvussa 2.1
ubiikki	kaikkialla läsnä oleva, usein tarkoittaen kaikkialla läsnä olevaa älykästä tietotekniikkaa
user-centered design (UCD)	ks. käyttäjäkeskeisyys, käyttäjäkeskeinen suunnittelu
user-driven design (UDD)	ks. käyttäjälähtöisyys, käyttäjälähtöinen suunnittelu
uusheimo, virtuaaliheimo	esimerkiksi sosiaalisessa mediassa esiintyvät postmodernit yhteisöllisyyden muodot
value proposition	ks. arvolupaus
viraalimarkkinointi	Markkinointi, jossa mainosviesti kulkee nopeasti ihmiseltä toiselle, eli puskaradio.
välimerationalismi	Tietyn välineen näkeminen itseisarvollisesti tärkeänä, vrt. tavoiterationalismi.
wisdom of crowds	ks. parviäly
word-of-mouth (WOM)	ks. viraalimarkkinointi

## Lähteet

Abran, A., Moore, J., Bourque, P., Dupuis, R. & Tripp, L. 2004. Guide to the Software Engineering Body of Knowledge. 2004 Version. IEEE Computer Society. California.

Aittamurto, T. (toim.) 2011. Dittolainen. Helsingin Sanomat. Kuukausiliite, nro. 468, huhtikuu 2011, s. 72–76.

Anderson, C. 2006. Pitkä häntä. Miksi tulevaisuudessa myydään vähemmän enempää. Englanninkielisestä alkuteoksesta *The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less for More* suomentanut Pietiläinen, K. Terra Cognita. Helsinki.

Anttiroiko, A. 1999. Identiteetin rakentuminen verkkoyhteiskunnassa. Näkökulmia Manuel Castellsin teoriaan informationaalisesta yhteiskunnasta. *Sociologia* 2/99, s. 110–115.

Aldridge, T.J. & Patterson, A. 2002. LETS get real: constraints on the development of Local Exchange Trading Schemes. *Area*, 34, 4, p. 370–381.

Alasoini, T. & Ramstad, E. (toim.) 2007. Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa. Lähestymistapoja, menetelmiä, kokemuksia, tulevaisuuden haasteita. Tykes-raportteja 53. Työministeriö. Helsinki.

Alasuutari, P. 1993. Laadullinen tutkimus. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Almgren, P. & Jokitalo, P. 2010. Kirjasto 2011. Vaikutteita maailmalta. Avain & BTJ Finland Oy. Vantaa.

Burgelman, R.A. & Siegel, R.E. 2008. Cutting the Strategy Diamond in High-Technology Ventures. Research Paper No. 1987. Stanford Graduate School of Business. Luettavissa: <https://gsbapps.stanford.edu/researchpapers/library/RP1987.pdf>. Luettu 15.6.2011.

Castells, M. 2010. The Rise of the Network Society. Second Edition. With a new preface. John Wiley & Sons Ltd. Singapore.

Castone, S. (toim.) 2011. Sosiaalisen median evoluutio. Metro 12.7.2011, s.7.

de Mooij, M. 2011. Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising. SAGE Publications, Inc. United States of America.

Dillman, D., Smyth, J. & Christian, L. 2009. Internet, Mail, and Mixed-Mode Surveys. The Tailored Design Method. Third Edition. John Wiley & Sons, Inc. United States of America.

Edvardsson, B., Gustafsson, A., Kristensson, P., Magnusson, P. & Matthing, J. (toim.) 2006. Involving customers in new service development. Series on technology management –vol. 11. Imperial College Press. Singapore.

Elomaa, H. 2001. Mikrohistoria johtolankojen jäljillä. Teoksessa Immonen, K. & Leskelä-Kärki, M. (toim.). Kulttuurihistoria. Johdatus tutkimukseen, s. 59–74. Karisto Oy:n kirjapaino. Hämeenlinna.

Farmer, F. R. & Glass, B. 2010. Building web reputation systems. O'Reilly. Beijing.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Englanninkielisestä alkuteoksesta Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach. John Wiley & Sons, Inc. Suomentanut Maarit Tillman. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Hall, S. 1999. Identiteetti. Vastapaino. Tampere.

Halminen, L. (toim.) 2011. Tilapäisesti teidän hyvät asiakkaat! Metro, nro. 106, 3.6.2011, Metro Live. nro. 21, 3.6.2011.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.



- Heikkilä, T. 2010. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.
- Heinänen, K. (toim.) 2011. Näytä osaamisesi, Helsinki! Helsingin Sanomat 30.6.2011, s. B1.
- Holmberg, K., Huvila, I., Kronqvist-Berg, M., Nivakoski, O. & Widén-Wulff, G. 2009. Kirjasto 2.0. Muuttuva osallistumisen kulttuuri. BTJ Finland Oy. Helsinki.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2004. Tilastolliset menetelmät. 1.–3. painos. Werner Söderström Osakeyhtiö. Helsinki.
- Holtzblatt, K., Wendell, J. & Wood, S. 2004. Rapid Contextual Design: A How-to Guide to Key Techniques for User-Centered Design. Morgan Kaufmann. United States of America.
- HS.fi. 8.5.2011. Metsälä-ilmioistä tuli puheenaihe Maunulassa. Luettavissa: <http://www.hs.fi/tulosta/1135265973411>. Luettu: 27.10.2012.
- Hyppänen, R. 2009. Esimiesosaaminen. Liiketoiminnan menestystekijä. 1.–2. painos. Edita Publishing Oy. Helsinki.
- Hyötyläinen, R. 2005. Practical Interests in Theoretical Consideration. Constructive Methods in the Study of the Implementation of Information Systems. Publications 585. VTT. Espoo.
- Hyötyläinen, R. 2007. Tutkimusavusteisen kehittämisen metodologinen kaksoisluonne. Teoksessa Alasoini, T. & Ramstad, E. (toim.). Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa. Lähestymistapoja, menetelmiä, kokemuksia, tulevaisuuden haasteita, s. 364–388. Tykes-raportteja 53. Työministeriö. Helsinki.
- Hyötyläinen, R. & Nuutinen, M. (toim.) 2010. Mahdollisuuksien kenttä. Palveluliiketoiminta ja vuorovaikutteinen johtaminen. Teknologainfo Teknova Oy. Helsinki.

Isaacs, W. 2001. Dialogi ja yhdessä ajattelemisen taito. Kauppakaari. Helsinki.

Isoaho, A. 2011. Teoksessa Alakangas, U. & Sillanpää, P. (toim.). LoCaali 2.0 – Aja-  
tuksia paikallislehtien tulevaisuudesta, s. 81–90. Oulun seudun ammattikorkeakoulu.  
Oulu.

Jansson, R. & Jusenius, P. 2004. Projektiopas. Tekes. Helsinki.

Jovero, S. & Horelli, L. 2002. Nuoret ja paikallisuuden merkitys? Nuorten ympäris-  
tösuhteen tarkastelua Vantaan Koivukylä-Havukosken alueella. Otamedia Oy. Espoo.

Jordan, E. & Silcock, L. 2006. Strateginen IT-riskien hallinta. Englanninkielisestä alku-  
teoksesta Beating IT-risks suomentanut Kaskas Design. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tampereen yliopistopaino Oy – Ju-  
venes Print. Tampere.

Kirjastolaki 4.12.1998/904.

Kirjavainen, H. (toim.) 2011. Stadin aikapankissa maksuvälineenä käyvät tovit. Vartti  
25.5.2011.

Kivikuru, U. 2000. Kanssalaisten yhteisyys ja ”he”. Teoksessa Tapper, H. (toim.). Me  
median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan, s. 11–50. Yliopistopaino.  
Helsinki.

Knuuttila, S. 2006. Paikan moneus. Teoksessa Knuuttila, S., Laaksonen, P. & Piela, U.  
(toim.). Paikka. Eletty, kuviteltu, kerrottu, s. 7–11. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväsky-  
lä.

Koivisto, T. 2007. Soveltavan organisaatiotutkimuksen paradokseista reflektiiviseen

interventioon. Teoksessa Alasoini, T. & Ramstad, E. (toim.). Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa. Lähestymistapoja, menetelmiä, kokemuksia, tulevaisuuden haasteita, s. 389–416. Tykes-raportteja 53. Työministeriö. Helsinki.

Kupiainen, J. & Sevänen, E. 1994. Kulttuurintutkimus. Johdanto. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.

Laamanen, K. 2009. Johda liiketoimintaa prosessien verkkona – ideasta käytäntöön. 8. painos. Laatukeskus Excellence Finland. Espoo.

Lappalainen I., Apilo T., Eerola, A., Konttinen, J. & Pelkonen, A. 2010. Monimuotoinen käyttäjälähtöisyys yritysten uudistuvassa innovaatiotoiminnassa - huomioita käyttäjälähtöisen innovaatiopolitiikan kehittämiseen [Multiforming user-driven innovation activities in businesses and their implications in innovation policy]. VTT Tiedotteita – Research Notes 2536. Edita Prima Oy. Helsinki. Luettavissa: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2010/T2536.pdf>. Luettu: 16.11.2012.

Lappalainen, T. (toim.) 2011. Naapuruus on pieniä tekoja, s. 75–78. Yhteishyvä 4/2011.

Lehtinen, A.A. 2006. Osallisuuden ja kieltäytymisen paikat. Teoksessa Knuuttila, S., Laaksonen, P. & Piela, U. (toim.). Paikka. Eletty, kuviteltu, kerrottu, s. 44–63. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Lepistö, J. 21.7.2011. Tietojärjestelmäsuunnittelija. Vantaan kaupunginkirjasto. Haastattelu. Vantaa. Liite 2.

Lovink, G. 1996. Data-dandy ja omavaltainen media: Johdatus ADILKNO:n mediateoriaan. Teoksessa Tarkka, M., Hintikka, K. & Mäkelä, A. (toim.): Johdatus uuteen mediaan, s. 64–84. Edita. Helsinki.

Mannermaa, M. 2008. Jokuveli. Elämä ja vaikuttaminen ubiikkiyhteiskunnassa. WSOYpro Oy. Helsinki.

Mick, D.G. & Fournier, S. 1998. Paradoxes of Technology: Consumer Cognizance, Emotions, and Coping Strategies. *Journal of Consumer Research* 25 (September 1998), p. 123–147. University of Chicago Press. Luettavissa: <http://gates.comm.virginia.edu/dgm9t/Papers/Mick%20and%20Fournier%201998%20Paradoxes%20of%20Technology.pdf>. Luettu 2.7.2011.

Nielsen, J. 1994. *Usability Engineering*. Academic Press. UK.

Niiniluoto, I. 1999. *Johdatus tieteenfilosofiaan. Käsitteen- ja teorianmuodostus*. Otava. Keuruu.

Nummenmaa, T., Konttinen, R., Kuusinen, J. & Leskinen, E. 1999. *Tutkimusaineiston analyysi*. Werner Söderström Osakeyhtiö. Porvoo.

Nurmi, T., Vähätalo, M., Saarimaa, R. & Heinonen, S. 2010. *Ubitrendit 2020: tulevaisuuden ubiteknologiat. Kehityskulkuja, sovelluksia, trendejä sekä heikkoja signaaleja*. TUTU-eJULKAISUJA 4/2010. Turun yliopisto. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Turku.

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. *B-to-b-palvelujen markkinointi*. WSOYpro Oy. Helsinki.

Paasi, A. 1999. *Läänejä ja kulttuurialueita*. Teoksessa *Suomen Kartasto*, s. 100–103. Suomen Maantieteellinen Seura. WSOY. Porvoo.

Paasi, A. 1984. *Aluetietoisuus ja alueellinen identiteetti ihmisen spatiaalisen sidoksen osana*. Joensuun yliopiston offsetpaino. Joensuu.

Parasuraman, A. 2005. *E-S-QUAL. A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. *Journal of Service Research*, Volume 7, No. X, Month 2005 1-21. University of Miami. Sage Publications.

- Parasuraman, A. 2010. Priorities in Service Development. Katsottavissa:  
<http://www.youtube.com/watch?v=ykU9GB1GI-c>. Katsottu 12.7.2011.
- Payne, A.F., Storbacka, K. & Frow, P. 2008. Managing the co-creation of value. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 36. p. 83–96. Springer.
- Peterson, R. 2007. User-centered design vs. User-driven design. Luettavissa:  
<http://obliteracy.wordpress.com/2007/05/16/hello-world/>. Luettu: 17.11.2012.
- Reiss, E. 2007. User centered design or user driven design? Katsottavissa:  
<http://www.youtube.com/watch?v=7lDyChSlrQY>. Katsottu: 17.11.2012.
- Ridell, S. 2011. Elämää Facebookin ihmemaassa. Sosiaalinen verkkosivusto käyttäjiensä kokemana. Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, CMT. Tampere.
- Rokka, J. 2010. Exploring the cultural logic of translocal marketplace cultures: essays on new methods and empirical insights. Aalto University School of Economics. Helsinki.
- Roos, J.P. 1988. Elämäntavasta elämäkertaan. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Ruckenstein, M., Suikkanen, J. & Tamminen, S. 2011. Unohda innovointi. Keskity arvonluontiin. Ihmislähtöisen innovaatiotoiminnan menestystarinoita eli kuinka uudenlaista arvoa synnytetään käytännössä. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitran julkaisusarja (Sitra 291). Edita Publishing Oy. Helsinki. Luettavissa:  
<http://www.sitra.fi/julkaisut/sitra291.pdf>. Luettu: 16.11.2012.
- Ruonavaara, H. 2001. Jääkiekko ja paikallinen identiteetti. Teoreettisia lähtökohtia ja empiirisiä havaintoja. Teoksessa Anttila, A. & Ruonavaara, H. (toim.). Jääkiekkoilta Turussa. Tutkielmia kiekkoyhteisöstä, s. 16–41. Sosiologian tutkimuksia A24. Kirja-Aurora & Turun yliopiston sosiologian laitos. Turku.

Räsänen, K. 2007. Kehittämisoitteet: tutkimusavusteinen kehittämistyö 'käytännöllisenä toimintana'. Teoksessa Alasoini, T. & Ramstad, E. (toim.). Työelämän tutkimusavusteinen kehittäminen Suomessa. Lähestymistapoja, menetelmiä, kokemuksia, tulevaisuuden haasteita, s. 40–66. Tykes-raportteja 53. Työministeriö. Helsinki.

Saariluoma, P. 2010. Ihminen ja teknologia : hyvän vuorovaikutuksen suunnittelu. Teknologiainfo Teknova. Helsinki.

Salomaa, H. (toim.) 2011. Lotta Svärd –kana pakeni verilöylyä. Metro 19.7.2011, s.4.

Södergren, R. 2002. Viimeinen sammuttaa valot? Suomussalmi elämän näyttämönä kunnasta muuttaneiden ja siellä asuvien näkökulmasta. Turun yliopisto. Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Sosiologian laitos.

Taanila, A. 2011. Tilastollisen päättelyn alkeet. Lähde: <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/p/paattelyalkeet.pdf>. Luettu: 13.10.2012.

Talouselämä 21.5.2012. Yhden Facebook-käyttäjän arvo osakkeenomistajille: 71 euroa. Luettavissa: <http://www.tekniikkatalous.fi/ict/yhden+facebookkayttajan+arvo+osakkeenomistajille+71+euroa/a809517>. Luettu: 27.10.2012.

Tahkokallio, P.(toim.) 2009. Tulevaisuus on saavutettava. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Helsinki.

Tapper, H. (toim.) 2000. Me median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan. Yliopistopaino. Helsinki.

Tiilikainen, T. (toim.) 2009. 8 ikkunaa tulevaisuuteen. Kuudes kerros Helsinki Oy & TNS Gallup Oy.

Tilastokeskus. Tilastokeskus - Virtual Statistics - Tiedonkeruu. Teemahaastattelu. Luettavissa: <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03/>. Luettu: 17.10.2012.

Tilastokeskus b. Väestö. Luettavissa:

[http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto.html](http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html). Luettu: 27.10.2012.

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta : näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistumiseen ja tiedontuotantoon. Tampere University Press. Tampere.

Tuan, Y. 2006. Paikan taju: aika, paikka ja minuus. Englanninkielisestä artikkelista *Sense of Place: Its relationship to Self and Time* suomentanut Kaski, L. Teoksessa Knuuttila, S., Laaksonen, P. & Piela, U. (toim.). Paikka. Eletty, kuviteltu, kerrottu, s. 15–30. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Turkki, T. 1998. Minuus mediassa. Uusia identiteettejä metsästävässä. Atena Kustannus. Jyväskylä.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Käyttäjälähtöinen innovaatiopolitiikka. Luettavissa: <http://www.tem.fi/index.phtml?s=2854>. Luettu: 17.11.2012.

Urry, J. 1995. Consuming Places. Routledge. London and New York.

UsabilityNet 2006. ISO 13407. Human centred design processes for interactive systems. Luettavissa: <http://www.usabilitynet.org/tools/13407stds.htm>. Luettu: 17.11.2012.

Valli, R. 2007. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, V. & Valli, R. (toim.) Ikku-noita tutkimusmetodeihin I, s. 102–125. WS Bookwell Oy. Juva.

Valtonen, S. 2000. Mikä suomalaisissa on vikana? Tapaustutkimus työttömyysaiheisten kirjoitusten kansallisesta ulottuvuudesta. Teoksessa Tapper, H. (toim.). Me median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan, s. 51–79. Yliopistopaino. Helsinki.

Vargo, S.L. & Lusch, R.F. 2004. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing* Vol. 68 (January 2004), p. 1–17.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Tammi. Helsinki.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Vilkko, A. 2000. Elämäkulku ja elämäkerronta. Teoksessa Heikkinen, E. & Tuomi, J. (toim.) 2000. Suomalainen elämäkulku, s. 74–85. Tummavuoren kirjapaino Oy. Vantaa.

xkcd. A webcomic of romance, sarcasm, math, and language. Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 2.5 License. Luettavissa: <http://xkcd.com/773/>. Luettu: 11.4.2011.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. 2009. *Services Marketing. Integrating Customer Focus Around the Firm*. Fifth Edition. McGraw-Hill Companies, Inc. Singapore.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. 2.painos. Inforviestintä. Helsinki.



## **Liitteet**

Liite 1. Kysely

### **PAIKALLISUUS JA VERKKOPALVELUT**

a) Kyselyn saate

Paikallisuus ja verkkopalvelut –kysely

Tervetuloa osallistumaan HelMet-kirjaston palvelutarjonnan kehittämiseen vastaamalla kyselyyn paikallisuuden kokemisesta ja verkkopalveluiden käytöstä!

Kartoittava kysely toteutetaan Espoossa, Helsingissä, Kauniaisissa ja Vantaalla sekä HelMet-kirjaston henkilöstölle, että asiakkaille. Kysely on osa tietojärjestelmäosaamisen ylempään amk-tutkinnon päättötyön tutkimusosuutta. Täyttämiseen kuluu aikaa noin 15 minuuttia. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Toivomme, että vastaat kyselyyn alla olevan linkin kautta mahdollisimman pian, kuitenkin viimeistään 28. marraskuuta 2011.

<https://www.webropol.com/P.aspx?id=570088&cid=20068143>

Lisätiedot: [manu.kuutti@vantaa.fi](mailto:manu.kuutti@vantaa.fi), p. 09 8392 8881

Ystävällisin terveisin

Manu Kuutti  
verkkopalveluasiantuntija

Vantaan kaupunki, Kirjasto ja tietopalvelut  
Lummetie 4, 01300 Vantaa  
p. 09 8392 8881

b) Kysely

**Mitä kautta päädyit tähän kyselyyn?**

- sähköpostilinkki ( )
- Facebook ( )
- www-sivulinkki ( )
- kuulin tutulta ( )
- jotain muuta reittiä, miten [ ]

**Sukupuoli**

- mies ( )
- nainen ( )

**Syntymävuosi**

- vuosi [ ]

**Syntymäpaikkakunta**

- paikkakunta [ ]

**Koulutus**

- peruskoulu ( )
- lukio ( )
- opisto ( )
- korkeakoulu ( )

**Olen HelMet-kirjaston työntekijä**

- kyllä ( )
  - Olen kirjaston työntekijä alueella
    - Espoo ( )
    - Helsinki ( )

- Kauniainen ( )
- Vantaa ( )
- HelMet ( )
- Työtehtäväni
  - johto tai esimiestehtävät ( )
  - tukipalvelut ja hallinto ( )
  - asiakaspalvelu ( )
- ei ( )
  - En ole kirjaston työntekijä, asemani on
    - johtava asema/yrittäjä
    - toimihenkilö/työntekijä
    - opiskelija/muu

#### **Nykyinen asuinpaikkani on**

- Espoo ( )
- Helsinki ( )
- Kauniainen ( )
- Vantaa ( )
- joku muu ( )

#### **Nykyinen asuinalue on**

- kaupunginosa [   ]

#### **Olen asunut**

- Espoo ( )
- Helsinki ( )
- Kauniainen ( )
- Vantaa ( )

#### **Olen asunut seuraavissa kaupunginosissa**

- kaupunginosa(t) [   ]

### **Missä haluaisit tai voisit asua?**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- Espoo 1 2 3 4 5
- Helsinki 1 2 3 4 5
- Kauniainen 1 2 3 4 5
- Vantaa 1 2 3 4 5

### **Mitkä ovat suosikkikaupunginosiasi Espoossa?**

- kaupunginosa(t) [ ]

### **Mitkä ovat suosikkikaupunginosiasi Helsingissä?**

- kaupunginosa(t) [ ]

### **Mitkä ovat suosikkikaupunginosiasi Vantaalla?**

- kaupunginosa(t) [ ]

### **Minulle ovat tärkeitä**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- Henkilökohtaiset projektit 1 2 3 4 5
- Yhteisöllisyys 1 2 3 4 5

### **Asuinpaikassa minua miellyttää**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- luonnonläheisyys 1 2 3 4 5
- kaupunkimaisuus 1 2 3 4 5
- trendikkyys 1 2 3 4 5
- rauhallisuus 1 2 3 4 5
- elävyys 1 2 3 4 5

### **Muuttoni nykyiseen asuinpaikkaani vaikutti**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- alueen miellyttävyys 1 2 3 4 5
- oman tai puolison opiskelupaikan sijainti 1 2 3 4 5
- oman tai puolison työpaikan sijainti 1 2 3 4 5
- asuntojen hintataso 1 2 3 4 5
- palvelujen saatavuus 1 2 3 4 5
- suvun tai kavereiden asuinpaikat 1 2 3 4 5
- sattuma 1 2 3 4 5
- muut vaikuttaneet tekijät [ ]

### **Minkä koet kotipaikaksesi?**

- syntymäpaikan ( )
- asuinpaikan ( )
- jonkin muun paikan, minkä [ ]

### **Mitä paikallisuus sinulle merkitsee?**

- avoin [ ]

### **Paikallisuus on minulle tärkeää**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- tärkeys 1 2 3 4 5

### **Aktiivisuuteni liittyen paikallisuuteen ja tiedontuotantoon**

- olen käyttänyt paikallisuuteen liittyviä verkkopalveluita [ ]
- olen ollut mukana paikallisyhdistysten toiminnassa [ ]
- minulla on paikallisuuteen liittyvää kirjallista tuotantoa [ ]
- minulla on muuta tuotantoa (musiikki, video, tms.), kuten [ ]
- minulla on jo julkaisukanava tuotannolleni, kanava on [ ]

## Olen kiinnostunut

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- asuinkaupunginosaani liittyvistä sisällöistä 1 2 3 4 5
- asuinkaupunkiini liittyvistä sisällöistä 1 2 3 4 5
- muihin pääkaupunkiseudun paikkoihin tai asioihin liittyvistä sisällöistä 1 2 3 4 5

## Paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa minua kiinnostaisi erityisesti

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- kaunokirjallisuus 1 2 3 4 5
- tietokirjallisuus ja historia 1 2 3 4 5
- elokuvien kuvauspaikat 1 2 3 4 5
- tilastot 1 2 3 4 5
- geokätkentäkoordinaatit 1 2 3 4 5
- kulttuuripolut 1 2 3 4 5
- teema/aihekokonaisuudet (esim. ”Kaurismäen Helsinki”) 1 2 3 4 5
- lisätty todellisuus (esim. tietoa kohteesta tarjoavat puhelimella luettavat viivakoodit kaupungilla) 1 2 3 4 5
- paikannus (vrt. GPS-paikannukseen perustuvat palvelut, kuten Foursquare) 1 2 3 4 5
- musiikki 1 2 3 4 5
- videot 1 2 3 4 5
- kuunneltavat äänikertomukset 1 2 3 4 5
- käyttäjien omat tarinat, mikrohistoriat 1 2 3 4 5
- vastaukset käyttäjien esittämiin paikkaan liittyviin kysymyksiin 1 2 3 4 5

## Luen mieluiten

- fyysisiä kirjoja ( )

- sähköisiä kirjoja ( )

**Missä haluisit jakaa tuotantoasi tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa**

?

- niissä verkkopalveluissa joita muutenkin käytän ( )
- paikallisuuteen erikoistuneessa verkkopalvelussa ( )
- sekä että ( )
- en missään ( )

**Haluaisin jakaa tuotantoani tai selata paikallisuuteen liittyvää aineistoa**

1-5 (täysin samaa mieltä/osin samaa mieltä/ei samaa eikä eri mieltä/osin eri mieltä/täysin eri mieltä)

- asiantuntijan kanssa kirjastossa 1 2 3 4 5
- omien lasten/lastenlasten kanssa kotona 1 2 3 4 5
- ystävien kanssa kotona 1 2 3 4 5
- ystävien kanssa ryhmässä kirjastossa 1 2 3 4 5
- oma-aloitteisesti kotona 1 2 3 4 5

**Oletko tutustunut Tarinoiden Helsinki –verkkopalveluun**

**(www.tarinoidenhelsinki.fi)?**

- kyllä ( )
  - Olen tutustunut Tarinoiden Helsinki –palveluun ja mielestäni
    - palvelun saavutettavuus on hyvä ja sen käyttö on helppoa sekä nopeaa 1 2 3 4 5
    - palvelu on houkutteleva 1 2 3 4 5
    - palvelu on osallistava 1 2 3 4 5
    - Mikä mielestäsi on hyvää Tarinoiden Helsinki –verkkopalvelussa?  
[ ]
    - Entä mikä huonoa? [ ]
    - Miten Tarinoiden Helsingistä saisi paremman? [ ]
- ei ( )

### **Miten käytät seuraavia tunnettuja verkkopalveluita?**

1-5 (käytän säännöllisesti/käytän satunnaisesti/olen tutustunut/tunnen, mutta en käytä/en tunne)

- Google 1 2 3 4 5
- Facebook 1 2 3 4 5
- Twitter 1 2 3 4 5
- LinkedIn 1 2 3 4 5
- Wikit (esim. Wikipedia) 1 2 3 4 5
- Blogit 1 2 3 4 5
- Google Maps 1 2 3 4 5
- YouTube 1 2 3 4 5
- Spotify 1 2 3 4 5
- Reittiopas 1 2 3 4 5
- RSS-syötteet (yleisesti) 1 2 3 4 5
- SecondLife 1 2 3 4 5
- Foursquare 1 2 3 4 5

### **Miten käytät seuraavia paikallisuuteen, historiaan tai kirjastoon liittyviä verkkopalveluita?**

1-5 (käytän säännöllisesti/käytän satunnaisesti/olen tutustunut/tunnen, mutta en käytä/en tunne)

- HelMet-aineistohaku 1 2 3 4 5
- Kirjastojen Facebook-sivut 1 2 3 4 5
- Kirjastokaista 1 2 3 4 5
- Kirjastot.fi 1 2 3 4 5
- Tarinoiden Helsinki 1 2 3 4 5
- MuistiVantaa 1 2 3 4 5
- Vantaan kirjailijafoorumi 1 2 3 4 5
- Sanojen aika 1 2 3 4 5
- Kirjasampo 1 2 3 4 5
- omakaupunki.fi 1 2 3 4 5



- stadi.tv 1 2 3 4 5
- http://www.hubi.fi 1 2 3 4 5
- Helsinki Region Infoshare 1 2 3 4 5
- Helka (helka.net, kaupunginosat.net) 1 2 3 4 5
- www.helsinginseutu.fi 1 2 3 4 5
- Museoiden web-sivut 1 2 3 4 5
- Paikallislehtien web-sivut (esim. www.vartti.fi, www.vantaansanomat.fi) 1 2 3 4 5
- YLE Elävä arkisto 1 2 3 4 5
- Mitä muita verkkopalveluita käytät? [     ]

### **Miten usein käytät verkkopalveluita eri päätelaitteilla**

1-5 (käytän useita kertoja päivässä/käytän päivittäin/käytän viikoittain/käytän joskus/en käytä koskaan)

- pöytäkone 1 2 3 4 5
- kannettava 1 2 3 4 5
- tabletti (iPad, Galaxy Tab, tms.) 1 2 3 4 5
- puhelin 1 2 3 4 5

### **Olen suunnitellut hankkivani puolen vuoden sisällä**

- pöytäkone [   ]
- kannettava [   ]
- tabletti (iPad, Galaxy Tab, tms.) [   ]
- puhelin [   ]

### **Täytä yhteystietosi, jos olet kiinnostunut osallistumaan kirjaston palveluiden kehittämiseen jatkossa**

- nimi [     ]
- sähköposti [     ]
- puhelinnumero [     ]

## Onko sinulla muita ajatuksia paikallisuudesta, paikkaan liittyvästä aineistosta tai kirjaston palvelutarjonnan kehittamisestä?

- avoin [      ]

### Liite 2. Jarmo Lepistön haastattelu

Haastattelu olisi kohdistunut Vantaan kaupunginkirjaston johtaja Tuulikki Ahoon, mutta Aho oli pitkällä sairauslomalla. Ahon sijasta haastatellulla Jarmo Lepistöllä on yli 20 vuoden kokemus erilaisista tehtävistä Vantaan kaupunginkirjastossa. Viime vuosina Lepistön tehtävät ovat liittyneet erityisesti verkkopalvelutuotantoon. Kokemuksensa pohjalta Lepistö tuntee HelMet-kirjaston kilpailuedut erityisosaamisineen, organisaatio- ja johtamisen kulttuurin, sekä strategian toteuttamisen käytännössä.

<i>Aika ja paikka</i>	21.7.2011, Tikkurila.
<i>Haastattelija</i>	Manu Kuutti
<i>Haastateltava</i>	Jarmo Lepistö (tietojärjestelmäsuunnittelija, Vantaan kaupunginkirjaston tietojärjestelmäyksikön esimies, HelMet-kirjastojärjestelmän pääkäyttäjä)

### Organisaation strategian perusteet (timantin vasen puoli)

#### 1. Mikä on organisaation virallinen strategia ja mihin se perustuu?

Kysymykseen vastaa dokumentoitu HelMet-strategia, joten sitä ei käsitellä tässä haastattelussa (toim.).

#### 2. Mitkä ovat edellytykset kilpailuedun saavuttamiseen organisaation toimialalla?

Kirjasto on riippumaton, puolueeton ja luotettava, koska sillä ei ole sidoksia, eikä takaajatuksia. Kirjasto on tutkimusten mukaan kunnallisista palveluista arvostetuimpia ja myös HelMet-brändiin liitetään positiivisia mielikuvia, kirjaston asiakaskunta on koko kansa, kirjastolla on laajat aukioloajat ja hyvät jakelukanavat tilojen sekä verkkopalve-

luiden muodossa. Kirjasto tarjoaa myös henkilökohtaista palvelua. Kaikki nämä tekijät luovat edellytyksiä kilpailuedun saavuttamiseen.

### *3. Mitkä ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyynyt?*

Erityisiä osaamisia ovat henkilöstön kirjastoalan osaaminen ja laaja-alainen muu osaaminen, palvelun henkilökohtaisuus, ympäristövastuu kestävän kehityksen ja kierrätyksen muodossa. Työympäristönä kirjasto on vapaamielinen ja humanistinen. Ilmapiiiri kannustaa luovuuteen ja innovaatioihin –täällä voi tehdä ja kokeilla melkein mitä tahansa.

Osaamista tarvittaisiin lisää projektien johtamisesta, samoin henkilöstön vastuunkantokykyä tulisi kehittää ja osaamisia fokusoida. Nämä kehityskohteet liittyvät nimenomaan organisaation strategiaan.

Kirjaston laina- ja kävijämäärät ovat tippuneet. Verkkojakelu on syönyt erityisesti musiikin lainausmääriä, mutta myös kirjojen kannalta kirjasto on monille se viimeinen paikka, josta kirjaa etsitään. HelMet-verkkokirjaston kävijämäärät ovat nousseet (tämä näkyy esim. varausten ja uusimisten osalta tilojen tippuneissa kävijämäärissä), mutta muiden kirjaston verkkopalveluiden kävijämäärät ovat jopa laskeneet. Kirjaston asiakasuntaa ovat nuoret koulutetut ihmiset ja lapsiperheet.

### **Strategian toteuttamisen tehokkuus** (timantin oikea puoli)

#### *1. Mitkä ovat ne toimenpiteet, jotka vievät organisaatiota haluttuun suuntaan ja miten ne priorisoidaan?*

Toimenpiteet on määriteltävä strategian pohjalta. Tehdyistä strategisista päätöksistä ei kuitenkaan ole tiedotettu, joten on epäselvää onko niitä edes tehty –henkilöstö ei ainaakaan ole päätöksiä sisäistänyt. Yleisestikin kirjastossa hankkeet ovat yksittäisten henkilöiden innostuksen varassa ja ihmisten poistuessa osaaminen katoaa.

*2. Kuinka hyvin toimialalla vaadittavat kilpailuedun mahdollistavat tekijät pystytään saavuttamaan?*

Kirjaston kilpailijoita ovat toki kirja- ja levykaupat, mutta myös muilla toimijoilla mm. Helsingin Sanomilla on sisältöpalveluita liittyen kirjallisuuteen, sekä kotiseutuun ja paikallisuuteen. Kilpailueduksi nähty maksuttomuus luonnollisesti toteutuu, kuten myös riippumattomuus. Kirjasto on helposti saavutettavissa, eli asiakkailta on alhainen kynnyksikäyttö kirjaston palveluita. Kirjasto toimii ruohonjuuritasolla, vertaisuus asiakkaiden kanssa on tärkeää –kirjastonhoitaja on monessakin mielessä helpommin lähestyttävä kuin vaikkapa lääkäri.

Kilpailuetuja ovat kirjaston laajat aukioloajat, toimitilaverkosto ja se, että asiakaspalvelijat toimivat yleensä kutsumusammattissaan –intohimoinen suhde tietoon ei vaan aina valitettavasti välity asiakkaille, koska kirjastolaiset eivät ole saaneet asiakaspalvelukoulutusta (toim. huom. tällaisia asioita ei toisaalta ole mietitty palveluprosesseja luotaessaan?). Joka tapauksessa palvelutiskien henkilökunta on tärkeä kilpailuetu.

*3. Kuinka vahvoja ovat organisaation erityiset osaamiset ja kyvyt? Kuinka tehokkaasti niitä hyödynnetään markkina-aseman parantamiseen?*

Erityiset osaamiset ja kyvyt ovat vahvoja, mutta kilpailuedun muodostavaa osaamista ei hyödynnetä markkina-aseman parantamiseen. Olisi tärkeää viestiä asiakkaille kirjaston korkeasta moraalista, ammattiympäristöstä ja riippumattomuudesta verrattuna kaupallisiin toimijoihin: yritysten haasteenahan on usein se, että niiden pitää todistella asiakkaille omaavansa muita arvoja kuin rahan tekeminen.

### **Johtamisen kulttuurin laatu (timantin keskiö)**

*1. Heijastaako organisaation resurssien jakautuminen toimintaympäristön kilpailutilannetta?*

Kilpailutilannetta ei ole kartoitettu, mutta tiedossa on, että lainaus- ja kävijämäärät laskevat. Resursointi on jatkuva ongelma, koska rahaa resursseihin ei joko ole tai sitä saadaan sattumanvaraisesti, jolloin pitkän tähtäimen suunnitelmien laatiminen on vaikeaa.

Johtajien aika kuluu raha-asioita miettiessä. Rahoitusmalli eri tue kehittämistä, rahoitus perustuu mittareihin, jotka eivät mittaa laatua vaan pelkästään määrää.

## *2. Miten uudet liiketoimintamahdollisuudet huomioidaan strategian suunnittelussa?*

Kirjaston johto seuraa aktiivisesti mitä kirjastoalalla tapahtuu Suomessa ja maailmalla. Ongelma on siinä, että johdon aika menee toiminnan rahoituksen miettimiseen, eikä johdolla toisaalta ole aina kompetenssiakaan ymmärtää ja huomioida teknologiaan tai liiketoimintaympäristöön liittyviä muutoksia. Kirjaston asiantuntijoiden tuleekin olla ajan hermolla ja aktiivisia johdon suuntaan, koska heidän voidaan nähdä toimivan johdon konsultteina omaan erityisosaamiseensa liittyvissä asioissa.

Lainausmäärien laskuun liittyvät ongelmat ovat monien muutosten summa: sähköisten aineistojen yleistyminen, tulotason nousu, lyhyiden tietoiskujen suosiminen teosten sijaan (tämä pätee lähinnä tietokirjallisuuteen, ei niinkään fiktion), sekä asiakaskunnan polarisoituminen himolukijoihin ja ihmisiin, jotka eivät lue ollenkaan. Nykyään on tärkeää palata perusasioihin ja kertoa asiakkaille mitä kirjan lukeminen on. Esimerkkinä mainitsen kirjavinkkauksen, jossa esitellään kirjallisuuden maailmaa.

## *3. Kuinka hyvin ja nopeasti johto tunnistaa ulkoisen toimintaympäristön muutoksia, jotka vaikuttavat strategioiden suunnitteluun?*

Johdon ennakointikyky on huono. Usein toimitaan vasta pakon edessä, olosuhteiden muuttuessa dramaattisesti, kuten laman tullessa.

## *4. Kuinka hyvin ja nopeasti johto pystyy viemään tunnistettuja muutostarpeita käytännön strategiseksi toimiksi?*

Muutosten tunnistaminen ja täytäntöönpano eivät kuulu johdon vahvuuksiin. Toimintatapa on sellainen, että johto hyväksyy ehdotettuja hankkeita. Henkilökuntaa johdetaan yleisellä tasolla, mutta muutosten suunnittelu ja toteutus käytännössä jätetään henkilökunnan vastuulle. Tietojärjestelmiin ja ohjelmistoihin liittyvä koulutus meillä on yleensä hyvin järjestettyä.

*Tuleeko mieleesi haastattelun ja keskustelun pohjalta mitään muuta kirjastopalvelun kehittämiseen liittyen?*

Kirjastossa voisi olla joka asiakkaalle nimikkoasiakaspalvelija, jonka toimintatapa sopii asiakkaan palveluodotuksiin. Tämä liittyy osin asiantuntijoiden erikoistumiseen. Toki myös asiakkaiden osallistumista ja sitoutumista kirjaston toiminnan kehittämiseen tulisi tukea. Kuten keskustelussamme tuli ilmi, niin asiakaspalvelu-/ongelmatilanteen lopuksi asiakaspalvelijat voisivat kysyä tyydyttikö saatu palvelu/ratkaisu asiakasta: vaikka tällainen malli on amerikkalainen ja hölmön tuntuinen, se voisi antaa kirjastolle lisää tietoa, sekä asiakkaalle tunteen henkilökohtaisesta palvelusta ja välittämisestä. Palvelua kehitettäessä tärkeää olisi systemaattisesti suorittaa tutkimustulosten analysointi, tehdä johtopäätökset ja suorittaa kehitystoimet.