

Copyright Marjasinikka Väänänen.

Hankesuunnitelma, johon Väänänen viittaa esitelmässä on suojattu immateriaalioikeuksia koskevan lain mukaisesti, joten siitä kertovat ideat ja näkemykset eivät ole vapaasti käytettävissä.

Esitelmä ”Journalistinen tiedonhaku ja semanttinen web” - teemaan;

## **ÄLYÄ MYÖS HANKETOIMINNAN VIESTINTÄÄN VERKOSSA**

Olemme saaneet täällä tänään paljon tietoa kiinnostavista ja innovatiivisista kehittämishankkeista.

Mutta Suomessa toteutetaan valtava määrä osaksi julkisella rahoituksella tuettuja hankkeita, joiden tuottamasta hyödystä ja kulttuurista on vaikeaa saada tietoa.

Syynä ovat kehittämättömät viestintämenetelmät ja niiden taustalla vaikuttavat asenteet sekä toimintatavat.

Tarkastelen tiedon löytymisen puutteita sähköisessä verkossa toimitustyön kannalta ja käytän esimerkkinä juuri hanketoimintaa, koska se on tarkoitukseen sopivan havainnollinen. Samalla paljastuvat heikkoudet muidenkin tiedon tarvitsijoiden osalta.

Hankkeella tarkoitan tässä esimerkiksi tavaratuotteen, palvelun tai menetelmän tuotekehitystä ja yrityksen tai organisaatioiden kehittämis- ja investointiprojekteja.

Hankkeen toteuttamiseen voi yksityinen henkilö, yritys ja muu yhteisö - kuten järjestö tai oppilaitos hakea julkista rahoitusta oman rahoituksen lisäksi. Myönnettyä julkista rahoitusosuutta ei tarvitse yleensä maksaa takaisin ja se kanavoituu käyttäjille pitkälti TE-keskusten kautta, paitsi teknologiarahoituksen osalta Uudellamaalla.

Hanketiedolla tarkoitan lähinnä sitä uutta osaamispääomaa, joka syntyy hankkeen toteuttamisen kokemuksista. Sen jaettavuutta, vaikutusta organisaation itsensä toimintaan sekä ympäröivään yhteiskuntaan. Tietysti myös määrällisiä tuloksia.

Esimerkki; oppilaitos(elearning, yrityksen tuotekehitys

## **Tiedon tarjonta ja etsintä kaukana käyttäjälähtöisyydestä**

EU-osarahoitteisessa ja kansallisesti verovaroin osarahoitetussa hanketoiminnassa pyörii koko maata ajatellen valtava kulttuuri ja rahaa miljoonakaupalla.

Vertailukelpoista tietoa itse sisällöistä ja tuloksista on kuitenkin erittäin hankalaa saada suhteessa toiminnan mittavuuteen ja yhteiskunnalliseen merkitykseen.

Tai etsitty tieto on niin työläästi löydettävissä, että toimituksen tuotantorytmi ja käytettävissä oleva aika ei siihen riitä.

Alueilla toimii useita kehittämis- ja rahoitusohjelmia päällekkäin, mutta kattavaa käsitystä sisällöistä ja tuloksista, jotka ovat paljon muutakin kuin määrällisiä, ei löydy sen enempää Internet-sivuilta, kuin muualtakaan. Alue voi olla esim. kunta, seutukunta, maakunta tai lääni.

Silloin on aika mahdotonta yrittää esimerkiksi toimitustyössä hahmottaa miten julkinen rahoitus on oikeasti edistänyt jonkun tietyn alueen tai toimialan kehittymistä, työllisyyttä.

Miksi sitten tiedotusvälineiden, elinkeinoelämän tai jokaisen kansalaisenkin pitäisi saada tietoa hankkeista?

Esimerkiksi sisäministeriön esitteessä ”Elinvoimaa EU-ohjelmista” - ohjelmakaudelle 2000-2006 sanotaan näin;

”Julkisen rahoituksen saamisen yhtenä edellytyksenä on avoimuus ja mallina toimiminen uusille hankkeille. Tämä hoituu tehokkaalla viestinnällä, jonka tuoma myönteinen julkisuus auttaa saavuttamaan myös hankkeen tavoitteita. Tiedotus sisältyy hankesuunnitelmaan ja tuen saaja vastaa sen toteutuksesta.”

Esitteessä ovat mukana kaikki muut ministeriöt, lääninhallitukset, maakuntaliitot, TE-keskukset, Kuntaliitto, Euroopan komission alue- ja rakennepolitiikan pääosasto.

Onko velvoitteesta siis muodostunut pelkkä joutava fraasi, jonka toteutumista harva taho tuntuu noudattavan?

Vai onko vika itse ehdossa sillä ainakin siteerauksen mukaisesti hankkeiden tekijöiden vastuulle jätettynä tulostieto hajoaakin yksittäisiksi tapauksiksi, joiden kautta toiminnan runsaudesta ei saa todellista tolkkua?

Hankkeiden toteuttajilla on omia portaalejakin, mutta niidenkään yhteystiedot eivät ole löydettävissä, kuin satunnaisesti.

Rahoitusohjelmia hallinnoivien viranomaisten taholta yksi yritys kokoavan hanketiedon suuntaan on sisäministeriön ylläpitämä Fimos –hankerekisteri. Sen tarkoituksena sanotaan olevan EU:n rakennerahasto-ohjelmien toteutumisen seuranta Suomessa.

Seurantatavoite Fimoksessa toimii vain osaksi sillä siitäkin puuttuvat hankkeiden tulokset vaikutuksineen. Rekisteri tarjoaa kyllä hakuja, joilla voikin löytää eri ohjelmien hankekuvaukset,

tekijät, budjetin ja rahoittajat sekä maksetun rahoituksen rajatulta alueelta tai koko valtakunnasta.

Se on asiakaskäyttöön liian vaikea, hidaskäyttö ja ikävä - ei siis viestinnällisesti ulospäin suuntautuva.

### **Hankeviestintä tietoyhteiskunnan tasolla vain osaksi**

Hankeviestinnässä hyödynnetään ällistytävään vajaatehoisesti sähköistä verkkoa ja modernia teknologiaa vaikka siihen on hyvät mahdollisuudet. Ongelman havaitseminen on lähtenyt liikkeelle median tarpeista.

Olen itse tarkkaillut hankkeiden toimintaympäristöjä parin viimeisimmän vuoden aikana sekä toimittajana, että omaan hankesuunnitelmaani liittyen. Olen availut tuona aikana esimerkiksi satoja portaaleja.

Niiltä sivuilta, joilta jotain hanketietoa löytyy, puuttuu perusinformaatiosta yleensä noin puolet. Kerrotaan kyllä mitä hankkeita tekeillä, kuinka paljon ovat saaneet rahaa eri ohjelmista, mutta tuloksista kerrotaan vain määriä ja niitäkin satunnaisesti.

Jos edes riittävät perustiedot olisivat havainnollisesti esillä sähköisessä verkossa, niin esimerkiksi toimittaja saisi sieltä nopeasti ne tietoaineokset ja virikkeet, jotka tarvitaan ennenkuin juttu- tai ohjelmaidea alkaa edes jäsentyä, näkökulmista puhumattakaan.

Noita alkuaineoksia verkosta löytyy vain osaksi. Hanketoimintaa ja siihen liittyvää toimintapolitiikkaa ei yleisesti ottaen esitellä tiedotusvälineitä kiinnostavasti.

Tämä ei tarkoita mitään erityistä palvelua, vaan sitä että organisaatioiden tapa viestiä nettisivuilla hanketoiminnasta, niin kuin usein muustakin toiminnastaan, on harmittavan usein informaatioarvoltaan puutteellista. Se on myös sisäänpäin kääntynyttä, eikä yleensä lainkaan vuorovaikutteista.

Tästä näkökulmasta voidaan päätellä - ainakin minä päätelen, että hanketoiminnasta tiedottaminen ja viestintä eivät ole tietoyhteiskunnan tasalla eivätkä täytä ensinnäkään verovaroin rahoitetun kehitystoiminnan julkisuuden ja läpinäkyvyyden velvoitteita.

Suurempi vahinko syntyy kuitenkin siitä, että näin jää käyttämättä merkittävä osa siitä hankkeen toteuttamisen avulla hankitusta henkisestä pääomasta, osaamisesta, jota pitäisi elinkeinojen edistämisen nimissä jakaa myös muille. Yritysten liikesalaisuudet ja innovaatioiden suojauksiin liittyvät toimenpiteet ovat asia erikseen.

### **Käytännön esimerkki median tarpeista ja toimittajan toiveuni**

Yksi keino havainnollistaa tiedon löytymisen heikkouksia ja toisaalta mahdollisuuksia sähköisestä verkosta on yritys tehdä aihepiiristä ohjelmia ja artikkeleja tiedotusvälineisiin.

Otetaan esimerkiksi television ajankohtaistoimituksen ohjelma, johon halutaan tehdä juttu vaikka tietyn, uuden työn luomisen kannalta kiinnostavan hankkeen valmistumisesta.

Esimerkki;

Samalla kerrottaisiin vähän laajemmin tämän alueen hanketoiminnasta ja sen tuloksista. Alue voisi olla esim. Itä- tai Keski-Uusimaa, koko Uudenmaan maakunta tai toimiala valtakunnallisesti.

Oletetaan, että toimitukseen on tullut hankkeen toteuttajilta tiedote asiasta. Ohjelman suunnittelua varten tarvitaan ensin lisää taustatietoja;

Mitä muita hankkeita tämän projektin toimialalla on tehty ja tekeillä? Paljonko niihin on lykätty rahaa ja mitä ne ovat tuottaneet? Paljonko syntyi työpaikkoja, mitä ja missä ne ovat? Entä koko maassa? Miltä aloilta ja missä ovat nämä kaikki syntyneet uudet yritykset? Mitä muita hankkeita toimialalla on tekeillä? Entä muut vaikutukset, kuten esimerkiksi kansainväliset markkinat?

Sitten alkaakin hikinen tiedon jahtaaminen. Toimittaja etsii ensin hankkeen rahoittajan nettisivuja. Portaalista löytyy otsikko ”hankkeet”, mutta siellä oleva tieto ei vastaa juuri mihinkään ylläolevista kysymyksistä. Hakuvalikot eivät tarjoa edes noiden kyselyjen mahdollisuutta.

Toimittaja jatkaa etsintää puhelimitse. Siinä palaa aikaa ja hermoja, koska ensinnäkään henkilöitä ei yleensä tavoita heti.

Kun usean yrityksen jälkeen saa puhelimeen, niin henkilö osaa vastata vain osaksi tai ei lainkaan, koska tarvittava tieto ei kuulu hänen toimenkuvaansa. Neuvoo kysymään toiselta tai kolmannelta, joka puolestaan sanoo, että onhan meillä se vuosikertomuskin, jonka voisinkin lähettää. Tai, että tietoja pitää ensin koota ja kysyä milloin tarvitsette ja niin edelleen.

Esimerkki; tuore testi Uudenmaan TE-keskukseen

Nykymenolla pelkkien perustietojen hankintaan voi mennä useita päiviä. Silti ei ole varmaa saadaanko informaation kattavuuden kannalta tyydyttävä tieto lainkaan kokoon. Tarkoitusta varten tehdystä palvelusta ne voisivat sen sijaan löytyä alle tunnissa ainakin esikatseluun.

Sitten päästäisi jo itse ohjelmaa rakentamaan, haastateltavia valitsemaan ja kuvauksia suunnittelemaan. Vapautuvan ajan toimitus voisi käyttää parempaan ja monipuolisempaan journalismiin aihepiiristä, mikä puolestaan edistäisi hanketoiminnan tuottavuutta.

Samalla kun toimittaja painiskelee aineiston hankinnan kanssa, niin hän unelmoi palveluista, joissa kone toimittaisi tietoja, kun hän vaan antaisi tehtäviä.

## **Asenteet esteenä parempien menetelmien käyttöön otossa**

Maakuntaliitoilla on alueen hankkeiden koordinoijan rooli, mutta käytäntö näyttää kirjavalta. Yhden liiton sivuilta löytyy pelkästään tieto myönnetystä rahoituksesta, mutta ei sen tuloksista. Toisen sivuilta

taas yhteenveto määrällisistä tuloksista, mutta ei tietoa mitä, missä ja miltä aloilta esimerkiksi nuo kerrotut päälle 300 uutta yritystä oikein ovat. Entä mitkä niistä ovat jääneet elämään vielä tukirahoituksen loputtuakin? Kolmannen sivuilta ei löydy kumpaakaan.

Poikkeuksia tietysti on, kuten esimerkiksi Etelä-Karjalan maakuntaliiton iloinen portaali, jonka sivuilla hankkeet asettuvat lähes osaksi maakunnan markkinointia. Varsinais-Suomen liitto julkaisee jopa Hankeuutiset-verkkolehteä ja lupaavan näköistä ”hankeverkkoa”, jonka hakupalvelussa on kuitenkin samankaltaista toimimattomuutta mitä Fimoksessa.

Satakunnan TE-keskuksen ESR-koordinaattorit Maija Saari ja Timo Aro julkistivat viime vuoden lopulla Suomen talouden ja työllisyyden kannalta tärkeän kriittisen analyysin syistä miksi EU-projektien on tehostuttava.

Syyt myös hankeviestinnän puutteellisuuteen taitavatkin löytyä sieltä ainakin osaksi.

Raportti kertoo miten projektien tuloksia ja kokemuksia on tähän mennessä mitattu pelkästään määrällisin indikaattorein. Laatuun, sisältöön, toimintatapoihin ja palautteeseen ei ole juuri kiinnitetty huomiota. Projektissa kehitetyt uudet hyvät käytännöt ovat siirtyneet organisaation normaalitoimintaan vain poikkeustapauksissa.

Viestinnän kannalta raportti tuo esiin asenneongelmia. Julkista rahoitusta saaneet organisaatiot jakaisivat esimerkiksi projektien kokemuksia ja tuloksia vasta niiden päätyttyä, jos silloinkaan. Tuolloin on kuulemma lähinnä pohdittu tehdäänkö uusi jatkohanke ja mille rahoittajalle.

Veronmaksajat eivät niinkään ole Saaren ja Aron mukaan toistaiseksi ymmärtäneet kysyä mitä projekteilla on saatu aikaan.

Myös suuri joukko ’vallan vahtikoirista’ eli toimittajat ja tutkijat ovat raportin mukaan tietämättömiä EU-hankerahoituksen prosesseista.

Lisäksi tarkastuksen ja valvonnan ympärille kasvatettu byrokratia vie resursseja varsinaisen tehtävän eli hanketoiminnan hedelmien hyödyntämiseltä.

Syyt tuntuvat siis olevan enempi asenteiden ja toimintakulttuurin puolella, kuin esimerkiksi rahasta johtuvia. Olen itse havainnut toistuviksi syiksi näkemyksen ja tiedon puutteen sekä haluttomuuden muutoksiin. Organisaatioita vaivaa usein myös omaan napaan tuijottava itsetyytyväisyys sekä yllättävän keskinkertainen valmius ylipäänsä kehittämiskohteita.

Satakunnan TE-keskuksen raportti kertoo myös keinotekoisesta kilpailusta, reviirien suojelusta ja valtapelistä.

**Tarvitaan "vuorovaikutteinen, viestinnällinen tiedon markkinointi"**

Ongelman yhdeksi ratkaisuksi olen itse suunnitellut menetelmää, johon liittyy ensinnäkin hanketiedon tuotteistaminen jakelukelpoiseksi. Levityskanavaksi olen suunnitellut sähköisessä verkossa toimivaa palvelua.

Sitä voisivat samalla käyttää monet muutkin tahot, kuin tiedotusvälineet. Näin voitaisi hanketiedon hyötykäyttö ehkä moninkertaistaa.

Tähän mennessä alkuideasta on kehittynyt moniosioinen ja useisiin käyttösovelluksiin taipuva konsepti, jonka toteuttamiseen voidaan käyttää modernia teknologiaa.

Suunnitelmaa ei ole vielä tuotekehitetty käytännössä, mutta neuvotteluja pilotoinnista on muutaman kiinnostuneen organisaation kanssa vireillä. Myös verkottumisesta uusien tahojen kanssa ollaan kiinnostuneita.

Visiooni teknologian hyödyntämisestä ja soveltamisesta käytäntöön myös sisällön toteutuksesta ovat vaikuttaneet semanttista verkkoa ja hakukonetta kehittälevän Wirile Communicationsin tuotehakupalvelun kehittäminen sekä ”Suomalaiset semanttisen webin ontologiat”- kansallisen kehittämisohjelman tutkimustulokset. Kyse on muun muassa MuseoSuomi-pilotin julkistamisesta maaliskuussa.

Ideoimaani palvelua voi tällä hetkellä luonnehtia esimerkiksi näin; ”sähköisessä verkossa toimiva vuorovaikutteinen, viestinnällinen tiedon markkinointi”. ’Markkinointi’ käsitteenä tarkoittaa tässä yhteydessä ulospäin suuntautuvaa, asiakaslähtöistä.

Menetelmän tavoitteena on osaltaan poistaa halutun tiedon löytämisen ja välittymisen puutteita sekä lisätä tervettä kilpailua. Kaikkien aikaa säästyy ja tiedon hyödyntäminen voi moninkertaistua. Epäonnistakin hankkeesta jää aina jotain osaamista, saati sitten menestystarinoista.

Käyttäjälähtöiseksi muokatusta sisältö- ja tulostiedosta hyötyvät tiedotusvälineiden lisäksi laajat asiakasryhmät; rahoitusohjelmien hallinnoijat, hankkeet itse, elinkeinoelämä, julkishallinto, kansalaiset ja myös hanke- ja innovaatiotoiminnan parissa työskentelevät asiantuntijat ja viranomaiset.

## **Ratkaisuksi semanttinen tiedontarjonta- ja hakumenetelmä**

Menetelmä voidaan tuotekehittää ensin rajattuna pilottina, jonka toteutuksessa on mahdollista soveltaa ja jatkokehittää kansallisen kehittämisohjelman ”Suomalaiset semanttisen webin ontologiat”- tutkimuksen tuloksia.

Tältä pohjalta on mahdollista luoda sisältöperustainen, semanttinen tiedontarjonta- sekä tiedonhakumenetelmä myös elinkeinoelämän alalle.

Sen jälkeen voidaan rakentaa yksi tai useampia seuranta- ja muista hankerekistereistä erillisiä julkaisukanavia, joiden palveluissa hanketoimijat voivat markkinoida tietoa sisällöllisesti yhteismitallisella tavalla.

Tällä hetkellä siis suuri osa tiedosta, jonka hyötykäyttö voitaisi moninkertaistaa, on nyt ikäänkuin piilossa varastossa. Se pitäisi saada ”marketin hyllylle” eli enemmän käyttäjien tarpeiden ulottuville. Yhden työkalun tähän toisi suunnittelemani sähköisen verkon kautta toimiva menetelmä.

Käyttäisin tässä yhteydessä myös MuseoSuomen lanseeraamaa ”näyttely”- käsitettä, eli virtuaalinen näyttely verkossa - miltä kuulostaisi virtuaalinen hankemarket, josta löytyy myös yhteistyö- ja kauppakumppaneita? Tuossa ’marketissa’ voisi riittää kävijöitä.

### **Työnjaosta tiedotusvälineiden kanssa**

Journalistista tiedonvälitystä toteuttavan median tehtävä ei ole esitellä ja markkinoida yritysten tai yhteisöjen saavutuksia.

Sen tehtävä on kertoa siitä, mitä vaikutusta noilla saavutuksilla on ihmisten arkeen, työ- ja elinkeinoelämään tai Suomen kilpailukyyn globalisaation haasteissa. Myös toimintapolitiikkaan, josta puoluepolitiikka on demokratiassa yksi tärkeä ohjaileva osa.

Siksi organisaatioiden kannattaa ensin itse kääntyä tässä asiassa enemmän ulospäin ja haluta esittää hanketuloksia modernissa, tietoa markkinoivassa muodossa.

Näin myös tiedotusvälineet pysyvät ajan tasalla ja pystyvät tekemään monipuolisempaa ja parempaa journalismia, mikä puolestaan edistää koko kansantaloutta.

Miksi siis ei kehitettäisi viestintämenetelmiä ja käytettäisi siihen teknologian antamia mahdollisuuksia helpottamaan ja nopeuttamaan halutun tiedon löydettävyyttä tässä tietoyhteiskunnassa?

Enemmän älyä verkkoon - toivomuksin kiitän kuulijoita.

### **Kirjoittajan esittelyä ja yhteystiedot seuraavalla sivulla.**

#### Lähteet

-M.Väänänen käyttäjälähtöinen esiselvitys hanketoiminnan viestinnästä. 2002-2004

-Satakunnan TE-keskuksen ESR-koordinaattorien selvitys miksi EU-projektien on tehostuttava.

Julkistettu 2003 marraskuussa.

-”MuseoSuomi- Suomen museot semanttisessa webissä”. Järjestelmä museovieraan ja museon näkökulmasta. Tutkimustulokset julkistettu 1.3.2004

Marjasinikka Väänänen  
toimittaja-sisällöntuottaja  
puh 044-5900179

Kirjoittaja on myös tuotekehittäjä ja tietokirjailija sekä mytologian tuntija. Toimii tällä hetkellä freelancerina, riippumattomana journalistina. Asiantuntemuksen alueina esim. työ- ja elinkeinoelämä,

yrittäjyys, innovaatiot ja tietoyhteiskunta. Mukana Tekes:n Fenix-teknologiaohjelman tietämyksen hallinnan aiheeryhmässä.

Ottakaa yhteyttä yhteistyön merkeissä ja muutenkin!

testi Uudenmaan TE-keskukseen;

-päätin kysyä hanketoiminnan tuloksista samoja kysymyksiä mitä tässä esitelmässä  
-ajattelin kysyäkö viestintäyksiköstä vai osastoilta (mitä ne ovat)  
-sitten huomasin erillisen yksikön ”yrittäjyydestä työtä” ja päätin aloittaa siitä;

☐sieltä vastasi nainen sukunimellä (ei kertonut yksikön nimeä), joka neuvoi kysymään edelleen TE-keskuksen tutkijalta, kun kysyin että ”mikä on ollut tänä vuonna työllistämisen kannalta tuloksiltaan merkittävin projekti Uudellamaalla?”

☐sain tutkijan tavoitettua kolmannella puhelinoitolla ja tein saman kysymyksen

☐hän ei vastannut kysymykseen, vaan rupesi selittämään että ”Yrittäjyydestä työtä” on jo vuosia kestänyt ESR-projekti, jonka tuloksena on perustettu yrityksiä ja saatu työpaikkoja ja että projektin neuvontapisteitä on eri puolilla...

☐kysyin uudestaan saman kysymyksen ja täydensin; mitä? miltä aloilta ja missä nuo mainitsemasi työpaikat ovat? onko niistä tietoa esim. nettisivuilla?

☐hän sanoi, että tarkemmin tietää ehkä projektin päällikkö Esa Sahlman, mutta voidaan yrittää katsoa netistä...

☐sanoin että maksan puhelun itse, joten en ryhdy katsomisen tuloksia pitkään odottelemaan...

☐tutkija sanoi, että olen ammattitaidoton, koska vaadin tietoja heti...

☐sanoin, että kuuntelisit poika tarkemmin mitä sinulta kysytään ja täsmensin; voiko sinua pyytää kokoamaan noita tietoja ja kauanko siinä menee aikaa?

☐ei osannut sanoa vaan änkytti jotain, että pitää yksilöidä jne...

-ylimielinen asenne, asiakslähtöisyydestä ei paljoa tietoa...



