

Erika Salo

**KUNTALAISTEN KANSSA VUOROPU-
HELUSSA TAPAHTUVA ENNAKOIVA
HANKEVIESTINTÄ JA SEN EMPAAT-
TISET MENETELMÄT**
Tapaustutkimus Itsenäisyydenkadun alikulkusilta

Opinnäytetyö

Muotoilija (AMK)

Biotuotemuotoilun koulutus

2022



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Muotoilija (AMK)
Tekijä/Tekijät	Erika Salo
Työn nimi	Kuntalaisten kanssa vuoropuhelussa tapahtuva ennakoiva hanke- viestintä ja sen empaattiset menetelmät - Tapaustutkimus Itsenäi- syydenkadun alikulkusilta
Toimeksiantaja	Väylävirasto, Welado Oy
Vuosi	2022
Sivut	56 sivua, liitteitä 7 sivua
Työn ohjaaja(t)	Sanna Haapanen

TIIVISTELMÄ

Tampereen henkilöratapiha -hankkeen rakentamisvaihe on suunniteltu aloitettavaksi vuonna 2023. Hankkeen aikana parannetaan matkustajien kulkuyhteyksiä aseman alueella sekä rakennetaan uusi henkilöliikennelaituri. Rakentamisvaiheen kestoksi on arvioitu 4–6 vuotta. Hanke tulee aiheuttamaan tärinä- ja meluhaittoja sekä väliaikaisia liikennejärjestelyjä, joilla on vaikutusta alueen asukkaisiin sekä alueella liikkuviin jalankulkijoihin, pyöräilijöihin ja autoilijoihin. Hankkeen laajuuden vuoksi opinnäytetyö on rajattu toteutettavaksi Itsenäisyydenkadun alikulkusillan osaprojektissa.

Tämän opinnäytetyön tavoite oli selvittää palvelumuotoilun menetelmien avulla, kuinka voidaan lisätä kuntalaisten osallistamista ja huomioimista hankkeessa sekä selvittää ne viestinnän osa-alueet, joihin kuntalaisten on mahdollista vaikuttaa. Tutkimuksen kohteena olivat Itsenäisyydenkadun alikulkusillan alueella liikkuvat autoilijat, pyöräilijät ja jalankulkijat sekä alueen asukkaat. Itsenäisyydenkadun alikulkusillan muutostyöt on ajoitettu Tampereen henkilöratapiha -hankkeen alkuvaiheeseen, jolloin opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää hankkeen myöhempien vaiheiden viestinnässä.

Tutkimuksessa käytettiin tiedonkeruumenetelminä palvelumuotoilun menetelmiä sekä määrällisenä menetelmänä kyselytutkimusta. Opinnäytetyön pääkysymys on: Millaisia ovat Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmille tärkeät osallistavat viestinnälliset teot? Alakysymykset ovat: Miten sidosryhmät haluavat osallistua tärkeiksi kokemiensa viestinnällisten tekojen suunnitteluun ja millaisilla palvelumuotoilun menetelmillä voidaan edesauttaa positivistista ilmapiiriä ja suhtautumista hankkeeseen?

Sähköisellä kyselytutkimuksella saavutetut henkilöt eivät olleet kiinnostuneita hankkeen viestinnän menetelmien yhteiskehittämisestä. Parhaiten tiedon- saantia rakennusvaiheessa tukeviksi osallistavan viestinnän menetelmiksi vastaajat valitsivat asukasillat, opastetut kiertokäynnit sekä pop-up tapahtumat. Kootun aineiston pohjalta luotiin blueprint-prosessikaavio ehdotukseksi hankkeen viestinnän menetelmistä sekä kuvitteelliset persoonaprofiilit, joita voidaan hyödyntää viestinnän suunnittelussa edistämään käyttäjälähtöisyyttä, empatiaa ja yhteistyön rakentamista.

Asiasanat: palvelumuotoilu, yhteiskehittäminen, käyttäjälähtöisyys, sidosryhmäviestintä

Degree title	Bachelor of Culture and Arts
Author (authors)	Erika Salo
Thesis title	Proactive project communication in dialogue with municipal residents and associated empathic methods - Case study Itsenäisyydenkatu underpass
Commissioned by	Väylävirasto, Welado Oy
Time	2022
Pages	56 pages, 7 pages of appendices
Supervisor	Sanna Haapanen

ABSTRACT

The thesis was implemented for the Tampere passenger railway yard project and focuses on motorists, cyclists and pedestrians using the Itsenäisyydenkatu underpass. The aim of this thesis was to use the methods of service design to examine how to increase the participation and consideration of municipal residents in the project and to identify the areas of communication that can be influenced by the residents of the municipality.

The study utilised service design methods in data collection and in the analysis of results. The main question of the thesis was: What are the participatory communication actions that are important to the stakeholders of the Tampere passenger railway project? The sub-questions were: How do stakeholders want to participate in the planning of the communication and what service design methods can contribute to a positive atmosphere and attitude towards the project?

Survey respondents were not interested in co-creating the project's communication methods. The respondents chose resident evenings, guided tours and pop-up events as the methods of participatory communication that best support access to information during the Itsenäisyydenkatu underpass construction phase. Based on the information collected in the thesis, a blueprint map and personas were created. These development ideas can be used in the planning of project communication to promote user orientation, empathy and building cooperation.

Keywords: service design, co-creation, user orientation, stakeholder communication

SISÄLLYS

KESKEISET KÄSITTEET	7
1 JOHDANTO	9
2 AIHEEN TAUSTA	10
2.1 Yhteistyökumppanit ja sidosryhmät	11
2.1.1 Väylävirasto	12
2.1.2 Welado Oy	12
2.2 Väyläviraston käytössä olevat hankeviestinnän menetelmät	13
3 TUTKIMUSASETELMA JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS	14
3.1 Käsitekartta	14
3.2 Teoreettinen viitekehys	15
3.3 Tutkimuskysymykset	16
3.4 Aikaisemmat tutkimukset	17
3.5 Opinnäytetyön aikataulu	19
4 VIESTINTÄ	19
4.1 Etiikka ja vastuu viestinnässä	20
4.2 Globalisaation vaikutus viestintään	20
4.3 Hankeviestintä	21
4.4 Osallistava viestintä	21
5 PALVELUMUOTOILU	22
5.1 Palvelumuotoilun prosessi	22
5.2 Yhteiskehittäminen	23
6 TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIMENETELMÄT	24
6.1 Benchmarking	24
6.2 Online-etnografia	25
6.3 Kyselytutkimus	25
6.4 Osallistava työpaja	26
6.5 Persoonaprofiilit	26

6.6	Blueprint	27
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	27
7.1	Benchmarking hankeviestinnän menetelmistä.....	27
7.1.1	Raide-Jokeri.....	27
7.1.2	Vantaan ratikka.....	29
7.1.3	Kruunusillat-raitiotie	30
7.1.4	Kalasadamasta Pasilaan raitiotiehanke	31
7.1.5	Yhteenveto benchmarking-menetelmän tuloksista	32
7.2	Online-etnografia Raide-Jokerin, Vantaan ratikan, Kruunusillat raitiotien ja Kalasadamasta Pasilaan hankkeiden sosiaalisen median kanavista	33
7.2.1	Raide-Jokeri.....	33
7.2.2	Vantaan ratikka.....	34
7.2.3	Kruunusillat-raitiotie	35
7.2.4	Kalasadamasta Pasilaan raitiotiehanke	35
7.2.5	Yhteenveto online-etnografia -menetelmällä saaduista tuloksista	36
7.3	Kyselytutkimus.....	37
7.3.1	Asukaskyselyn tuloksia.....	37
7.3.2	Yhteenveto kyselytutkimuksen tuloksista.....	40
7.3.3	Tapaaminen Tampereen eläkeläiset ry:n kanssa	40
8	TULOKSET.....	40
8.1	Persoonaprofiilit.....	40
8.1.1	Maria Lääkäri	41
8.1.2	Risto Taksiautoilija	42
8.1.3	Tiina HR-asiantuntija.....	43
8.2	Ratkaisuehdotus Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnästä	43
8.3	Opinnäytetyön tulosten yhteenveto.....	44
9	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI	45
10	JOHTOPÄÄTÖKSET	46
11	POHDINTA.....	47

LÄHTEET.....	49
KUVALUETTELO	55

LIITTEET

Liite 1. Benchmarking hankeviestinnän menetelmistä

Liite 2. Online-etnografia tarkastelun kohteena olevien hankkeiden
sosiaalisesta mediasta

Liite 3. Kyselykaavake

KESKEISET KÄSITTEET

Hankeviestintä	Hankeviestintä on viestinnän menetelmä, jolla voidaan vaikuttaa hankkeen onnistumiseen sekä tukea hankkeen johtamista. Hankeviestinnän avulla saadaan hankkeen tulokset näkyväksi halutulle yleisölle sekä yhteistyökumppaneille. Tavoitteena voi olla myös uusien yhteistyökumppaneiden ja toimijoiden saaminen hankkeelle. (Koirikivi 2021.)
Käyttäjälähtöisyys	Käyttäjälähtöisyydellä tarkoitetaan halua ymmärtää ja kuunnella käyttäjää sekä käyttäjistä inspiroitumista. Tuotteen tai palvelun suunnittelussa pyritään vastaamaan asiakkaan todellisia mielikuvia ja tarpeita, eli käyttäjä huomioidaan kokonaisvaltaisesti. (Koivunen ym. 2014.)
Muotoiluajattelu	Muotoiluajattelu on menetelmä, jonka avulla voidaan selvittää ihmisten tarpeita sekä luoda uusia ratkaisuja hyödyntäen muotoiluammattilaisten ajattelutapoja ja työkaluja. Muotoiluajatteluun liittyy merkittävästi empatian ja prototypoinnin käyttö ongelman ratkaisussa. (Nyysönen 2017.)
Osallistaminen	Osallistamisella tarkoitetaan toimintaa, jolla kehoitetaan, tuetaan tai kannustetaan joko yhteisöjä tai yksittäisiä henkilöitä osallistumaan johonkin (Finto 2015).
Palvelumuotoilu	Palvelumuotoilulla tarkoitetaan osaamisalaa, jossa hyödynnetään muotoilun käyttämiä menetelmiä palveluiden kehittämisessä. Se on suunnittelumenetelmä, jolla yhdistetään asiakkaan/käyttäjän odotukset ja tarpeet palveluntuottajan liiketoiminnallisten tavoit-

teiden kanssa sosiaalisesti, ekologisesti sekä taloudellisesti kestäviksi ja toimiviksi palveluiksi. (Tuulaniemi 2021, 24–25.)

Sidosryhmäviestintä

Yrityksen ja sen toimintaan liittyvien sidosryhmien välistä kaikkea vuorovaikutusta kutsutaan sidosryhmäviestinnäksi. (Sikala 2022.)

Yhteiskehittäminen

Yhteiskehittäminen tarkoittaa asiakkaan kanssa yhdessä kehittämistä, jolloin asiakas nähdään tasa-arvoisena toimijana kehitystiimissä. (Koivisto ym. 2021, 40–41.)

1 JOHDANTO

Tampereen henkilöratapiha -hankkeen rakentamisvaihe koskee laaja-alaisesti koko asema-aluetta vaikuttaen merkittävästi moniin sidosryhmiin. Hankkeen aikana Tampereen rautatieasemalle rakennetaan uusi henkilöliikennelaituri sekä parannetaan matkustajien kulkuyhteyksiä aseman alueella. Myös henkilöjunien huoltojärjestelmien uudelleen järjestelyt, ratarakenteiden päivitykset, sähkörata- sekä turvalaitepäivitykset kuuluvat hankkeeseen. Näiden lisäksi hankkeeseen sisältyy useita ali- ja ylikulkusiltoja. Rakentaminen on suunniteltu aloitettavaksi vuonna 2023 ja rakentamisvaiheen kestoksi on arvioitu 4–6 vuotta. (Väylävirasto 2022.)

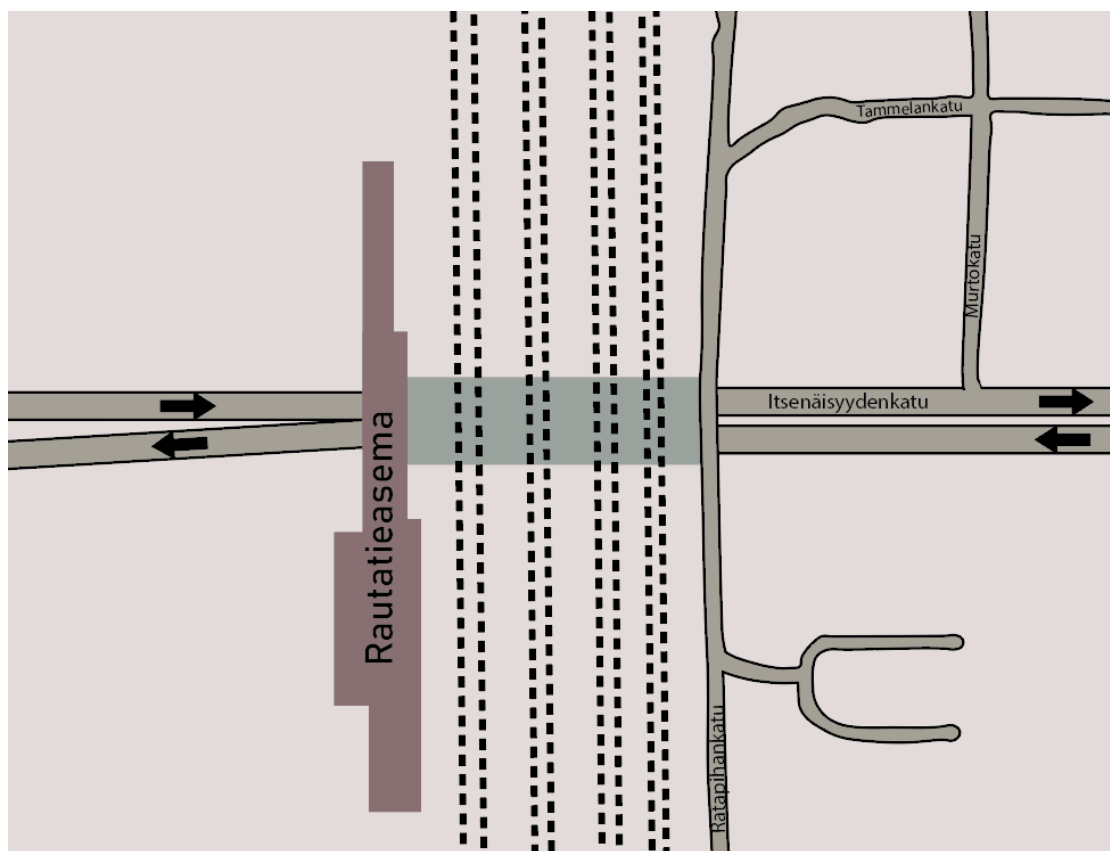
Hanke tulee aiheuttamaan äänin- ja meluhaittoja sekä tilapäisiä liikennejärjestelyjä, jotka vaikuttavat muiden muassa hankealueen läheisyydessä asuviin, alueella liikkuviin autoilijoihin, jalankulkijoihin sekä pyöräilijöihin. Tällöin oikea-aikaisen ja oikealla tavalla toteutetun hankeviestinnän merkitys korostuu. Sidosryhmille tärkeiden viestinnällisten tekojen tunnistaminen ja heidän mukaan ottaminen näiden tekojen suunnitteluun varmistaa vastuullisen ja eettisen osallistamisen. Mikäli sidosryhmien sitouttamisessa onnistutaan, voi siitä muodostua hanketta positiivisesti edistävä tekijä. Oikeiden menetelmien avulla viestinnän vaikuttavuus kasvaa ja näin voidaan tukea sidosryhmiä rakentamisvaiheen muutosten sietämisessä sekä luodaan osallistamisella hyvää rakentamiskokemusta hankkeella.

Opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnässä lisäämällä viestinnän empaattisuutta, käyttäjälähtöisyyttä sekä kuntalaisten osallistamista. Hankkeen laajuuden vuoksi opinnäytetyö on rajattu toteutettavaksi Itsenäisyydenkadun alikulkusillan osaprojektissa. Itsenäisyydenkadun alikulkusillan muutostyöt on ajoitettu hankkeen alkuvaiheeseen, jolloin opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää hankkeen myöhempien vaiheiden viestinnässä.

2 AIHEEN TAUSTA

Tampereen henkilöratapiha -hankkeen vaikutusalue sijoittuu keskustan suunnittelualueeseen kuuluvalla uudella Kannen alueelle. Keskustan suunnittelualueeseen kuuluvat Tampereen keskustan tuntumassa olevat kaupunginosat, joita ovat Finlayson, Tammerkoski, Nalkala, Amuri, Kaakinmaa, Pyykinrinne, Särkänniemi, Tampella, Jussinkylä, Kyttälä, Ratina, Osmonmäki, Tammela, Tulli, Kalevanharju, Hatanpää ja Pyynikki. Alueella asuu vuoden 2022 tilaston mukaan 43 878 henkilöä (Tampereen kaupunki 2022). Kannen alue tulee muodostumaan kolmesta Tampereen henkilöratapihan yläpuolelle rakennettavasta kansirakenteesta ja alueelle rakennettavista tornitaloista. Kannen ensimmäinen vaihe valmistui vuonna 2020 ja koko alueen on suunniteltu valmistuvan vuonna 2040. (Tampere 2022 a.)

Hankkeeseen kuuluva Itsenäisyydenkadun alikulkusilta sijaitsee Tampereen rautatieaseman välittömässä läheisyydessä sen pohjoispuolella (kuva 1).



Kuva 1. Karttakuva Itsenäisyydenkadun alikulkusillan sijainnista (Salo 2022)

Sillalla on Ratapihankadun siltarakenne sekä kahdeksan raidetta. Nykyinen alikulkusilta on valmistunut vuosien 1935–1937 aikana vaiheittain ja siltaa on levennetty 1989. (Projektiutiset 2021.)

Itsenäisyydenkadun alikulkusilta (kuva 2) on yksi vilkasliikenteisimmistä Tampereen kaupungin alueella olevista alikulkusilloista. Ajoneuvojen, kevyen liikenteen sekä jalankulkijoiden lisäksi alikulkusillan kautta kulkee myös raitioliikenteen reitti.

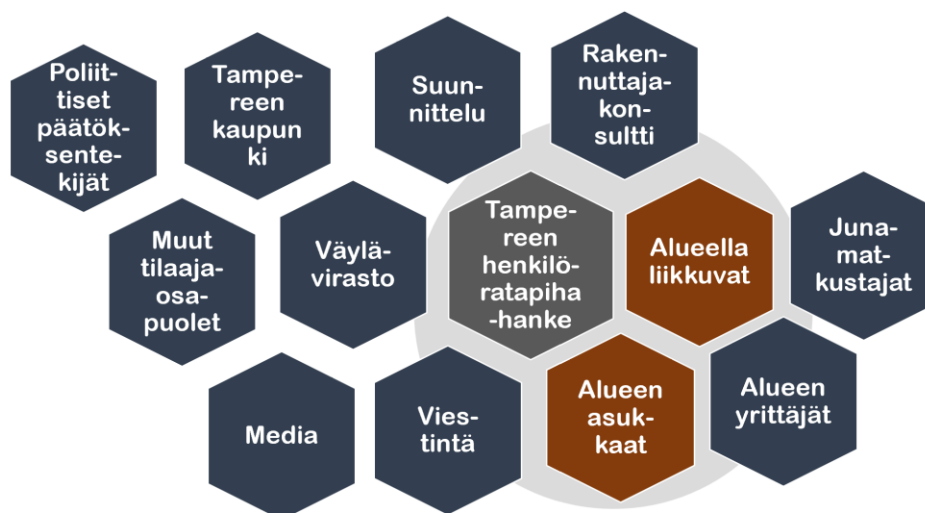


Kuva 2. Itsenäisyydenkadun alikulkusilta, Tampere (Salo 2022)

Vuonna 2022 Itsenäisyydenkadun liikenteen videolaskennan mukaan iltapäivän huipputunnin aikana alikulkusillan kautta kulki 379 moottoriajoneuvoa. Vuoden 2019 tilaston mukaan jalankulkijoita molempiin suuntiin iltapäivän huipputunnin aikana on ollut yhteensä 330 sekä pyöräilijöitä 370. (Tampere 2022 b.)

2.1 Yhteistyökumppanit ja sidosryhmät

Opinnäytetyö toteutetaan Welado Oy:lle sekä Väylävirastolle. Osallistettavana sidosryhmänä opinnäytetyössä ovat Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa käyttävät kuntalaiset. Sidosryhmäkartassa (kuva 3, s. 12) on kuvattu Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmät.



Kuva 3. Sidosryhmäkartta (Salo 2022)

Sidosryhmäkartassa Tampereen henkilöratapiha -hanketta lähimpänä ovat ne sidosryhmät, joihin hanke vaikuttaa konkreettisesti eniten, kuten alueen asukkaat ja muut alueella liikkuvat. Lähimpänä ovat myös Väylävirasto, suunnittelu, rakennuttajakonsultti sekä viestintä, jotka ovat hankkeen kanssa jatkuvassa vuorovaikutuksessa.

2.1.1 Väylävirasto

Tilajana Tampereen henkilöratapiha -hankkeessa on Väylävirasto. Väylävirasto on asiantuntijavirasto, jonka toimialuetta ovat rata-, tie ja meriliikenteen väyläverkon suunnittelu, kehittäminen sekä palvelutason ylläpito. Maankäytön sekä liikenteen yhteensovittaminen ja talvimerenkulun järjestäminen sekä liikenteen ohjaus kuuluvat myös Väyläviraston tehtäviin. Väylävirasto kuuluu liikenne- ja viestintäviraston hallinnonalalle. Viraston tavoitteena on väyläverkon toimivuus, jolla mahdollistetaan Suomen kestävä kasvu, kilpailukyky sekä hyvinvointi. (Väylävirasto 2021.)

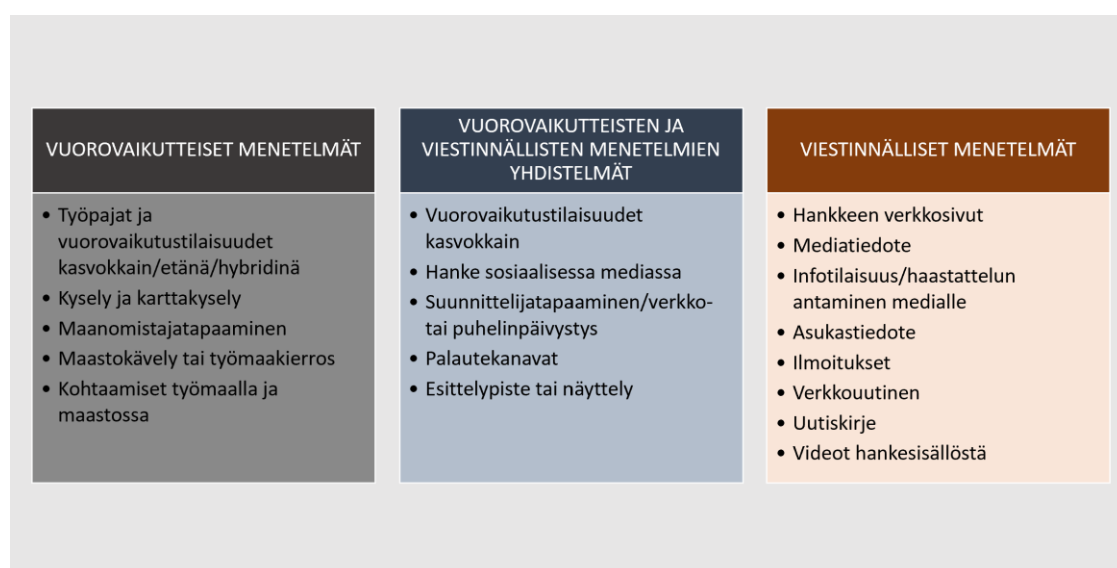
2.1.2 Welado Oy

Welado Oy on rakennuttamisen sekä projektinjohdon asiantuntija. Yrityksen toimialoja ovat liikkeenjohdon konsultointi, energia, kiinteistöt, väylät sekä teollisuuden projektinjohto- ja rakennuttamishankkeet. Welado Oy:n arvoja ovat avoimuus, rohkeus, empaattisuus ja tekijöilleen paras. Yrityksen strategiassa korostuvia teemoja ovat inhimillisyys, kasvu, yhteistyö ja merkityksellisyys.

(Welado Oy 2022.) Tampereen henkilöratapiha -hankkeessa Welado Oy vastaa rakennuttamisesta, ympäristöasioista, viestinnästä sekä turvallisuudesta ja riskienhallinnasta.

2.2 Väyläviraston käytössä olevat hankeviestinnän menetelmät

Väyläviraston vuorovaikutusohjeissa korostetaan vuorovaikutuksen merkitystä viestinnässä. Käytettävät menetelmät valitaan hankkeiden tarpeiden ja vaiheiden mukaisesti. Menetelmät on jaettu vuorovaikutteisiin menetelmiin, viestinnällisiin menetelmiin ja näiden yhdistelmiin (kuva 4). (Väylävirasto 2022.)



Kuva 4. Väyläviraston vuorovaikutus- ja viestintämenetelmät hankkeilla (Salo 2022)

Väyläviraston käyttämiä vuorovaikutteisia menetelmiä ovat työpajat, kyselyt, maanomistajatapaamiset, maastokävelyt ja työmaakerrokset sekä kohtaamiset maastossa ja työmaalla. Viestinnällisistä menetelmistä käytössä ovat hankkeen omat verkkosivut, mediatiedotteet, infotilaisuudet sekä haastatteluiden antaminen medialle, asukastiedotteet, ilmoitukset, verkkouutiset, uutiskirjeet ja videot hankesisällöstä. Edellä mainittujen menetelmien yhdistelmistä Väylävirasto käyttää kasvokkain pidettäviä vuorovaikutustilaisuuksia, hankkeiden sosiaalisen median tilejä, suunnittelijatapaamisia sekä verkko- ja puhelinpäivystyksiä, palautekanavia ja esittelypisteitä sekä näyttelyitä. (Väylävirasto 2022.)

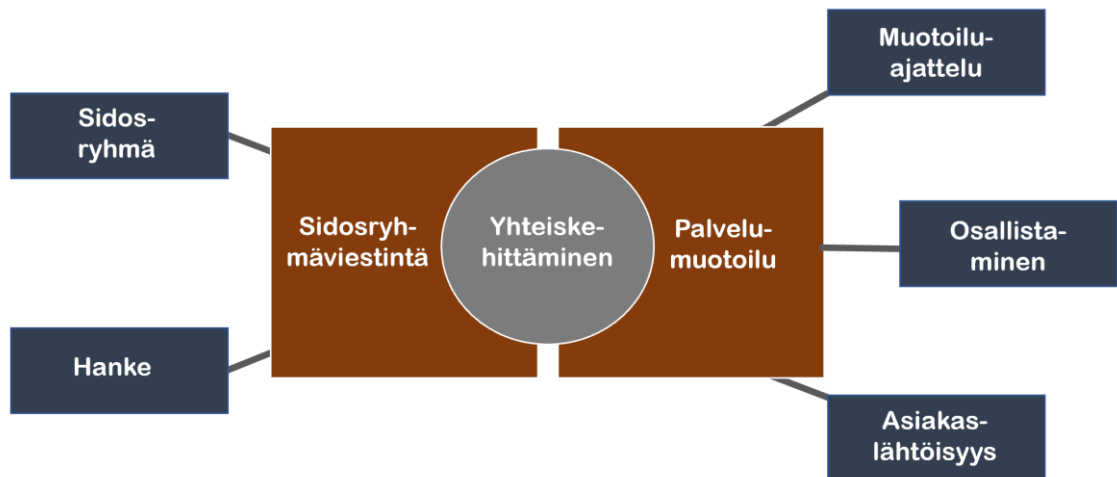
3 TUTKIMUSASETELMA JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Kaupunki- ja taajama-alueilla toteutettavilla laajoilla tie- ja ratarakentamisen hankkeilla on vaikutuksia alueella asuviin ja liikkuviin muiden muassa melu- ja tärinähaittojen sekä poikkeavien liikennejärjestelyjen vuoksi. Rakennusvaiheiden vaatimista järjestelyistä tiedottaminen ja viestinnän mahdollisimman laaja saavutettavuus tulisi huomioida hankkeen viestinnässä. Oikea-aikaisella ja sidosryhmät huomioonottavalla viestinnällä voidaan lisätä kokemusta kuulluksi tulemisesta sekä huomioonottamisesta. Opinnäytetyön toteuttamisen aikana pyrin selvittämään, miten alueen asukkaat haluavat osallistua hankkeen viestinnän suunnitteluun sekä mitkä viestinnän menetelmät vastaisivat parhaiten heidän tarpeitaan.

Teoreettisten käsitteiden sekä teoreettisen viitekehyksen avulla luodaan tutkimukselle raamit, jolloin ne toimivat tutkimusaineiston tarkastelun ensisijaisena näkökulmana. Niiden avulla voidaan myös varmistaa tutkimuksen pysyminen käsitteellisesti johdonmukaisissa kehyksissä. Käsitteet ja teoria auttavat kuvaamaan, selostamaan sekä perustelemaan tuloksia, tulkintaa ja päätelmiä. Teoreettisesta viitekehystä voi olla myös apua tutkimusongelman tai tutkimuskysymyksien muotoilussa. (Vilka & Airaksinen 2003, Vilka 2021 mukaan.)

3.1 Käsitekartta

Kuvan 5 (s. 15) opinnäytetyön käsitekarttaan on koottu tämän työn keskeisiä käsitteitä. Käsitekartta kuvaa sidosryhmien ja hankkeen välistä sidosryhmäviestintää.



Kuva 5. Opinnäytetyön käsittekartta (Salo 2022)

Opinnäytetyön tavoitteena on osallistaa sidosryhmiä yhteiskehittämisen menetelmillä hyödyntäen palvelumuotoiluprosessia sekä selvittää Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmille tärkeät viestinnälliset teot. Sidosryhmällä tässä työssä tarkoitetaan kuntalaisia ja muita tienkäyttäjiä. Olennaista on selvittää sidosryhmän tarpeita ja toiveita viestinnän suhteen muotoiluajattelua ja osallistavia menetelmiä käyttäen ja huomioiden asiakaslähtöisyys.

3.2 Teorettinen viitekehys

Teorettisessa viitekehyksessä (kuva 6) on rajattu opinnäytetyön kannalta keskeiset tekijät, jotka ovat yhteiskehittäminen, käyttäjälähtöisyys, palvelumuotoilu sekä käyttäjälähtöinen hankeviestintä.



Kuva 6. Opinnäytetyön teorettinen viitekehys (Salo 2022)

Yhteiskehittämisen menetelmin kehitetään käyttäjälähtöinen viitekehysten keskiössä oleva viestinnän työkalu hankeviestinnän käyttöön. Hankkeen viestinnän tavoite on huomioida ja osallistaa kuntalaiset sekä muut tienkäyttäjät, eli asiakaslähtöinen hankeviestintä. Kehittämistyössä käytetään palvelumuotoilun menetelmiä. Opinnäytetyössä pyritään myös selvittämään, millaisilla palvelumuotoilun menetelmillä Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestintää voidaan kehittää käyttäjälähtöisemmäksi.

3.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksen tehtävä on ohjata aineistonkeruuta sekä tutkimusta. Pääkysymyksen tukena voidaan käyttää tarkentavia apukysymyksiä. Asetettuihin kysymyksiin saadaan vastauksia kerätyn aineiston avulla. (Kananen 2019, 59.)

Opinnäytetyössä selvitetään palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen, kuinka voidaan lisätä kuntalaisten osallistamista ja huomioimista Tampereen henkilöratapiha -hankkeessa sekä selvittää ne viestinnän osa-alueet, joihin kuntalaisten on mahdollista vaikuttaa. Tutkimuksen kohteena ovat Itsenäisyydenkadun alikulkusillan alueella liikkuvat yksityisautoilijat, pyöräilijät ja jalankulkijat.

Opinnäytetyön pääkysymys on:

- 1) Millaisia ovat Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmille tärkeät osallistavat viestinnälliset teot?

Opinnäytetyön alakysymykset ovat:

- 2) Miten sidosryhmät haluavat osallistua tärkeiksi kokemiansa viestinnällisten tekojen suunnitteluun?
- 3) Millaisilla palvelumuotoilun menetelmillä voidaan edesauttaa positiivista ilmapiiriä ja suhtautumista hankkeeseen?

Opinnäytetyön tavoitteena on Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnän menetelmien kehittäminen käyttäjälähtöisemmiksi palvelumuotoilun keinoin. Ensisijaisena tavoitteena on selvittää voiko palvelumuotoilun menetelmin edesauttaa positiivista ilmapiiriä ja suhtautumista hankkeeseen sekä löytää

ratkaisut muutostöiden viestinnällisiin menetelmiin. Opinnäytetyön painotus on produktiivinen ja tuloksena on tarkoitus kehittää hankeviestinnän työkaluja käyttäen yhteiskehittämisen menetelmiä sidosryhmien osallistamisessa.

3.4 Aikaisemmat tutkimukset

Suonpää (2021) tarkastelee opinnäytetyössään viestinnän palveluiden kehittämistä muotoilun keinoin. Opinnäytetyön tavoite on viestintätiimin sisäisen viestinnän olemassa olevien palveluiden tunnistaminen ja niiden kehittäminen palvelumuotoilun menetelmin käyttäjälähtöisemmiksi sekä tunnistaa piilossa olevat tarpeet. Tutkija on toteuttanut työn omalla työpaikallaan, ollen samalla myös tutkittavan kohteen jäsen.

Tiedonkeruumenetelminä Suonpää on käyttänyt havainnointia, kyselyä ja haastattelua. Kerättyä tietoa on analysoitu työpajoissa. Ratkaisujen mallintamisessa on hyödynnetty palvelupolkua, palvelukonsepteja sekä asiakasprofieja. Uuden toimintamallin käyttöönottoa ei tutkimuksen aikana tehty, mutta tutkimus osoitti palvelumuotoilun soveltuvan käyttäjälähtöisten palveluiden kehittämiseen.

Opinnäytetyössäni on tavoitteena viestinnän palveluiden kehittäminen käyttäjälähtöisemmiksi palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen. Tämä opinnäytetyö avasi käsitystä tiedonkeruumenetelmistä sekä ratkaisujen mallintamisesta.

Tahvanainen (2021) on opinnäytetyössään tutkinut asukasosallisuuden menetelmiä kirjastotilojen suunnittelussa. Opinnäytetyön tavoitteena on tiedon ja ymmärryksen lisääminen asukasosallisuuden menetelmistä tilasuunnittelun osana sekä viestinnän parantaminen. Tutkimuksessa on käytetty palvelumuotoilun menetelmiä.

Työn tuloksena saavutettiin käsitys siitä, millaiset osallisuuden menetelmät soveltuvat suunnitteluprosessin eri vaiheisiin sekä ymmärrys menetelmien toimivuudesta. Tahvanainen toteaa tutkimuksessaan, että innovatiivinen ideointi sekä laajan käyttäjäymmärryksen tavoittaminen vaativat työpajaa, haastattelua tai muuta syvemmän vuorovaikutuksen menetelmää.

Opinnäytetyö vahvisti käsitystäni osallistavien menetelmien soveltuvuudesta viestinnän palveluiden kehittämisessä.

Vaalion (2020) palvelumuotoilun menetelmin toteutettu opinnäytetyö kuvaa nuorten palveluiden kehittämistä Mukkulan kirjastossa. Tavoitteena on ollut palvelukonseptin kehittäminen asiakkaita osallistavammaksi sekä asiakastarpeiden parempi huomioonottaminen. Kohderyhmänä ovat olleet yläkouluikäiset nuoret.

Kerätyn tutkimustiedon pohjalta järjestettiin työpaja nuorisopalveluiden ja kirjaston kanssa. Työpajassa yhteistyön tavoitteita tarkennettiin ja mietittiin kehitysideoita sekä ratkaisuja tarkoituksena parempi nuorison saavutettavuus. Tutkimus on toteutettu koronapandemian aikana, joka on vaikuttanut tutkimuksen menetelmiin ja toteutukseen.

Opinnäytetyö osoitti palvelumuotoilun menetelmien sopivan osallistavimpien ja asiakaslähtöisempien palveluiden kehittämiseen. Vaalion käyttämä persoonatyökalu on myös oman opinnäytetyöni menetelmänä.

Piskonen (2018) tarkastelee tutkimuksessaan organisaatioiden tapaa toteuttaa sisäistä viestintää. Opinnäytetyön tavoitteena on ollut selvittää, mitkä palvelumuotoilun menetelmät soveltuvat viestinnän kehittämiseen ja kuinka viestintää voidaan kehittää asiakaskeskeisesti. Työssä lähtökohtana on ollut muotoiluajattelun soveltaminen viestinnän kehittämiseen.

Opinnäytetyön tulokset osoittivat muotoiluajattelun, yhteiskehittämisen sekä asiakaskeskeisen lähestymistavan soveltuvan viestinnän kehittämiseen. Palvelumuotoilun menetelmistä persoonatyökalu sekä luotain havaittiin toimiviksi työkaluiksi. Myös työpajatyöskentely sekä fasilitointitaidot koettiin kehitystehtävässä tärkeiksi menetelmiksi.

Piskosen opinnäytetyön tulokset avasivat käsityksiäni viestinnän kehittämiseen soveltuvista menetelmistä. Muotoiluajattelu, yhteiskehittäminen ja käyttäjälähtöisyys ovat myös omassa työssäni lähestymistapoina.

3.5 Opinnäytetyön aikataulu

Opinnäytetyön aiheen ideointi aloitettiin Welado Oy:n kanssa keväällä 2022. Kesäkuussa 2022 Väylävirasto hyväksyi aiheen. Työ suunniteltiin toteutettavaksi kesän ja syksyn 2022 aikana (kuva 7).



Kuva 7. Opinnäytetyön viikkokohtainen aikataulu (Salo 2022)

Opinnäytetyön tekemisessä materiaalin hakeminen ja lukeminen sekä opinnäytetyösuunnitelman kirjoittaminen ajoittuivat kesälle. Syksy painottui täsmennetyt tutkimussuunnitelman mukaiseen opinnäytetyön toteuttamiseen ja raportointiin. Työn luovutus sekä opinnäytetyöseminaari ajoittuivat loka-marraskuun aikana. Väyläviraston ja Welado Oy:n opinnäytetyöohjaajien kanssa ohjaustapaamisia pidettiin tarpeen mukaan.

4 VIESTINTÄ

Viestintä (communication) on ihmisten välisen vuorovaikutuksen sekä inhimillisen tekemisen perusta. Kielellisen viestinnän lisäksi on sanatonta eli nonverbaalia viestintää. Sanattoman viestinnän muotoja ovat eleet, ilmeet sekä kokonaisuudessaan kehon kieli. Tapa viestiä ja viestintään käytettävät menetelmät

ovat muuttuneet historiasta tähän päivään. Aiemmin hyvän viestinnän mittarina pidettiin onnistunutta viestin teknistä lähettämistä ja vastaanottajalle toimittamista. Tästä suoraviivaisesta viestintämallista on siirrytty kohderyhmiä enemmän huomioivaan viestintään. Ottamalla selvää kohderyhmän odotuksista, tilanteesta sekä tarpeista, voidaan parantaa viestinnän vaikuttavuutta. Vaikuttavuutta voidaan myös tehostaa valitsemalla kohderyhmää kiinnostavat viestinnän kanavat. (Juholin 2017, 22–24.)

4.1 Etiikka ja vastuu viestinnässä

Ei riitä, että viestintä noudattaa sitä koskevia lakeja ja säädöksiä. Myös vastuu ja etiikka ovat oleellisia viestintään kuuluvia osia. Harkinta viestittävästä asiasta, asiasisällöstä sekä viestinnän seurauksista eri näkökulmista ovat viestintää suunniteltaessa ja toteutettaessa huomioitavia seikkoja. Myös toteutunutta viestintää on hyvä arvioida eettiseltä ja vastuullisuuden kannalta. (Juholin 2017, 40–41.)

VEN eli Viestinnän eettinen neuvottelukunta on perustettu 2015. Myös Viestinnän eettiset ohjeet uudistettiin tuolloin. Ohjeisiin sisältyviä periaatteita ovat arvostus, rehellisyys, luotettavuus, avoimuus sekä vuorovaikutteisuus. Lähtökohtana ohjeille on, että viestintä ja vuorovaikutus koskevat kaikkia organisaatioita, koska demokraattisessa yhteiskunnassa tapahtuvat asiat ja niiden käsittely ovat julkisia asioita. Viestinnän ammattilaiset ovat sitoutuneet näiden ohjeiden noudattamiseen. Viestinnän eettisten ohjeiden lisäksi alalla on käytössä useita muitakin eettisiä ohjeistuksia, kuten esimerkiksi sisällöntuottajien Ping Etics. (Juholin 2017, 42.)

4.2 Globalisaation vaikutus viestintään

Globalisaation ja digitalisaation myötä viestintä on muuttunut nopeasti levittäytyväksi ja myös eri viestintävälineiden välillä nopeasti kulkeväksi. Tätä ilmiötä kutsutaan mediatisaatioksi tai medioitumiseksi. Organisaatioiden näkökulmasta tämä on johtanut toiminnan sopeuttamiseen sekä asettamaan tavoitteeksi mediassa hyväksyttävältä näyttävän viestinnän. Näin pyritään välttämään epäedullisen julkisuuskuvan muodostuminen, mutta lopputuloksena voi olla viestinnän toteutuminen median ehdoilla. (Juholin 2017, 17.)

4.3 Hankeviestintä

Hankeviestinnässä kyseistä projektia koskevien sidosryhmien tunnistaminen on tärkeää, koska eri ryhmien tarvitsema tieto sekä vaikuttamisen tarve vaihtelevat riippuen heidän suhteestaan projektiin. Hankkeen ydinryhmän tiedon-
tarve on suurempaa, eriytyneempää ja vuorovaikutuksen tarve on jatkuvaa
sekä tiivistä. Sen sijaan laajemmalle asiasta kiinnostuneelle joukolle tietoa tu-
lee olla saatavilla riittävästi, mutta ei kuitenkaan kuormittavasti. (Juholin 2017,
103.)

Viestinnän sisällön suunnittelemisella kohderyhmän mukaisesti on suuri mer-
kitys, koska eri sidosryhmien tarpeet ja odotukset poikkeavat toisistaan. Huo-
mioitavia näkökulmia ovat hankkeen eri vaiheiden sidosryhmille keskeisten
viestien ja sisältöjen tunnistaminen sekä heidän odotuksiensa ja tarpeidensa
huomioiminen. Hankeviestintään kuuluu myös varautuminen yllättäviin ja poik-
keuksellisiin tilanteisiin tekemällä ennalta suunnitelma tällaisten tilanteiden va-
ralle. (Juholin 2017, 103.)

4.4 Osallistava viestintä

Viestinnän digitalisoituminen on lisännyt yhteistyön ja osallistumisen muotoja,
mutta myös vaatimuksia organisaatioille sidosryhmien osallistamisesta sekä
yhteiskunnalliseen keskusteluun osallistumisesta. Ryhmiä, yksilöitä ja organi-
saatioita voidaan viestinnän avulla osallistaa, mutta myös jättää ulkopuolelle.
Osallistamisella tuotetaan yksilölle kokemus osallisuudesta tietoisuuden, tun-
teiden tai toiminnan tasolla. Sillä tarkoitetaan myös osallisen mahdollisuutta
vaikuttaa asioihin. Organisaation tavoitteita sidosryhmien osallistamisessa
voivat olla sosiaaliset, taloudelliset tai mainetavoitteet. Mikäli osallistamisessa
onnistutaan, voivat organisaatiot ja sidosryhmät oppia toistensa toimintata-
voista, toiminnan vaikutuksista sekä tavoitteista ja muodostaa molemmin puo-
lista luottamusta. Osallistamista, jossa eri osapuolilla on mahdollisuus vaikut-
taa tavoitteisiin, prosessiin sekä tuloksiin, kutsutaan symmetriseksi osallista-
miseksi. Näin sidosryhmille tulee kokemus vaikuttamisen mahdollisuudesta.
(Pekkala & Luoma-aho 2019, 15–17.)

5 PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilun (service design) juuret ovat muotoiluajattelussa (design thinking), joka aiemmin on vahvasti yhdistetty materiaalisten kohteiden suunnitteluun. Muotoiluajattelussa keskiössä on aina ihminen ja se tuo käyttäjälähtöisen ja luovan prosessin uusien palveluiden suunnitteluun ja olemassa olevien palveluiden parantamiseen. Palvelumuotoilu auttaa palveluntuottajaa näkemään palvelunsa asiakkaan näkökulmasta ja sen menetelmiä voidaan käyttää palveluiden suunnittelussa tai kehittämisessä. Tavoitteena on laadukkaan ja saumattoman palvelukokonaisuuden luominen, jossa huomioidaan sekä liiketoiminnan että asiakkaan tarpeet. (Stickdorn ym. 2018,19.)

5.1 Palvelumuotoilun prosessi

Jokaisessa palvelumuotoilun prosessin vaiheessa on omat menetelmänsä, jotka ovat erityisesti palveluliiketoimintaan sekä palveluiden kehittämiseen soivia (kuva 8).



Kuva 8. Palvelumuotoilun prosessi mukailen Tuulaniemen (2021) palvelumuotoiluprosessia

Palvelumuotoilun prosessissa tarkoituksena on tunnistaa ja ymmärtää käyttäjä- ja asiakastarpeita eli identifioida arvonluontimahdollisuudet sekä luoda ja kehittää luovia ratkaisuja. Käyttäjä- ja asiakastarpeisiin on tärkeä vastata luomalla arvolupauksia huomioiden samalla palveluntarjoajan reunaehdot. (Koivisto ym. 2021, 42.)

Palvelutuote ja sen aineettomat osat tehdään näkyviksi hahmomalleilla sekä visualisoinneilla. Palvelua häiritsevien asioiden poistamisella sekä optimoimalla palveluprosessi, tilat, vuorovaikutus saadaan palvelukokemuksesta asi-

akkaalle mahdollisimman positiivinen. Palvelua suunniteltaessa tulee huomioida, että tuote on myös ekologisesti, taloudellisesti sekä sosiaalisesti kestävä. (Tuulaniemi 2021, 25–26.)

5.2 Yhteiskehittäminen

Yhteiskehittäminen (co-creation) on ratkaisujen kehittämistä yhdessä asiakkaiden, käyttäjien, työntekijöiden sekä myös niiden muiden ihmisten kanssa, joihin kehittäminen vaikuttaa. Sen sijaan, että asiakas tai muu sidosryhmä olisi kehittämisen kohteena tai testaajana, yhteiskehittämisessä hän toimii tiimissä tasa-arvoisena, aktiivisena sekä luovana toimijana. Organisaatio- tai asiantuntijalähtöisessä kehittämisessä vaarana on omiin tarpeisiin ja olettamuksiin pohjautuva ja suuntautuva kehittäminen, jolloin asiakkaan tai muun sidosryhmän aitoon tarpeeseen ei saada ratkaisua. Menetelminä yhteiskehittämisessä voidaan käyttää esimerkiksi verkkoyhteisöjä tai työpajoja. (Koivisto ym. 2021, 40–41.)

Tavoitteena yhteiskehittämisessä on tuottaa joko aineetonta tai aineellista arvoa. Arvo voi olla hyödyn saajasta riippuen emotionaalista, symbolista toiminnallista tai taloudellista. Arvo voi liittyä myös eettisyyteen, tehokkuuteen, pelaamiseen, erinomaisuuteen, leikkimiseen, statukseen, esteettisyyteen, henkisyteen tai arvostushakuisuuteen. (Kesämaa 2021, 7.)

Tärkeimmät vaiheet yhteiskehittämisessä ovat sitoutuminen, ymmärrys, ideointi ja syntyneiden ratkaisujen testaus sekä arviointi. Sitoutumisvaiheessa asetetaan yhteinen tavoite, tutustutaan tiimin muihin jäseniin ja opitaan heiltä. Ymmärrysvaiheessa paneudutaan käyttäjän tarpeisiin sekä kootaan tärkeät oivallukset. Kolmannessa eli ideointivaiheessa kehitetään ja suunnitellaan konsepteja sekä rakennetaan prototyyppejä. Viimeisenä vaiheena syntyneitä ratkaisuja testataan ja niiden toimivuutta arvioidaan ja valikoidaan toimivat ratkaisut. (Co-Create 2019.)

6 TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIMENETELMÄT

Tutkimus- ja analysointimenetelminä opinnäytetyössä käytetään sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä. Painotus tutkimustyössä tulee olemaan laadullisissa menetelmissä. Kyselytutkimus määrällisenä tiedonkeruumenetelmänä toimii tutkimuksen alkuvaiheessa viestinnän kehittämiskohteiden paikantamiseksi. Palvelumuotoilun ja yhteiskehittämisen menetelmien avulla saadaan tutkittavasta aiheesta lisätietoa ja näillä menetelmillä voidaan analysoida kerättyä tietoa.

6.1 Benchmarking

Benchmarking-menetelmää (vertailuanalyysi/esikuva-analyysi) käytetään eri toimijoiden kartoittamiseen sekä palveluiden, tuotteiden ja toimintatapojen vertailuun. Tavoitteena on oppiminen sekä hyvien ja huonojen puolien kartoittaminen. Oman toiminnan kyseenalaistamisella voidaan välttää jo toisten tekemät virheet ja hyödyntää muiden käytössä olevia hyviä toimintatapoja. (Tuulaniemi 2021, 138–139.)

Benchmarking-prosessin ensimmäinen vaihe on tunnistaa ja määrittää kehittämisen kohde. Vaiheeseen kuuluu tämänhetkisen toimintatavan tarkka kuvaus ja kehittämisen kohteen yksityiskohtien selvittäminen. Prosessin toisessa vaiheessa etsitään vertailukohta eli tunnistetaan yritykset, jotka suorittavat kehittämisen kohteena olevan asian paremmin. Seuraavissa vaiheissa vertaillaan omaa kehittämiskohdetta toisten yritysten toimintatapoihin ja otetaan oppia muista sekä valitaan parhaimmat menetelmät. Tämän jälkeen asetetaan tavoite ja analysoidaan erot sekä niihin vaikuttavat tekijät. Benchmarking-prosessin seuraavassa vaiheessa sovelletaan ja suunnitellaan muutokset omaan kehittämiskohteeseen huomioiden muutosten sopiminen omaan toimintaan. Prosessin viimeisessä vaiheessa uudet toimintatavat vakiinnutetaan ja jatkuvien mittausten ja arvioinnin avulla varmistetaan tavoitteiden saavuttaminen. (Laaksonen 2019.)

Benchmarking-menetelmää käytettiin tässä opinnäytetyössä hankeviestinnän keinojen nykytilan selvittämisessä. Tarkastelun kohteeksi valikoitui neljä pääkaupunkiseudulla toteutettavaa rakennusprojektia. Opinnäytetyötä tehdessä

yksi hankkeista oli suunnitteluvaiheessa ja kolmessa rakennusvaihe oli me-
neillään. Valitut hankkeet vaikuttivat tai tulivat vaikuttamaan kaupunkilaisten
liikkumiseen hankealueella sekä aiheuttivat melu- sekä tärinähaittoja.

6.2 Online-etnografia

Palvelumuotoilussa empatia on keskeinen asia ja tämän vuoksi opinnäytetyö-
hön on valittu yhdeksi menetelmäksi online-etnografia. Etnografian tavoitteena
on ihmisen toiminnan ymmärtäminen ja millaisia sosiaalisia merkityksiä se si-
sältää tietyssä ympäristössä. Etnografisista menetelmistä on hyötyä tutkitta-
essa ihmisten toiveita, arvoja ja tarpeita. (Tuulaniemi 2021, 146–147.)

Online-etnografialla tarkoitetaan etnografisia tutkimuksia, jotka tapahtuvat in-
ternetissä. Menetelmää kutsutaan myös webnografiaksi sekä verkkoetnogra-
fiaksi ja se sopii hyvin asiakasymmärryksen lisäämiseen. Menetelmän avulla
voidaan kerätä tietoa havainnoimalla joko passiivisesti tai aktiivisesti verkossa
käytävää tutkimusaihetta koskevaa keskustelua. (Tuulaniemi 2021, 152.)

Opinnäytetyössä online-etnografia menetelmällä havainnointiin neljän hank-
keen sosiaalisen median kanavilla käytyjä keskusteluja sekä julkaisujen kom-
mentointeja. Tavoitteena menetelmän käytössä oli ilmapiirin havainnoiminen
sekä selvittää seuraajien suhtautumista hankkeeseen. Online-etnografiaa hyö-
dynnettiin myös kommentoijien profiloinnissa.

6.3 Kyselytutkimus

Palvelumuotoilun menetelmänä kyselytutkimus toimii, kun tarvitsee kerätä tie-
toa esimerkiksi kehittämiskohteiden paikantamiseksi, mitata asiakaskoke-
musta tai kerätä asiakkaista määrällistä asiakastietoa. Kyselytutkimuksella
saadaan perustietoa, jota voi hyödyntää kehittämisprosessin alussa. Saatua
tietoa voidaan käyttää laadullisen tutkimuksen laatimisessa. (Palvelumuotoilu
Palo.)

Kyselytutkimuksen avulla opinnäytetyössä kerättiin tietoa siitä, millaisia tar-
peita ja odotuksia kuntalaisilla on Tampereen henkilöratapiha -hankkeen vies-
tinnällisten tekojen suhteen. Kyselytutkimuksella kartoitettiin myös asukkaisen
kiinnostusta osallistua viestinnän menetelmien suunnitteluun. Asukaskysely

toteutettiin Webropol-verkkokyselyinä. Lomakkeessa oli suljettuja monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä, joihin oli mahdollisuus vastata omin sanoin.

6.4 Osallistava työpaja

Osallistavan työpajan tarkoituksena on ryhmän osaamisen ja tiedon hyödyntäminen ongelmanratkaisussa. Tavoitteena on antaa kaikille ryhmäläisille mahdollisuus aktiiviseen osallistumiseen ideoinnissa sekä keskusteluissa. Työpajassa kerätään mielipiteitä ja ratkaisuvaihtoehtoja yhteistyöhön perustuvalla työskentelytavalla kehittämisen kohteena olevaan aiheeseen. (Jisc 2012.)

Osallistavaa työpajaa oli tässä opinnäytetyössä tarkoitus käyttää Itsenäisyydenkadun alikulkusillan rakennusvaiheessa käytettävien viestinnällisten menetelmien suunnittelussa. Osallistettavaksi sidosryhmäksi työpajaan suunniteltiin alueen asukkaita sekä alueella liikkuvia autoilijoita, pyöräilijöitä sekä jalankulkijoita. Kiinnostusta työpajaa kohtaan selvitettiin asukaskyselyllä.

6.5 Persoonaprofiilit

Persoonat-menetelmä auttaa saamaan paremman käsityksen palvelun suunnittelun aikana huomioitavista tekijöistä ja ominaisuuksista. Hyvänä empatia-työkaluna menetelmä auttaa asettumaan käyttäjien asemaan sekä auttaa ymmärtämään heitä. Kuvitteellisten persoonaprofiilien tarkoitus on kuvata todellisia käyttäjiä perustuen kerättyyn tietoon ja havainnointiin. Tarkoituksena on helpottaa ymmärrystä todellisen käyttäjän tarpeista ja käyttäytymisestä, ja siten auttaa käyttäjälähtöisemmän suunnittelun toteuttamisessa. Persoonaprofiilien tulisi perustua tutkimuksesta saatuun informaatioon ja edustaa heidän tarpeitaan sekä käyttäytymistään (Stickdorn ym. 2018, 40–41.).

Persoonaprofiilien luomisessa käytettiin tässä opinnäytetyössä online-etnografialla sekä kyselytutkimuksella kerättyä tietoa. Tiedonkeruumenetelmillä saadun aineiston pohjalta luotiin kolme kuvitteellista persoonaprofiilia.

6.6 Blueprint

Blueprint on prosessikaavio, joka toimii suunnittelun ja toteutuksen tukena sekä ohjeena. Mallia voidaan hyödyntää myös olemassa olevien mallien kehittämisessä. Tällä palvelun yksityiskohtaisella mallilla voidaan visuaalisesti esittää palveluiden eri osioiden liittyminen toisiinsa ja saada prosessissa mukana oleville henkilöille kehitettävä ja suunniteltava palvelu ymmärrettäväksi. Menetelmä auttaa prosessin epäjohdonmukaisuuksien sekä kehittämiskohteiden tunnistamisessa. (Tuulaniemi 2021, 212–213.)

Tässä opinnäytetyössä blueprint-menetelmää käytettiin havainnollistamaan hankeviestinnän polku suunnittelusta toteutukseen.

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

7.1 Benchmarking hankeviestinnän menetelmistä

Benchmarking-menetelmällä tarkasteltaviksi hankkeiksi valikoitui neljä pääkaupunkiseudulla toteutettavaa projektia (liite 1). Kolmessa hankkeessa rakennusvaihe on jo käynnissä. Vantaan ratikka on vielä suunnitteluvaiheessa ja rakentaminen alkaa mahdollisesti vuonna 2024 (Vantaan kaupunki 2022). Näin saadaan näkökulma myös vasta suunnitteilla olevan projektin hankeviestinnästä.

7.1.1 Raide-Jokeri

Raide-Jokeri on noin 25 km pitkä pikaraitiolinja, joka rakennetaan Espoon Keilaniemen ja Helsingin Itäkeskuksen välille. Rakentaminen on alkanut vuonna 2019 ja liikennöinti linjalla on suunniteltu alkavaksi vuonna 2024. Ennusteiden mukaan vuonna 2030 Raide-Jokerilla tehtäisiin noin 91 000 matkaa arkivuorokauden aikana. Helsinki ja Espoo ovat hankkeen tilaajaorganisaatiot, suunnittelukonsultteja ovat Ramboll Finland Oy, Sitowise Oy ja Sweco. Urakoitsijoina hankkeella ovat ryhmittymä NRC Group Finland Oy ja YIT Suomi Oy. (Raide-Jokeri s.a.)

Hankeviestinnän menetelmänä Raide-Jokeri käyttää palautekanavaa, johon linkki löytyy heidän verkkosivuiltaan. Uutiskirjeitä heillä on käytössä kahdenlaisia: kerran kuussa ilmestyvä, hankkeen etenemisestä kertova kirje sekä aluekohtainen uutiskirje, jossa kerrotaan erityisesti alueen työmaiden läheisyydessä asuvien asukkaiden, yhteisöjen ja yritysten toimintaan vaikuttavista asioista. Hanke pitää blogia, jossa kerrotaan hankkeeseen liittyvistä asioista eri näkökulmista. Verkkosivuilta on myös linkki sähköiseen hanke-esitteeseen (kuva 9).

MIKÄ RAIDE-JOKERI ON?

Raide-Jokeri on Helsingin Itäkeskuksen ja Espoon Keilaniemen välille rakennettava pikaraitiotinja.

Raide-Jokeri korvaa runkobussilinjan 550, joka on Helsingin seudun viikkinen liikennöity bussilinja ja jonka kuljetuskapasiteetti ei enää pysty vastaamaan kasvavaan matkustajamäärään.

Raide-Jokeri-pikaraitiotieyhdyksen toteuttaminen on kokonaisuus, johon kuuluu raitiotien ja varikon suunnittelu ja rakentaminen. Lisäksi raitiotien rakentamisen yhteydessä parannetaan vältävää määrää kunnallistoimikaa. Pikaraitotien hankinnasta vastaa Helsingin kaupungin liikennelaitos (HLI).

Raide-Jokerin tavoitteena on parantaa joukkoliikennejärjestelmän sujuvuutta ja lisätä merkittävästi joukkoliikenteen matkustajamäärää. Helsingissä on havaittu muiden hankkeiden yhteydessä, että bussilinjan siirtäminen rahelle kasvattaa matkustajamäärää huomattavasti. Raideliikenteen lisääminen ohjaa ihmisiä kestävämpien liikkumisvalintojen ääreen samalla, kun tiivistyvä kaupunki ja laadukas joukkoliikenneverkosto mahdollistavat sujuvammat matkat.

Raide-Jokerin rakentaminen aloitettiin kesäkuussa 2019. Liikennöinti linjalla alkaa kesäkuussa 2024.

KATSO VIDEOLTA TILAAJAN PROJEKTIJOHTAJA JUHA SAARIKOSKEN TIETOISKU!

VJ MAA-AINES OY

INFRAKENTAMISEN AMMATTILAINEEN

OTI YHTEYTTÄ JA KYSY LISÄÄ!

Puh. 050 371 9498
info@vymaa-aines.com
www.vymaa-aines.com

PALVELUAMME mm.:

- Kone- ja maanrakennuspalvelut
- Maanrakennusurakoitsi
- Ves- ja viemäri-käsitöissä
- Vesijohdotöissä
- Putkikkopölysiivitykset
- Asennusten poljot
- Kunnalliset työt
- Säätötyöt
- Jäteväyryyden kokeutyt
- Kaapelitöitä
- Putkityöt
- Lausintöitä
- Viherkentän
- Ruokatuotot

tuettuna kumppini

INGRA

Kuva 9. Parempaa palvelua poikittaiseen joukkoliikenteeseen, sähköinen hanke-esite (Raide-Jokeri)

Hanke-esitteessä kerrotaan mistä hankkeesta on kysymys, toteutuksesta sekä, kuina Raide-Jokeri huomioi ympäristön hankkeesta.

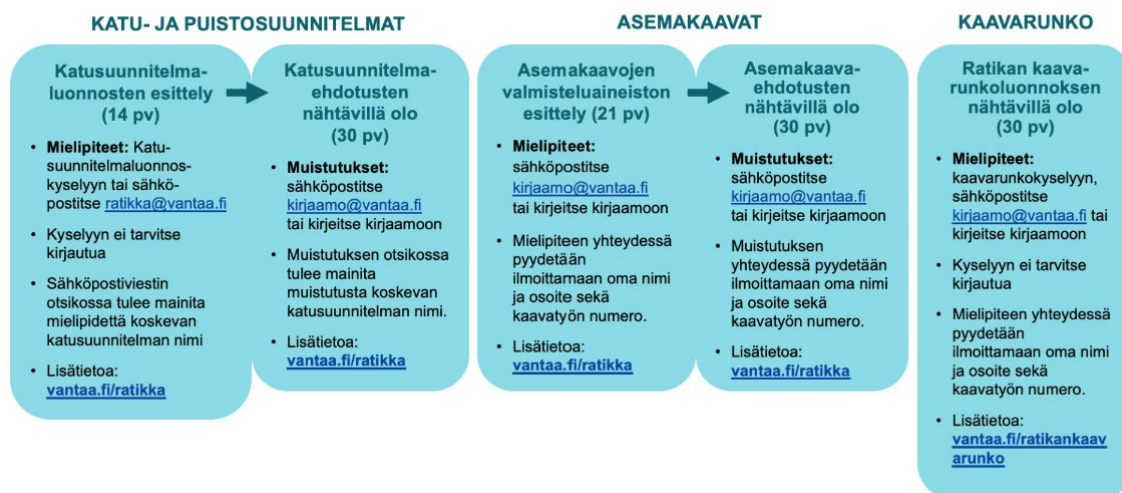
Sosiaalisen median kanavista hankkeella on käytössä heinäkuussa 2022 Flickr (7 seuraajaa), Twitter (2 958 seuraajaa), Facebook (3 500 seuraajaa), Instagram (2 334 seuraajaa) sekä YouTube-kanava (223 tilaajaa). Näyttökerotja hankkeen YouTube-kanavalle ladatuilla tallenteilla on 236–1 300.

7.1.2 Vantaan ratikka

Vantaan ratikka on Vantaalle suunnitteilla oleva pikaraitiotie, jonka rakentaminen mahdollisesti alkaa vuonna 2024 ja liikennöinti vuonna 2028. Ratikan tavoitteena on yhdistää Vantaan kaupungin itäisimpiä osia raideliikenteen pariin ja samalla mahdollistaa kaupungin kestävä kasvu. Reitin suunniteltu pituus on 19.3 km ja vuoden 2017 tilaston mukaan alueella on 50 600 asukasta. Hankkeen tilaajana on Vantaan kaupunki. Suunnittelusta vastaavat WSP Finland, AFRY ja Finnmap Infra. (Vantaan kaupunki 2022.)

Vantaan kaupungin verkkosivuilla on linkki tarinakarttaan, jossa kerrotaan hankkeesta sekä ratikan suunnittelun etenemisestä. Tarinakartassa on kerrottu, miten asukkaat voivat vaikuttaa ja osallistua suunnitteluun (kuva 10).

Miten voin vaikuttaa ja osallistua ratikan suunnitteluun?



Kuva 10. Miten voin vaikuttaa ja osallistua ratikan suunnitteluun? (Vantaan kaupunki)

Asukkailla on mahdollisuus kertoa mielipiteitään ja osallistua kyselyihin katu- ja puistosuunnitelmiin, asemakaavaan sekä kaavarunkoon liittyen.

Verkkosivuilla ovat myös linkit palautteen antoa varten sekä erilliselle ratikan suunnittelusta kertovalle verkkosivulle. Asukkaille järjestetään asukasinfotilaisuudet kahdesti vuodessa ja asukkaiden vaikutusmahdollisuuksista sekä suunnittelun etenemisestä tiedotetaan Vantaan kaupungin asukaslehdessä.

Taustatietoja asukkailta on kerätty kyselyjen avulla. Uutiskirje ilmestyy kuudesti vuodessa.

Sosiaalisen median kanavista hankkeella on heinäkuussa 2022 Facebookissa 735 seuraajaa, Twitterissä 248 seuraajaa ja Instagramissa 391 seuraajaa. Vantaan kaupungin YouTube -kanavalla on ladattu tallenteita myös ratikkaan liittyen. Heinäkuussa 2022 YouTube-kanavalla on 86 tilaajaa ja ratikkaa koskevia tallenteita on katsottu 8–121 kertaa. Digitaalisten hankeviestinnän menetelmien lisäksi hankkeen toteuttamia viestinnän keinoja ovat olleet keväällä 2022 asukkaille on järjestetty ohjattu pyöräretki ratikkareitille sekä Mahdollisuuksien Tori-tapahtumaan osallistuminen, jolloin Vantaan ratikan teltalla oli käynyt noin 400 ihmistä.

7.1.3 Kruunusillat-raitiotie

Kruunusillat-raitiotie tulee yhdistämään Korkeasaaren, Kalasataman ja Laajasalon Helsingin keskustaan. Rakennustyöt on aloitettu vuonna 2021 ja tavoitteena olisi raitiotien liikennöinnin aloittaminen Hakaniemen ja Laajasalon välillä vuonna 2027. Muilta osin aikataulua ei ole vielä päätetty. Osapuolina Kruunusillat allianssissa ovat Sitowise Oy, Sweco Infra & Rail Oy, Ramboll Finland Oy, NRC Group Finland oy, YIT Suomi Oy ja Helsingin kaupunki. Kokonaisurakan urakoitsijat ovat Kreate Oy ja YIT Suomi Oy. (Kruunusillat 2022.)

Kruunusillat-raitiotien verkkosivuilla on tietoa hankkeesta, rakentamisesta, päätöksenteosta, ajankohtaisista asioista sekä yhteystiedot. Sivuilta löytyvät linkit hankkeen sosiaalisen median kanaville Facebookiin (6 691 seuraajaa ja 5 926 tykkääjää) sekä Twitteriin (2 244 seuraajaa). Kruunusillat hankkeella on myös oma YouTube-kanava, jolla on vuoden 2022 heinäkuussa 312 tilaajaa. Katselukertoja ladatuilla tallenteilla on 132–32 000. Hanke-esittely tallenteiden lisäksi on työmaatilannetallenteita tehty eri murteilla, kuten esimerkiksi savoksi ja pohjalaisittain, sekä mahtikoneet lapsen kertomana. (YouTube 2022.)

Digitaalisten viestinnän menetelmien ohella hankkeella on pystytetty Kruunusilltojen työmaan alkuun lapsille tarkoitettu työmaakyltti (kuva 11).



Kuva 11. Lapsille tarkoitettu työmaakyltti Kruunusillat-raitiotie työmaalla (Kruunusillat-raitiotie 2022)

Kyltissä olevat laitteet nimettiin hankkeessa työskentelevien mukaan, esimerkiksi Peppi Paalutuskone ja Riku Ruoppauslautta. Tarkoituksena on huomioida kohderyhmänä myös lapset ja heidän perheensä sekä tehdä työmaalla käytössä olevia laitteita heille tutuksi. (Järvinen 2022.)

7.1.4 Kalasatamasta Pasilaan raitiotiehanke

Kalasatamasta Pasilaan raitiotiehanke on aloitettu vuonna 2021 ja tavoitteena liikennöinnin aloittaminen on vuonna 2024. Pituutta rataosuudelle tulee olemaan noin 4,5 km. Uusi reitti tulee Nihti-Kalasataman keskus- Vallilanlaakso-Pasila välille. Tarkoituksena on yhdistää uuden rataosuu- den avulla jo olemassa olevat lähijuna-, metro- ja raitiotieverkot. Hankkeen suunnittelusta ja toteuttamisesta vastaavat Sörkän spora- ja Karaattiallianssit. Helsingin kaupunki sekä Kaupunkiliikenne Oy ovat kummasakin allianssissa tilaajaosapuolina. (Kalasatamasta Pasilaan 2022.)

Hankkeen verkkosivuilla ovat uusimmat uutiset sekä tuoreimmat blogitekstit. Lisäksi tietoa löytyy hankkeesta, rakentamisesta, ajankohtaisista asioista sekä yhteystiedot. Sivuilla on myös linkki palautteen antoa varten. Sosiaalisen median kanavista Kalasatamasta Pasilaan -hankkeella on heinäkuussa 2022

käytössä Facebook (1 611 seuraajaa, 1 370 tykkääjää), Instagram (420 seuraajaa) sekä Twitter (230 seuraajaa). Oma YouTube-kanavaa hankkeella ei ole.

Osallistavana viestinnän menetelmänä Kalasatamasta Pasilaan -hanke on tehnyt yhteistyötä Avoimen taidekoulun kanssa, jonka opiskelijoiden tekemää taidetta on näkyvillä työmaa-aidoissa (kuva 12).



Kuva 12. Avoimen taidekoulun tekemää taidetta työmaa-aitaan (Kalasatamasta Pasilaan 2022)

Katutaide-teoksien tavoite oli alueen asukkaiden ja ohikulkijoiden ilahduttaminen sekä työmaan ympäristön piristäminen. Hanke on mukana myös Kasvot 2022 katutaideprojektissa, johon kenen tahansa on mahdollista osallistua. Lisäksi hankkeen aikana on järjestetty muutamia asukasinfotilaisuuksia. (Kalasatamasta Pasilaan 2022.)

7.1.5 Yhteenvedo benchmarking-menetelmän tuloksista

Tarkasteltujen projektien hankeviestinnän menetelmät olivat melko yhteneväiset. Jokaisella hankkeella oli käytössä verkkosivut sekä sosiaalisen median kanavista vähintään Facebook. Kruunusillat raitiotie poikkesi muista hankkeista huomioimalla selkeästi myös lapset sekä rennolla ja humoristisella tyyllään viestiä.

Osallistavia viestinnän menetelmiä hyödynsivät Vantaan ratikka sekä Kalasatamasta Pasilaan -hanke. Vantaan ratikka -hanke järjesti alueen asukkaille ohjatun pyöräretken ratikkareitille sekä asukkaille suunnattua ohjelmaa toritapah- tumassa. Hanke myös tiedotti asukkaiden vaikutusmahdollisuuksista asukas- lehdessä. Kalasatamasta Pasilaan -hanke järjesti kaikille avoimen taideprojek- tin sekä teki yhteistyötä paikallisen taidekoulun kanssa.

7.2 Online-etnografia Raide-Jokerin, Vantaan ratikan, Kruunusillat rai- tietien ja Kalasatamasta Pasilaan hankkeiden sosiaalisen median kanavista

Online-etnografia -menetelmää hyödyntäen tarkasteltiin Raide-Jokerin, Van- taan ratikan, Kruunusillat-raitiotien ja Kalasatamasta Pasilaan hankkeiden so- siaalisen median kanavilla käytävää keskustelua ja julkaisujen kommentoin- teja aikavälillä 1.6.2022-31.8.2022 (liite 2). Havainnointi keskittyi hankkeiden Facebook ja Instagram tileille. Tavoitteena oli tiedon kerääminen kanavien seuraajien suhtautumisesta hankkeeseen ja ilmapiirin havainnoiminen sosiaa- lisen median kanavilla hankkeisiin liittyen.

Kommentoijien profilointia on tehty tarkastelemalla sukupuoli- ja ikäjakaumaa. Arviointia on tehty lähinnä profiilikuvien perusteella, koska tarkempaa tietoa useimmista henkilöistä ei ole saatavilla. Nimimerkeistä ja profiilikuvista ei kaik- kien kohdalla saa tarvittavaa informaatiota, joten arviot ovat vain suuntaa an- tavia. Negatiivista kommentointia havainnoitaessa määrään ja sisältöön on voinut vaikuttaa moderaattoreiden suorittama mahdollinen kommenttien poisto.

7.2.1 Raide-Jokeri

Raide-Jokeri tiedottaa sosiaalisen median kanaviensa kautta hankkeen etene- misestä. Sosiaalista mediaa käytetään myös yötöistä, väliaikaisista reiteistä sekä melu- tai muuta haittaa aiheuttavista työvaiheista tiedottamiseen. Luon- toon ja ympäristöön liittyviä julkaisuja havainnointiaikana oli muutamia.

Facebook-julkaisuja hanke teki havainnointiaikana 5–6 kertaa viikossa. Julkai- suilla on ollut reaktioita noin 1–1400. Eniten reaktioita ja kommentteja (85 kpl) herätti 5.8.2022 julkaisu raiteiden valmistumisesta. Julkaisuun oli kommentoitu

positiivisten kommenttien lisäksi myös hyvin negatiivisesti. Toiseksi kiinnostavin julkaisu seuraajien mielestä reaktioiden määrää katsottaessa oli räystäöpääskyjen pesintään liittynyt julkaisu. Vähiten reaktioita tuli julkaisuihin, joissa tiedotettiin poikkeavista liikennejärjestelyistä tai yöaikaan tapahtuvasta työstä. Julkaisuihin reaktioita laittaneista miehet ja naiset jakaantuvat tasaisesti. Nuorten aikuisten ja keski-ikäisten määrä on profiilikuvien perusteella suurin. Nuoria, peruskoulu- tai lukioikäisiä ei ole juuri lainkaan ja vanhusväestöön kuuluvia on yksittäisiä henkilöitä.

Instagramin tilillä julkaisuja oli kesäkuussa 3-4 kertaa viikossa, heinäkuussa 2-3 kertaa viikossa ja elokuussa 3-4 kertaa viikossa. Reaktioiden määrä vaihteli havainnointiaikana 72–239 välillä, kommentointeja oli vain harvoin. Instagram Reelseillä on havainnointiajalla ollut 644–2272 katsomiskertaa. Suosituin Instagram Reels havainnointiaikana oli koeliikenteen käynnistymiseen liittyvä video. Profiilien perusteella hankkeen Instagram-tilin seuraajien sukupuolijakauma on melko tasainen. Seuraajat ovat iältään keskimäärin hiukan nuorempia kuin hankkeen Facebook-tiliä seuraavat.

7.2.2 Vantaan ratikka

Vantaan ratikan sosiaalisen median kanavilla tiedotetaan seuraajille hankkeen etenemisestä, asukaskyselyiden tuloksista ja tulevista tilaisuuksista, joihin alueen asukkaiden on mahdollista osallistua. Sosiaalisen median kanavia käytetään myös muihin hankkeeseen liittyvistä asioista tiedottamiseen, joihin on mahdollista vaikuttaa. Vantaan ratikka ei ole vielä rakentamisvaiheessa, joten rakentamiseen liittyvää tiedottamista ei ole.

Kesäkuun aikana Facebook-tilille hanke teki viisi julkaisua viikossa, heinäkuussa ei lainkaan ja elokuun aikana 1-2 julkaisua viikossa. Seuraajien kommentteissa esitettyihin kysymyksiin vastattiin hankkeen toimesta. Havainnointiaikana hankkeella oli yksi englanninkielinen sekä ruotsinkielinen julkaisu. Reaktioita julkaisuihin oli viidestä 34:ään, keskimäärin reaktioita oli noin 10–15. Profiilien mukaan tarkasteltuna reaktioita antaneista suurin osa oli työikäisiä ja miehiä oli noin $\frac{1}{4}$ enemmän kuin naisia. Eniten keskustelua herätti 8.6.2022 julkaisu, jossa asukkaita kutsuttiin tutustumaan kaavarunkoluonnokseen. Julkaisun kommentointi oli kriittistä.

Instagramissa Vantaan ratikalla oli kesäkuussa 4–5 julkaisua viikossa ja elokuussa yksi joka toinen viikko. Reaktioita julkaisuihin oli 3–20, kommentteja oli yksittäisiä muutamissa julkaisuissa. Instagram Reelsejä ei ole julkaistu hankkeen tilillä. Reaktioita antaneet henkilöt olivat profiilien perusteella arvioituna lältään nuoria aikuisia ja ¼ heistä oli naisia.

7.2.3 Kruunusillat-raitiotie

Kruunusillat-raitiotie käyttää Facebook-tiliään hankkeen etenemisestä, poikkeavista liikennejärjestelyistä ja tilapäisistä reiteistä tiedottamiseen. Lisäksi hanke esittelee julkaisuissaan erilaisia työvaiheita ja ammatteja. Julkaisuissa kerrotaan myös tulevista tapahtumista. Instagram-tiliä hankkeella ei ole.

Julkaisuja hanke teki Facebook-tililleen havainnointiaikana 7-8 kertaa viikossa. Reaktioita julkaisut saivat 4–1500. Eniten seuraajia kiinnosti 29.8.2022 tehty julkaisu Rehellisesti melusta. Julkaisussa pahoiteltiin huumoria käyttäen työmaalta kantautuvaa meluhaittaa. Toiseksi kiinnostavin reaktioiden perusteella oli 27.6.2022 julkaisu Työmaataulu 2.0, jossa kerrottiin lapsille suunnatusta työmaataulusta. Vähiten reaktioita saivat julkaisut poikkeavista reiteistä. Julkaisuihin reaktioita antaneista oli profiilien perusteella lältään suurimmaksi osaksi työikäisiä ja heistä naisia ja miehiä oli suunnilleen yhtä paljon.

7.2.4 Kalasatamasta Pasilaan raitiotiehanke

Kalasatamasta Pasilaan -hanke käyttää sosiaalisen median kanavia hankkeen etenemisestä kertomiseen. Hankkeen tileillä tiedotetaan väliaikaisista reiteistä sekä melua tai muuta haittaa aiheuttavista työvaiheista. Hanke käyttää julkaisuja myös tiedon jakamiseen, esimerkiksi sillan rakenteista kertomiseen.

Facebook-tilille tehtiin kesäkuussa noin 4 julkaisua viikossa ja heinä- sekä elokuussa 3-4 julkaisua viikossa. Reaktioita julkaisut olivat saaneet 0–100. Eniten reaktioita ja kommentteja ovat saaneet ympäristöön liittyvät aiheet, kuten puistosuunnittelu ja pyörätiet. Puistosuunnittelu oli myös eniten tunteita nostattanut aihe ja kommentteissa oli paljon kritiikkiä. Lisäksi melua aiheuttavat työvaiheet keskusteluttivat. 14.7.2022 tehty julkaisu alueelle suunnitelluista viherkattoisista pysäkeistä sai runsaasti positiivisia reaktioita (100 reaktiota)

sekä kommentteja. Seuraajien tekemiin kehitysehdotuksiin, esimerkiksi liikenejärjestelyjä koskeviin, hankkeen puolelta otettiin kantaa ja kiitettiin hyvistä huomioista. Facebookissa reaktioiden antajista sekä kommentoijista naisia ja miehiä oli suunnilleen yhtä paljon. Ikäjakauma profiilikuvienperusteella painotui työikäisiin ja heistä vielä erityisesti arviolta 25–40 vuotiaisiin.

Instagram-tilillä julkaisuja oli havainnointiaikana 2–3 kertaa viikossa, reaktioita julkaisuilla oli 15–76 kappaletta. Instagram Reelseillä katsomiskertoja on ollut 216–3028. Havainnointiaikana seuraajia eniten kiinnostanut Instagram Reels oli 22.7.2022 julkaistu video paalulaatan betonivalusta Nylanderin puistossa. Hankkeen Instagram-tilin seuraajissa on useita eri alojen yrityksiä. Selkeää eroa seuraajien sukupuolijakaumasta ei tule seuraajien profiileja läpikäydessä esille. Profiilikuvien perusteella seuraajien keski-ikä on hiukan matalampi kuin Facebook-tilillä.

7.2.5 Yhteenveto online-etnografia -menetelmällä saaduista tuloksista

Online-etnografia -menetelmällä tarkastellut hankkeet käyttivät sosiaalisen median kanavia hankkeen etenemisestä kertomiseen sekä väliaikaisista reiteistä ja melua tai muuta haittaa aiheuttavista työvaiheista tiedottamiseen. Julkaisut saivat yleensä melko vähän reaktioita ja kommentteja. Eniten kommentteja ja reaktioita saivat luontoon ja ympäristöön liittyvät julkaisut sekä tavanomaisesta tyylistä poikkeavat julkaisut, kuten esimerkiksi humoristisella tyyllillä tehdyt julkaisut. Näillä julkaisuilla pyrittiin edistämään positiivista suhtautumista hankkeisiin. Havainnointiaikana hankkeiden tekemät julkaisut olivat kaikki suomenkielisiä, lukuun ottamatta Vantaan ratikka -hankkeen tekemiä yhtä englanninkielistä ja yhtä ruotsinkielistä julkaisua. Instagram Reelseillä hankkeet saivat hyvin näkyvyyttä katsomiskertojen määrään perustuen.

Seuraajien profiilikuvien ja nimien perusteella sukupuolijakaumassa ei ollut seurattavien hankkeiden kohdalla merkittävää eroa. Poikkeuksena tästä oli suunnitteluvaiheessa oleva Vantaan ratikka -hanke, jossa miesten määrä seuraajissa oli naisia suurempi. Iältään seuraajat olivat keskimäärin työikäisiä. Instagram-seuraajat olivat hiukan Facebook-seuraajia nuorempia. Nuorten ja vanhusten osuus seuraajissa oli hyvin vähäinen.

Online-etnografiasta saatujen tulosten perusteella sosiaalisen median kanavien avulla hankkeiden viestintä saavutti parhaiten työikäiset. Nuoria ja ikään-tyneitä ei tätä viestinnän menetelmää käytettäessä tavoitettu. Ottaen huomioon hankealueilla asuvien kuntalaisten määrän, myös sosiaalisen median kanavien seuraajien määrä on verrattain vähäinen.

7.3 Kyselytutkimus

Kyselytutkimuksen toteuttamisessa haasteena oli kohderyhmän tavoittaminen. Asukaskysely (liite 3) toteutettiin lähettämällä sähköpostitse linkki verkkokyselyyn Tampereen keskustan tuntumassa ja rautatieaseman läheisyydessä sijaitsevien asukasyhdistysten yhteyshenkilöille ja taloyhtiöiden isännöitsijöille. Yhteyshenkilöitä ja isännöitsijöitä pyydettiin jakamaan linkki taloyhtiön tai asukasyhdistyksen omassa sähköpostiringissä tai vastaavassa. Kyselystä tiedotettiin myös viemällä ilmoituksia alueen taloyhtiöiden sisäänkäynteihin. Ilmoituksissa oli QR-koodi, jolla pääsi suoraan kyselyyn. Vastauksia kyselyyn tuli 9 kappaletta. Kysely avattiin uudelleen alhaisen vastausmäärän vuoksi. Asukaskyselystä lähetettiin sähköpostitse tieto kahdelle Tampereella toimivalle yhdistykselle sekä taksiautoilijoille. Määräajassa vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 19 kappaletta.

7.3.1 Asukaskyselyn tuloksia

lältään vastaajat olivat 18–65-vuotiaita. 18–25-vuotiaita vastaajista oli 21 %, 26–45-vuotiaita 37 % ja suurin osa vastaajista oli 46–65-vuotiaita (42 %). Vastanneista 79 % oli töissä käyviä ja 21 % oli yrittäjiä.

Suurin osa kyselyyn vastanneista kulki tavallisesti Itsenäisyydenkadun alikulkusillan alueella kävellen ilman apuvälinettä (42 %). Autolla alueella liikkui 47 % vastaajista. 5 % vastaajista liikkui alueella lastenvaunujen/-tai rattaiden kanssa, 26 % polkupyörällä, scootilla tai muulla vastaavalla ja julkisen liikenteen välineellä 11 %. 11 % vastaajista liikkui alueella taksilla. Kysymykseen oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

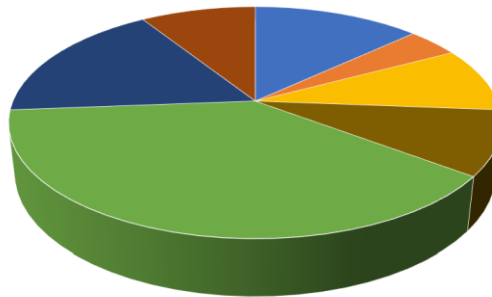
Kaikki kyselyyn vastanneet olivat alueella liikkuvia. Valtaosa vastaajista (47 %) kulki alueella päivittäin tai useamman kerran päivässä. Kerran viikossa tai

useammin 37 % ja 16 % kerran kuukaudessa tai useammin. Muutamia kertoja vuodessa tai harvemmin -vaihtoehtoa ei valinnut kukaan.

Kysymykseen, ”Millaiset viestinnälliset toimet tukisivat tiedonsaantiasi Itsenäisyydenkadun alikulkusillan rakentamisvaiheessa?” vastaajilla oli mahdollista valita useampi vaihtoehto (taulukko 1).

Taulukko 1

**Millaiset viestinnälliset toimet tukisivat tiedonsaantiasi
Itsenäisyydenkadun alikulkusillan
rakentamisvaiheessa?**



- Asukasillat
- Asukastyöpajat
- Alueella olevien koulujen ja oppilaitosten kanssa yhteistyössä järjestetyt työpajat
- Opastetut tutusmiskäynnit
- Pop-up tapahtumat
- Jotakin muuta?
- En osaa sanoa
- Ei mikään näistä

16 % vastaajista valitsi asukasillat. Opastetut kiertokäynnit sekä pop-up tapahtumat kiinnostivat 11 % vastanneista. 47 % valitsi vaihtoehdon jotakin muuta, johon vastaajat kirjoittivat tarkennukseksi lehdet, sosiaalinen media sekä informaatio taksiautoilijoille muuttuvista järjestelyistä tilausvälityskeskukseen kautta. 21 % vastanneista ei osannut sanoa ja 11 %:n mielestä mikään annetuista vaihtoehdoista ei ollut tarvetta vastaava. Oppilaitosyhteistyötä valittiin lainkaan.

Verkkokysely koettiin mielekkäimmäksi tavaksi osallistua viestinnällisten tekojen ideointiin ja suunnitteluun (68 %). Itsenäiset tehtävät kiinnostivat 16 % sekä paperilomakkein tehty ideointi kiinnosti 11 % vastanneista. Työpajatyöskentely verkossa tai kasvokkain kiinnosti 5 % vastanneista, eli nämä olivat vä-

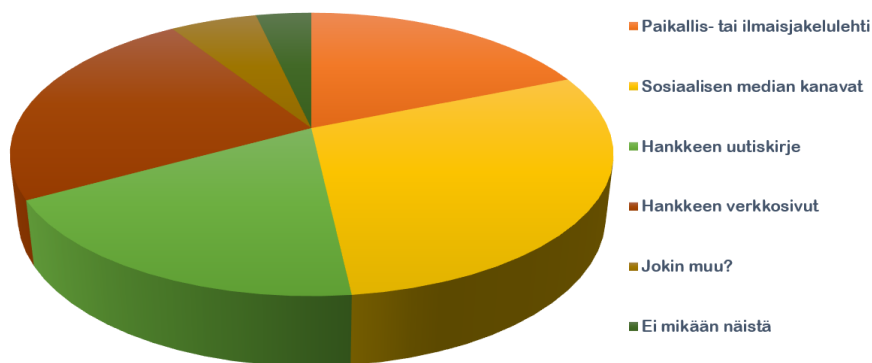
hiten kiinnostavia tapoja vastanneiden mielestä. 21 % vastanneista ei halunnut osallistua ideointiin ja suunnitteluun lainkaan. Muita tapoja vastanneet eivät ehdottaneet.

Kyselyyn vastanneilla oli mahdollisuus kertoa omin sanoin ideoita ja ajatuksia siitä, kuinka haluaisivat osallistua hankkeen viestinnän suunnitteluun tai miten he eivät halua osallistua. Vastanneista yksi ei kokenut asiaa hankkeen kannalta merkityksellisenä ja yhden mielestä asia ei ollut lainkaan kiinnostava. Vastuksissa ehdotettiin siirrettäviä väliaikaisia näyttöjä, lähiseudun asuntojen ja liiketilojen laputtamista sekä asiasta kiinnostuneille linkkiä työn etenemisestä. Myös verkkokyselyä ja ylipäättään kaikkea verkossa tapahtuvaa ehdotettiin.

Asukaskyselyssä kysyttiin parhaita tapoja saada tietoa Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa koskevista tapahtumista (taulukko 2).

Taulukko 2

Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa koskevista osallistavista tapahtumista tullaan viestimään alueen asukkaille. Mikä tai mitkä olisivat sinulle parhaat tavat saada tietoa tapahtumista?



Vastanneet arvioivat saavansa parhaiten tietoa Itsenäisyyden alikulkusiltaa koskevista tapahtumista sosiaalisen median kanavien välityksellä (58 %) sekä hankkeen verkkosivuilta (47 %). Myös hankkeen uutiskirje (37 %) sekä paikallis- tai ilmaisjakelulehti (37 %) koettiin hyviksi tiedonsaannin lähteiksi. 5 % vastaajista ei kokenut minkään annetuista vaihtoehdoista vastaavan tarvetta. Muuna tiedottamisen menetelmänä vastanneet ehdottivat koteihin ja liiketiloihin jaettavaa tiedotetta (11 %).

Suurinta osaa hankkeen viestinnän menetelmien suunnitteluun osallistuminen ei kiinnostanut lainkaan (68 %). 16 % vastanneista koki asian mahdollisesti kiinnostavaksi ja 16 % vastanneista valitsi en osaa sanoa -vaihtoehdon.

7.3.2 Yhteenveto kyselytutkimuksen tuloksista

Kaikki sähköiseen asukaskyselyyn vastanneet henkilöt olivat työikäisiä ja työelämässä olevia. Nuoret sekä ikääntyneet eivät vastanneet kyselyyn tai heitä ei onnistuttu tavoittamaan niiden kanavien välityksellä, jolla kyselytutkimuksesta tiedotettiin. Osallistavista viestinnän menetelmistä vastanneita kiinnosti eniten asukasillat. Parhaiten tietoa Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa koskevista tapahtumista vastaajat arvelivat saavansa hankkeen sosiaalisen median tai verkkosivujen kautta. Valtaosa kyselyyn vastanneista ei halua osallistua Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnän menetelmien suunnitteluun. Viestintää koskeviin verkkokyselyihin oltiin kuitenkin valmiita vastaamaan.

7.3.3 Tapaaminen Tampereen eläkeläiset ry:n kanssa

Tampereen eläkeläiset ry:lle lähetettiin linkki sähköiseen kyselyyn. Jäsenille linkkiä ei pystytty jakamaan, mutta aihe koettiin yhdistyksen jäseniä kiinnostavaksi. Kiinnostusta osallistumisesta Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnän menetelmien suunnitteluun kartoitettiin menemällä Tampereen eläkeläiset ry:n kuukausitapaamiseen lokakuussa 2022. Aiheen esittelyn jälkeen osallistujilta kysyttiin heidän kiinnostuksestaan asiaa kohtaan. Kysely toteutettiin käsiäänestyksellä. Paikallaolleista 26:sta yhteiskehittäminen kiinnosti 21 henkilöä. Yksi henkilö ei kokenut aihetta lainkaan kiinnostavaksi.

8 TULOKSET

8.1 Persoonaprofiilit

Persoonien avulla voidaan kuvata asiakkaita tai jotakin muuta kohderyhmään kuuluvaa ihmisryhmää. Näin lisätään ymmärrystä kohderyhmän tarpeista, joka puolestaan helpottaa yhteisen ymmärryksen rakentamisessa sekä empati-

assa. Persoonan kuvauksessa on tavallisesti kuva ja nimi. Kuvauksessa voidaan viitata ikään, sukupuoleen tai asuinpaikkaan. Monesti kuvataan myös kiinnostuksen kohteita, taitoja odotuksia tai tarpeita. (Stickdorn ym. 2018, 40–41.)

Kuvitteelliset persoonaprofiilit luotiin sähköisestä asukaskyselystä ja online-etnografialla kerättyjen tietojen pohjalta. Analyysiin käytettiin laadullista sisällönanalyysia, joka soveltuu muiden muassa kirjoitettujen tekstien analyysiin (Vuori). Laadullisen sisällönanalyysin avulla läpikäydystä materiaalista hahmottui kolme persoonaprofiilia. Online-etnografialla sekä kyselytutkimuksella saatiin kerättyä tietoa ainoastaan tietyistä ikä- ja ihmisryhmistä, jolloin esimerkiksi vanhusväestö, nuoret ja erityisryhmät jäivät tässä menetelmässä huomioidatta.

8.1.1 Maria Lääkäri

Maria Lääkäri (kuva 13) asuu kerrostaloasunnossa ja toimii sairaalalääkärinä yliopistosairaalassa. Työmatkat Maria pyöräilee. Hektisen ja vastuullisen työn vastapainoksi Maria käy joogassa sekä pyöräilee puolisonsa kanssa. Marialle koti on paikka, jossa voi nauttia rauhallisesta tunnelmasta ilman häiriötekijöitä.



Kuva 13. Maria Lääkäri -persoonaprofiili (Salo 2022)

Maria haluaa myös ennakoida asioita ja pitää arjen asiat kontrollissa. Hänen on tärkeä tietää melua aiheuttavista työvaiheista, jotta pystyy suunnittelemaan

sairaalan päivystysvuorot etukäteen, siten ettei esimerkiksi nukkuminen häiriinny. Kiertoreiteistä hän haluaa myös tietää ennakkoon, jotta osaa tarvittaessa varata työmatkaan lisää aikaa. Maria käyttää paljon sosiaalisen median kanavia ja saa sieltä parhaiten tiedon hankkeen työvaiheista ja liikennejärjestelyistä.

8.1.2 Risto Taksiautoilija

Risto Taksiautoilija (kuva 14) on toiminut taksinkuljettajana 30 vuotta. Tampereen ja lähitienoon kadut ovat tulleet tutuiksi. Työn ohella Ristolle tärkeitä asioita ovat kolme lastenlasta, joita Risto monesti kuljettaa harrastuksiin kiireisten vanhempien avuksi. Vapaa-ajalla Risto käy katsomassa jääkiekko-otteluita ja murtomaahiihtämässä.

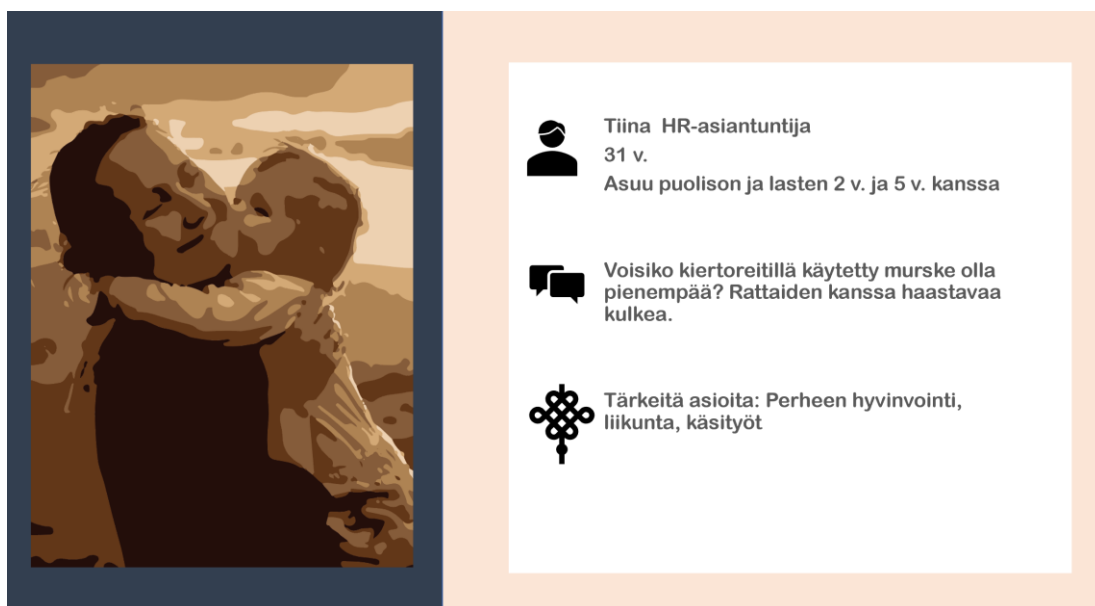


Kuva 14. Risto Taksiautoilija -persoonaprofiili (Salo 2022)

Taksiautoilijana Risto arvostaa liikenteen sujuvuutta ja selkeyttä. Ajoissa saatu tieto kiertoreiteistä ja muista väliaikaisista liikennejärjestelyistä helpottaa reitien etukäteissuunnittelua ja sujuvoittaa työn tekemistä. Kiertoreittien ennakoimisella Risto voi vaikuttaa myös omien asiakkaidensa tyytyväisyyteen. Tiedon liikennejärjestelyistä Risto kokee saavansa helpoiten tilausvälityskeskukseen järjestelmästä tai sanomalehdestä.

8.1.3 Tiina HR-asiantuntija

Tiina HR-asiantuntija (kuva 15) asuu hankealueen läheisyydessä kerrostalossa perheensä kanssa. Aamuisin Tiina tai hänen puolisonsa vievät lapset kävelymatkan päässä olevaan päiväkotiin. Päiväkodilta hänen matkansa jatkuu bussilla työpaikalle. Tiinalle tärkeitä asioita ovat perheen hyvinvointi ja liikunta. Viikonloppuisin he liikkuvat koko perheen voimin vuodenajasta ja säästä riippuen eri tavoilla. Iltaisin lasten nukkumaan mentyä Tiina monesti tekee erilaisia käsitöitä.



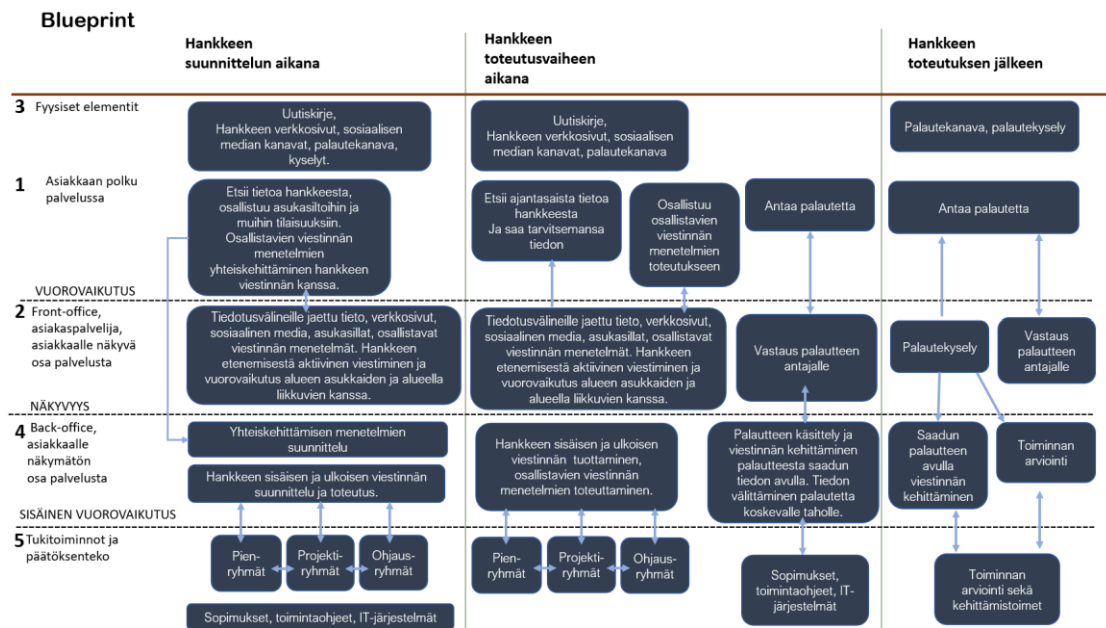
Kuva 15. Tiina HR-asiantuntija -persoonaprofiili (Salo 2022)

Nuorempi lapsista istuu päiväkotimatkat rattaissa ja Tiinalle jalkakäytävien hyvä kunnossapito merkitsee paljon. Liikkumista helpottaa, mikäli rattaat kulkevat vaivattomasti. Viisivuotias harjoittelee polkupyöräilyä apupyörien kanssa, joten Tiina kiinnittää huomiota reittien suunnitteluun ja turvallisuuteen. Tiina on tilannut hankkeen uutiskirjeen ja seuraa sosiaalisen median kanavia saadakseen ajantasaista tietoa hankkeesta.

8.2 Ratkaisuehdotus Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnästä

Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestintä on esitetty visuaalisesti blueprint prosessikaaviossa (kuva 16, s.44). Kaaviossa on kuvattu jo käytössä olevat viestinnän menetelmät sekä ehdotetut menetelmät. Prosessikaavio luotiin

benchmarking-menetelmällä, online-etnografialla sekä sähköisellä kyselyllä kerättyjen tietojen pohjalta.



Kuva 16. Blueprint Tampereen henkilörapitiha -hankkeen viestinnän ratkaisuehdotuksesta (Salo 2022)

Prosessikaavioon on lisätty viestinnän menetelmiä, joilla kussakin hankkeen vaiheessa tavoitteena on positiivista suhtautumista lisäävä vaikutus. Menetelmien tavoitteena on myös lisätä kuntalaisten kokemusta kuulluksi tulemisesta sekä hankkeen onnistumisen tukeminen. Yhteiskeittäminen sekä osallistavien viestinnän menetelmien käyttöön ottaminen edellyttää vielä paljon suunnittelua, yhteistyötä ja testausta viestinnän tiimissä sekä sidosryhmien kanssa.

8.3 Opinnäytetyön tulosten yhteenveto

Osallistavina viestinnän menetelminä sähköisen kyselyn perusteella kiinnostavimmiksi vastaajat kokivat asukasillat, opastetut kiertokäynnit sekä pop-up tapahtumat. Työpajatyöskentely kiinnosti menetelmänä vain vähän. Tietoa Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa koskevista tapahtumista vastanneet arvelivat saavansa parhaiten hankkeen sosiaalisen median tai verkkosivujen kautta. Oppilaitosyhteistyö ei kiinnostanut kyselyyn vastanneita lainkaan, johon todennäköisesti vaikutti vastaajien ikärakenne.

Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena oli yhteiskehittämisen menetelmää käyttämällä osallistaa asukkaat ja alueella liikkuvat Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnän menetelmien kehittämiseen. Sähköisellä kyselytutkimuksella saavutetut henkilöt eivät kuitenkaan kokeneet aihetta kiinnostavaksi tai merkitykselliseksi. Sen sijaan opinnäytetyön toteuttamisen loppuvaiheessa tavatut Tampereen eläkeläiset ry:n jäsenet olivat kiinnostuneita viestinnän menetelmien yhteiskehittämisestä. Tiukan aikataulun takia aiheen työstämistä varten suunniteltua osallistavaa asukastyöpajaa ei järjestetty opinnäytetyön toteuttamisen aikana.

Sähköisellä kyselytutkimuksella ja online-etnografialla kerätyn tiedon avulla luotuja kuvitteellisia persoonaprofiileja voidaan hyödyntää Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmäviestinnän työkaluna edistämään käyttäjälähtöisyyttä, empatiaa ja yhteistyön rakentamista. Menetelmänä persoonaprofiilit helpottavat sidosryhmien asemaan asettumista. Tästä on hyötyä suunniteltaessa asukkaat sekä alueella liikkuvat huomioonottavaa ja eettistä viestintää. Samalla saadaan edesautettua positiivista ilmapiiriä ja suhtautumista hankkeeseen. Viestinnän menetelmiä suunniteltaessa voi myös hyödyntää Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnästä tehtyä blueprint prosessikaaviota.

9 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Validius ja reliaabelius ovat keskeisiä käsitteitä arvioitaessa tutkimuksen luotettavuutta. Validiteetilla tarkoitetaan luotettavuuden tarkastelua siten, että onko tutkimuksessa tutkittu asia sitä, mitä on ollut tarkoituskin tutkia. Reliabiliteetti tarkoittaa toistettavuutta tutkimustuloksissa. Käsitteet liittyvät kiinteästi määrälliseen tutkimukseen ja niiden käyttöä on kritisoitu laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa. (Tuomi & Sarajärvi 2018.)

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen, kuinka voidaan lisätä kuntalaisten osallistamista ja huomioimista Tampereen henkilöratapiha -hankkeessa sekä selvittää ne viestinnän osa-alueet, joihin kuntalaisten on mahdollista vaikuttaa. Tavoitteena tutkimuksessa oli hankkeen viestinnän menetelmien kehittäminen käyttäjälähtöisemmiksi palvelumuotoilun keinoin.

Opinnäytetyössä käytettiin online-etnografiaa Raide-Jokerin, Vantaan ratikan, Kruunusillat raitiotien ja Kalasatamasta Pasilaan hankkeiden sosiaalisen median kanavien havainnointiin. Seuraajien määrä antoi hyvää tietoa hankkeiden näkyvyydestä. Kommentoijien ja seuraajien profilointia tehtiin profiilikuvista ja nimimerkeistä/nimistä kerätyn tiedon perusteella. Tätä voidaan pitää tutkimuksen luotettavuutta heikentävänä tekijä, koska näin saatua tietoa sukupuoli- ja ikäjakaumasta voidaan pitää vain suuntaa antavana. Tarkempaa tietoa useimmista henkilöistä ei ole saatavilla. Negatiivisen kommentoinnin määrään voi vaikuttaa moderaattoreiden mahdollinen kommenttien poisto, jolloin keskusteluun saadaan positiivisempi sävy kuin mitä se todellisuudessa olisi.

Opinnäytetyön luotettavuuteen vaikutti heikentävästi myös se, että verkossa toteutetulla kyselytutkimuksella saavutettiin ainoastaan työikäiset. Tämän takia nuorten, vanhusten sekä erityisryhmien näkökulmaa tutkittavaan asiaan ei saatu. Kyselytutkimuksella saavutetulla kohderyhmällä oli myös vaikutusta kuvitteellisten persoonaprofiilien luomiseen.

Opinnäytetyön toteuttamisen aikataulu oli tiukka. Väljemmällä aikataululla ja paremmalla ajanhallinnalla olisi ollut mahdollista paneutua paremmin sidosryhmien tavoittamiseen eri väylien kautta. Tällöin myös useamman eri palvelumuotoilun menetelmän käyttöön olisi jäänyt enemmän aikaa.

10 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyötä varten havainnoitujen projektien hankeviestinnän menetelmät olivat hyvin samankaltaisia. Hankkeiden viestintää tarkasteltaessa sai vaikutelman, että kohderyhmänä ovat suomea osaavat, työikäiset ihmiset. Nuoret, erityisryhmät, ikääntyneet ja muuta kieltä kuin suomea puhuvat oli jätetty lähes huomiotta. Myös osallistavien menetelmien ja vuoropuhelun käyttö oli melko vähäistä.

Opinnäytetyön pääkysymys oli ”*Millaisia ovat Tampereen henkilöratapiha -hankkeen sidosryhmille tärkeät viestinnälliset teot?*”. Verkossa toteutetulla ky-

selyllä saatiin selville, että osallistavista viestinnän menetelmistä alueella liikkuvat ja asuvat henkilöt osallistuisivat todennäköisimmin asukasilloihin, opastetuille kiertokäynneille sekä pop-up tapahtumiin. Alakysymykseen ”*Miten sidosryhmät haluavat osallistua tärkeiksi kokemiensa viestinnällisten tekojen suunnitteluun?*” saatiin vastaus sähköisen kyselyn avulla. Vastanneet eivät kokeneet viestinnän menetelmien yhteiskehittämistä kiinnostavaksi. Tampereen eläkeläiset ry:n jäsenet sen sijaan osoittivat olevansa kiinnostuneita aiheesta. Toiseen alakysymykseen ”*Millaisilla palvelumuotoilun menetelmillä voidaan edesauttaa positiivista ilmapiiriä ja suhtautumista hankkeeseen?*” ei opinnäytetyössä saatu selkeää vastausta osallistavan työpajan jäätyä toteutumatta.

Opinnäytetyö osoitti, että hankealueen lähellä asuvilla sekä alueella liikkuvilla on tarve saada hankkeen eri vaiheista oikea-aikaista tietoa, mutta kaikkien kohderyhmään kuuluvien saavuttaminen on haaste. Tässä opinnäytetyössä käytetyillä menetelmillä saavutettiin ainoastaan työikäiset ja työssä käyvät. Haasteena on myös kohderyhmän osallistaminen yhteiskehittämiseen heidän tarpeitaan ja mielenkiinnon kohteita huomioiden.

11 POHDINTA

Pääpiirteissään opinnäytetyö onnistui, vaikka kaikkia tavoitteita ei saavutettuakaan. Monipuolisten tiedonkeruu- ja analysointimenetelmien käyttö opinnäytetyössä oli mielenkiintoista. Hankkeen viestinnälle toteutettuna opinnäytetyö avasi minulle ennestään melko tuntematonta hankeviestinnän maailmaa.

Opinnäytetyötä tehdessä kohdattiin myös haasteita. Sidosryhmien saavuttaminen toivotulla laajuudella ja suunnitellulla aikataululla ei onnistunut, koska selkeää kanavaa sidosryhmien tavoittamiseen ei ollut. Kyselylomakkeella kerätty tieto kuvaa vain tietyn sidosryhmän osan mielipiteitä ja odotuksia hankkeen viestinnästä. Tutkimuksen kannalta takaisku oli myös, että saavutettua osaa sidosryhmään kuuluvista ei kiinnostanut osallistavien viestinnän menetelmien yhteiskehittäminen työpajatyöskentelyllä. Kyselyyn vastanneille osallistava työpaja menetelmänä saattoi jäädä epäselväksi ja vastauksiin olisi mahdollisesti vaikuttanut työskentelymenetelmän sekä toteuttamistavan tarkempi avaaminen.

Kiinnostava jatkotutkimuksen aihe Tampereen henkilöratapiha -hankkeen edetessä olisi tutkia miten sidosryhmien ja hankkeen välinen oikea-aikainen vuoropuhelu vaikuttaa sidosryhmien tyytyväisyyteen. Tutkimuskysymyksiä voisivat olla *”Mitkä viestinnän menetelmät sidosryhmät kokevat merkityksellisiksi vuoropuhelussa?”* tai *”Millaisten menetelmien myötä sidosryhmille syntyy osallisuuden kokemus?”* Jatkotutkimuksen menetelmät tulisi valita siten, että tutkimuksen kohteena oleva sidosryhmä saavutettaisiin mahdollisimman laajasti.

Toteutumattomista osioista huolimatta, olen mielestäni onnistunut keräämään opinnäytetyöhön tietoa, jolle on Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnässä tarvetta. Kerättyä tietoa voidaan hyödyntää alueella liikkuvien ja asuvien osallistamisessa hankkeen edetessä. Luomiani persoonaprofiileja voisi testata hankkeen viestintää suunniteltaessa, jonka jälkeen niitä tulisi myös arvioida ja kehittää.

LÄHTEET

Co-Create. 2019. What is Co-Design? Youtube. Videoleike. Julkaistu 8.3.2019. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=54HTo63K4D4> [viitattu 20.7.2022].

Finto. 2015. Suomalainen asiasanasto- ja ontologiapalvelu. KEKO – kestävän kehityksen ontologia - Osallistaminen. WWW-dokumentti. Päivitetty 24.3.2015. Saatavissa: <https://finto.fi/keko/fi/page/p140> [viitattu 12.6.2022].

Jisc. 2012. Planning a participatory workshop. WWW-dokumentti. Päivitetty 8.11.2012. Saatavissa: <https://www.jisc.ac.uk/full-guide/planning-a-participatory-workshop> [viitattu 11.7.2022].

Juholin, E. 2017. Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja. Turenki: Hansaprint Oy.

Järvinen, K. 2022. Aikuisia ahdistava Peppi paalutuskone viihdyttää lapsia työmaalla - "En meinannut saada lapsiani pois sieltä". *Helsingin Sanomat* 27.6.2022. Verkkolehti. Päivitetty 27.6.2022. Saatavissa: <https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000008909698.html> [viitattu 28.7.2022].

Kalasadamasta Pasilaan. 2022. Instagram-tili. Saatavissa: <https://www.instagram.com/kalasadamastapasilaan/> [viitattu 8.9.2022].

Kalasadamasta Pasilaan. 2022. Facebook-tili. Saatavissa: <https://www.facebook.com/kalasadamastapasilaan> [viitattu 8.9.2022].

Kalasadamasta Pasilaan. 2022. Kalasadamasta Pasilaan -Rakennamme maailman toimivinta kaupunkia. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kalasadamastapasilaan.fi/> [viitattu 28.7.2022].

Kallinen, T. & Kinnunen, T. Etnografia. Teoksessa Vuori, J. (toim.) 2021. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietokirjasto. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/> [viitattu 19.9.2022].

Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas. Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja. Jyväskylä: PunaMusta Oy. E-kirja. Saatavissa: <https://www-booky-fi.ezproxy.xamk.fi/lainaa/1156> [viitattu 26.9.2022].

Kesämaa, H. & Mattila, M. (toim.). 2021. Ideariihä häkkäys jमित. Yhteiskehittämisen opas opettajille. E-kirja. Mikkeli: Mainostoimisto Groteski Oy. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-344-321-1> [viitattu 21.7.2022].

Koirikivi, S. 2021. Näin hankeviestintä onnistuu – 7 vinkkiä. Blogi-kirjoitus. Päivitetty 26.8.2021. Saatavissa: <https://designinspis.fi/blogi/nain-hankeviestinta-onnistuu-7-vinkkia/> [viitattu 4.9.2022].

Koivisto, M., Säynätkangas, J. & Forsberg, S. 2021. Palvelumuotoilun bisneskirja. 3. painos. Helsinki: Alma Talent Oy.

Koivunen, K., Vuorela, T. & Haukkamaa, J. 2014. Käyttäjät ovat merkittävä, mutta vähän hyödynnetty mahdollisuus tutkimus- ja kehitystyössä. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut ISSN 1798-2022. Julkaisu 25/2014. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.oamk.fi/epooki/2014/kayttajat-ovat-merkittava-mutta-vahan-hyodynnetty-mahdollisuus-tutkimus-ja-kehitystyossa/> [viitattu 13.6.2022].

Kruunusillat. 2022. Kruunusillat-raitiotie. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://kruunusillat.fi/> [viitattu 26.7.2022].

Kruunusillat-raitiotie. 2022. Facebook-tili. Saatavissa: <https://www.facebook.com/kruunusillat> [viitattu 8.9.2022].

Laaksonen, N. 2019. Benchmarking oppimisprosessina. Essee. Saatavissa: <https://esseepankki.proakatemia.fi/benchmarking-oppimisprosessina/> [viitattu 26.7.2022].

Nyysönen, S. 2017. Muotoilusta muotoiluajatteluun. Blogi-kirjoitus. Saatavissa: <https://indigonic.fi/muotoilusta-muotoiluajatteluun-design-thinking/> [viitattu 12.6.2022].

Palvelumuotoilu Palo. 2021. Palvelumuotoilun menetelmä – kyselytutkimukset. WWW-dokumentti. Päivitetty 30.3.2021. Saatavissa: <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-kyselytutkimukset/> [viitattu 6.6.2022].

Piskonen, E. 2018. Viestinnän asiakaskeinen kehittäminen. Opinnäytetyö. Saatavissa: <http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2018052710450> [viitattu 8.7.2022].

Pekkala, K. & Luoma-aho, V. 2019. Osallistava viestintä. Teoksessa Pekkala, K & Luoma-aho, V. (toim.) Osallistava viestintä. Procomma academic 2019. Helsinki: ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry, 15–27. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom_procomma-academic_2019_digikirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 26.9.2022].

Projektiutiset. 2021. Sitowise suunnittelee Tampereen Itsenäisyydenkadun sillan. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.projektiutiset.fi/sitowise-suunnittelee-tampereen-itsenaisyydenkadun-sillan/> [viitattu 28.9.2022].

Raide-Jokeri. 2022. Instagram-tili. Saatavissa: <https://www.instagram.com/raidejokeri/> [viitattu 8.9.2022].

Raide-Jokeri. 2022. Facebook-tili. Saatavissa: <https://www.facebook.com/raidejokeri> [viitattu 8.9.2022].

Raide-Jokeri s.a. Raide-Jokeri on Helsingin Itäkeskuksen ja Espoon Keilanie-
men välille rakennettava pikaraitiolinja. WWW-dokumentti. Saatavissa:
<https://raidejokeri.info/mika-raide-jokeri/> [viitattu 26.7.2022].

Sikala, E. 2022. Yrityksen sidosryhmäviestintä. Akateeminen essee. Saa-
tavissa: <https://esseepankki.proakatemia.fi/yrityksen-sidosryhmaviestinta/> [vii-
tattu 12.6.2022].

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. & Schneider, J. 2018. This Is Ser-
vice Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World. 8.
painos. Sebastopol: O'Reilly Media. E-kirja. Saatavissa: [https://ebookcent-
ral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=5219777](https://ebookcent-
ral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/reader.action?docID=5219777) [viitattu
12.7.2022].

Suonpää, A-K. 2021. Viestinnän palveluiden kehittäminen palvelumuotoilun
keinoin. Opinnäytetyö. Saatavissa: [www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-
2021112421574](http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-
2021112421574) [viitattu 12.6.2022].

Tahvanainen, I. 2021. Asukasosallisuuden menetelmät kirjastotilojen suunnit-
telussa. Opinnäytetyö. Saatavissa: [http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-
2021052812076](http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-
2021052812076) [viitattu 12.6.2022].

Tampere. 2022. Kannen alue. WWW-dokumentti. Päivitetty 29.6.2022. Saata-
vissa: [https://www.tampere.fi/kaupunkisuunnittelu/kaupunkiymparisto-uudis-
tuu/kannen-alue](https://www.tampere.fi/kaupunkisuunnittelu/kaupunkiymparisto-uudis-
tuu/kannen-alue) [viitattu 12.7.2022].

Tampere. 2022. Materiaalipankki. WWW-dokumentti. Päivitetty 9.6.2022. Saa-
tavissa: <http://www.infotripla.fi/tampere/materiaalipankki/doku.php> [viitattu
19.7.2022].

Tampereen kaupunki. 2022. Tampere alueittain. WWW-dokumentti. Päivitetty
10.6.2022. saatavissa: [https://public.tableau.com/app/profile/tampereen.kau-
punki/viz/Tamperealueittain/Etusivu](https://public.tableau.com/app/profile/tampereen.kau-
punki/viz/Tamperealueittain/Etusivu) [viitattu 19.7.2022].

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. E-kirja. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118> [viitattu 12.9.2022].

Tuulaniemi, J. 2021. Palvelumuotoilu. 4. painos. Helsinki: Alma Talent Oy.

Vaaliö, A. 2020. Palvelumuotoilu ja nuorten kirjastopalvelut - Palvelumuotoilu-prosessi Mikkulan kirjaston toiminnan kehittämisessä. Opinnäytetyö. Saatavissa: www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020112624487 [viitattu 8.7.2022].

Valtiovarainministeriö. 2017. Ohje riskien hallintaan. Valtiovarainministeriön julkaisuja 22/2017. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80013/VM_22_2017.pdf [viitattu 7.8.2022].

Vantaan kaupunki. 2022. Vantaan ratikka. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.vantaa.fi/fi/asuminen-ja-ymparisto/liikenne/vantaan-ratikka> [viitattu 26.7.2022].

Vantaan ratikka. 2022. Instagram-tili. Saatavissa: <https://www.instagram.com/vantaanratikka/> [viitattu 8.9.2022].

Vantaan ratikka. 2022. Facebook-tili. Saatavissa: <https://www.facebook.com/vantaanratikka> [viitattu 8.9.2022].

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5., päivitetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701731> [viitattu 13.7.2022].

Väylävirasto. 2021. Väylävirasto vastaa valtion väyläverkosta. WWW-dokumentti. Päivitetty 16.11.2021. Saatavissa: <https://vayla.fi/tietoa-meista/tampamme-toimia> [viitattu 12.7.2022].

Väylävirasto. 2022. Tampereen henkilöratapiha. WWW-dokumentti. Päivitetty 29.6.2022. Saatavissa: <https://vayla.fi/tampereen-henkiloratapiha> [viitattu 12.7.2022].

Väylävirasto. 2022. Väylänpidon vuorovaikutusohje. Väyläviraston ohjeista 19/2022. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://ava.vaylapilvi.fi/ava/Julkaisut/Vaylavirasto/vo_2022-19_vuorovaikutusohje.pdf [viitattu 21.7.2022].

Welado. 2022. Yhdessä rakentuu enemmän. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.welado.fi/> [viitattu 12.7.2022].

YouTube. 2022. Kruunusillat. Suoratoistovideopalvelu. Saatavissa: https://www.youtube.com/results?search_query=Kruunusillat [viitattu 28.7.2022].

KUVALUETTELO

Kaikki kuvat ovat tekijän, ellei toisin mainita.

Kuva 1. Karttakuva Itsenäisyydenkadun alikulkusillan sijainnista.

Kuva 2. Itsenäisyydenkadun alikulkusilta.

Kuva 3. Sidosryhmäkartta.

Kuva 4. Väyläviraston vuorovaikutus- ja viestintämenetelmät hankkeilla.

Kuva 5. Opinnäytetyön käsitekartta.

Kuva 6. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys.

Kuva 7. Opinnäytetyön viikkokohtainen aikataulu.

Kuva 8. Palvelumuotoilun prosessi mukailten Tuulaniemen (2021) palvelumuotoiluprosessia.

Kuva 9. Kuvakaappaus Raide-Jokerin sähköisestä hanke-esityksestä. Raide-Jokeri. Saatavissa: <https://www.esitteemme.fi/raidejokeri/WebView/> [viitattu 26.7.2022].

Kuva 10. Kuvakaappaus Vantaan ratikan tarinakartasta. Vantaan kaupunki. Saatavissa: <https://matti.vantaa.fi/portal/apps/MapJournal/index.html?appid=9976c8bd978446e29e4585fa66722555> [viitattu 26.7.2022].

Kuva 11. Kuvakaappaus Helsingin sanomien artikkelista. Helsingin sanomat. 2022. Saatavissa: <https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000008909698.html> [viitattu 28.7.2022].

Kuva 12. Kuvakaappaus Kalasatamasta Pasilaan hankesivulta. 2022. Saata-
vissa: <https://www.kalasatamastapasilaan.fi/ajankohtaista/kasvot2022/> [viitattu
28.7.2022].

Kuva 13. Maria Lääkäri -persoonaprofiili.

Kuva 14. Risto Taksiautoilija -persoonaprofiili.

Kuva 15. Tiina HR-asiantuntija -persoonaprofiili.

Kuva 16. Blueprint Tampereen henkilöratapiha -hankkeen viestinnän ratkai-
suehdotuksesta.

Benchmarking hankeviestinnän menetelmistä


Hanke	Tilaja	Suunnittelukonsultit ja urakoitsijat	Vaihe	Hankkeella käytössä olevat viestinnän menetelmät	Osallistavat viestinnän menetelmät
• Raide-Jokeri	• Helsingin kaupunki ja Espoon kaupunki	• Ramboll Finland Oy Sitowise Oy, Sweco, NRC Group Oy ja YIT Suomi Oy	• Rakentaminen alkanut 2019, arvioitu liikennöinnin aloitus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • verkkosivut • Palaute-kanava • uutiskirje • blogi • sähköinen hanke-esite • sosiaalisen median kanavia: Flickr, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube-kanava 	
• Vantaan ratikka	• Vantaan kaupunki	• WSP Finland, AFRY, Finnmap Infra	• Suunnittelu-vaihe menossa, rakentaminen alkaa mahdollisesti 2024 ja liikennöinti suunniteltu alkavaksi 2028	<ul style="list-style-type: none"> • Verkkosivut • Tarinakartta • Sosiaalisen median kanavat: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube-kanava 	<ul style="list-style-type: none"> • Asukasinfo-tilaisuudet • Asukkaiden vaikutusmahdollisuuksista tiedotetaan asukaslehdessä • Kyselyt • Ohjattu pyöräretki ratikkareitille • Toritapahtumaan osallistuminen, jossa kaupunkilaisille ohjelmaa
• Kruunusillat raitiotie	• Helsingin kaupunki	• Sitowise Oy, Sweco Infra & Rail Oy, Ramboll Finland Oy, NRC Group Finland Oy, YIT Suomi Oy	• Rakennustyöt aloitettu 2021, liikennöinti suunniteltu alkavaksi osittain 2027	<ul style="list-style-type: none"> • Verkkosivut • Sosiaalisen median kanavat: Facebook, Twitter, YouTube-kanava • Lapsille oma työmaayltytti 	
• Kalasatamasta Pasilaan raitiotie-hanke	• Helsingin kaupunki ja Kaupunki-liikenne Oy	• Sörkän spora- ja Karaattialiianssi	• Rakentaminen aloitettu 2021, liikennöinti suunniteltu alkavaksi 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Verkkosivut • Blogi • Palaute-kanava • Sosiaalisen median kanavat: Facebook, Instagram, Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhteistyö avoimen taidekoulun kanssa: opiskelijat tekivät taidetta työmaa-aitoihin • Kaikille avoin taideprojekti • Asukasinfotilaisuuksia

Online-etnografia tarkastelun kohteena olevien hankkeiden sosiaalisesta mediasta

Hanke	Havainnoidut sosiaalisen median kanavat	Reaktioiden/kommenttien/katselukertojen määrä	Tavallisimmat julkaisujen aiheet	Muiden hankkeiden aiheista poikkeavat julkaisut tai muuta huomioitavaa	Eniten keskustelua/reaktioita herättäneet aiheet	Sosiaalisen median seuraajan profiili
Raide-Jokeri (rakennusvaiheessa)	Facebook - 5-6 julkaisua viikossa Instagram - 3-4 julkaisua viikossa (heinäkuussa 2-3/vko)	Facebook reaktioita 1-1400 Instagram - reaktioita 72-239 - katsomiskertoja Reels 664-2272	-Hankkeen etenemisestä tiedottaminen -Poikkeavista työajoista, väliaikaisista reiteistä ja melua tai muuta haittaa aiheuttavista työvaiheista tiedottaminen		-Facebookissa 5.8.2022 julkaisu raiteiden valmistumisesta -Instagram Reels koelähteen käynnistymiseen liittyvä video (2272 katsomiskertaa)	-Facebook nuoret aikuiset ja keski-ikäiset -Instagram hiukan nuoremmat kuin Facebook -Molemmissa sukupuolijakauma tasainen
Vantaan ratikka (suunnitteluvaiheessa)	Facebook - 1-2 julkaisua viikossa (heinäkuussa ei lainkaan) Instagram - 4-5 julkaisua viikossa, elokuussa 1 joka toinen viikko	Facebook reaktioita 5-34 Instagram reaktioita 3-20	<ul style="list-style-type: none"> Hankkeen etenemisestä tiedottaminen Asukkaita osallistavista tilaisuuksista tiedottaminen Muista hankkeeseen liittyvistä vaiheista, joihin asukkaiden mahdollista vaikuttaa Asukaskyselyistä ja niiden tuloksista tiedottaminen 	-Englannin- ja ruotsinkielinen julkaisu -Hankkeen toimesta käytiin vastaamassa kommentteihin	-Facebookissa 8.6.2022 kutsu tutustumaan kaavaluonnokseen	-Facebook työkäisiä, miehiä ⅓ enemmän kuin naisia - Instagram nuoria aikuisia, ⅓ miehiä

Hanke	Havainnoidut sosiaalisen median kanavat	Reaktioiden/kommenttien/katselukertojen määrä	Tavallisimmat julkaisujen aiheet	Muiden hankkeiden aiheista poikkeavat julkaisut tai muuta huomioitavaa	Eniten keskustelua/reaktioita herättäneet aiheet	Sosiaalisen median seuraajan profiili
Kruunusillat raitiotie (rakennusvaiheessa)	Facebook - 7-8 julkaisua viikossa	Facebook reaktioita 4-1500	<ul style="list-style-type: none"> Hankkeen eteneminen Poikkeavat liikennejärjestelyt Tilapäiset reitit 	Huumoria sisältäviä julkaisuja	Facebook 29.8.2022 Rehelliisesti melusta	Facebook -työkäisiä - miehiä ja naisia saman verran
Kalasaatamasta Pasilaan raitiotiehanke (rakennusvaiheessa)	Facebook - 3-4 julkaisua viikossa Instagram - 2-3 julkaisua viikossa	Facebook reaktioita 0-100 Instagram - reaktioita 15-76 kappaletta Reels katsomiskertoja 216-3028	<ul style="list-style-type: none"> Tilapäiset reitit Melua tai muuta haittaa aiheuttavat työvaiheet Hankkeen eteneminen 	- Hankkeen toimesta vastattiin kommentteihin	<ul style="list-style-type: none"> Facebook 14.7.2022 viherkattoiset pysäkit Instagram Reels 22.7.2022 paalulaatan betonivalu Nylanderin puistossa 	Facebook - arviolta 25-40 vuotiaat Instagram - hiukan matalampi keski-ikä kuin Facebook seuraajilla Molemmissa miehiä ja naisia suunnilleen saman verran

Asukaskysely: Vastaa ja vaikuta Tampereen henkilöratapihahankkeen viestintään

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tampereen henkilöratapiha -hankkeen suunnittelu on käynnissä. Hankkeessa rakennetaan Tampereelle uusi henkilöliikennelaituri sekä parannetaan junamatkustajien kulkuyhteyksiä koko asema-alueella. Toteutus päätöstä hankkeen rakentamisesta ei vielä ole.

Myös hankkeeseen kuuluvan Itsenäisyydenkadun alikulkusillan suunnittelu on meneillään. Alikulkusilta sijaitsee rautatieaseman pohjoispuolella aseman välittömässä läheisyydessä. Hankkeen viestintä on kiinnostunut kuulemaan Sinun mielipiteesi ja ideasi Itsenäisyydenkadun alikulkusillan rakentamisen aikana toteutettavaan viestintään, jotta alueella asuvien viestinnällisiin tarpeisiin voidaan vastata parhaalla mahdollisella tavalla. Asukaskysely on osa AMK-opinnäytetyötä, jonka tilaajia ovat Väylävirasto ja Welado Oy. Saatuja vastauksia hyödynnetään hankkeen viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa. Lomake on anonyymi. Toivomme luovaa, runsasta ja rohkeaa ideointia.

Kiitos ajastasi!

Lisätietoa hankkeesta <https://vayla.fi/tampereen-henkiloratapiha>

Mikäli linkin tai lomakkeen toiminnassa on ongelmia, voit ottaa yhteyttä sähköpostiosoitteeseen oerii001@edu.xamk.fi
Erika Salo

1. Ikäsi *

- Alle 18 vuotta
- 18-25 vuotta
- 26-45 vuotta
- 46-65 vuotta
- 66-85 vuotta
- 86 vuotta tai vanhempi
- En halua vastata

2. Pääasiallinen toiminta *

- Koululainen/opiskelija
- Töissä käyvä
- Työtön
- Kotiäiti tai -isä
- Eläkeläinen
- Jokin muu? _____
- En halua vastata

3. Millä tavoin kuljet tavallisesti Itsenäisyydenkadun alikulkusillan alueella?

*Voit valita yhden tai useamman vaihtoehdon **

- Jalankulkija ilman apuvälinettä
- Jalankulkija apuvälineen kanssa
- Jalankulkija lastenvaunujen/-rattaiden kanssa
- Polkupyörällä, scootilla tms.
- Autolla
- Julkisen liikenteen välineellä
- Jollakin muulla, millä? _____
- En liiku alueella

4. Kuinka usein kuljet Itsenäisyydenkadun alikulkusillan alueella?

*Valitse yksi vaihtoehto **

- Päivittäin tai useita kertoja päivässä
- Kerran viikossa tai useammin

- Kerran kuukaudessa tai useammin
- Muutamia kertoja vuodessa tai harvemmin
- En liiku alueella

5. Millaiset viestinnälliset toimet tukisivat tiedonsaantiasi Itsenäisyydenkadun alikulkusillan rakentamisvaiheessa?

*Voit valita yhden tai useamman vaihtoehdon **

- Asukasillat (Kuulemis- ja keskustelutilaisuus, jossa kerrotaan ja keskustellaan ajankohtaisista suunnitelmista)
- Asukastyöpajat (Ideoimista ja kehittämistä työpajoissa)
- Alueella olevien koulujen tai oppilaitosten kanssa yhteistyössä järjestetyt työpajat
- Opastetut tutustumiskäynnit (esim. mahdollisiin kiertoreitteihin tutustuminen)
- Pop-up tapahtumat
- Jotakin muuta? _____
- En osaa sanoa
- Ei mikään näistä

6. Millä tavoin olisit valmis osallistumaan ideointiin ja suunnitteluun?

*Valitse yksi tai useampi vaihtoehto **

- Itsenäisin tehtävin (esim. annetun aiheen ideointia)
- Paperilomakkein (esim. kotiin postitettu kyselylomake)
- Verkkokysely
- Kasvokkain työpajassa
- Verkossa työpajassa
- Jokin muu tapa, miten? _____
- En halua osallistua

7. Halutessasi voit kertoa tähän omia ideoitasi ja ajatuksiasi siitä, kuinka haluaisit itse osallistua Itsenäisyydenkadun alikulkusillan rakennusvaiheen viestinnän suunnitteluun tai mitkä olisivat mielestäsi hyviä alueen asukkaat mukaan ottavia viestinnän keinoja.

8. Millaisiin viestintään liittyviin tapahtumiin et halua osallistua tai mikä estäisi osallistumisen?

9. Itsenäisyydenkadun alikulkusiltaa koskevista osallistavista tapahtumista tullaan viestimään alueen asukkaille. Mikä tai mitkä olisivat Sinulle parhaat tavat saada tietoa tapahtumista?

*Valitse yksi tai useampi vaihtoehto **

- Paikallis- tai ilmaisjakelulehti
- Sosiaalisen median kanavat (Facebook, Instagram)
- Hankkeen uutiskirje
- Hankkeen verkkosivut
- Jokin muu, mikä? _____
- Ei mikään näistä

10. Olisitko kiinnostunut osallistumaan hankkeessa käytettävien viestinnän menetelmien suunnitteluun?

Valitse yksi vaihtoehto *

- Kyllä
- Mahdollisesti
- En
- En osaa sanoa

11. Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, mahdollisesti tai en osaa sanoa ja haluaisit antaa yhteystietosi mahdollista yhteydenottoa ja lisätietoja varten, valitse "haluan antaa yhteystietoni". Lomakkeen lähettämisen jälkeen ohjautut uudelle sivulle. Yhteystiedot jättämällä voit saada esimerkiksi kutsun asukastyöpajaan.

Mikäli et halua jättää yhteytietoja, voit ohittaa kysymyksen.

- Haluan antaa yhteystietoni