

# Kaupungin käyttäjien näkökulma esiin somedatalla

*Somedata auttaa näkemään, vastaako esimerkiksi alueen todellinen käyttö suunniteltua maankäyttöä.*



KIRJOITTAJA TOIMII KAAVOITUS-  
ARKKITEHTINA SIPOON KUN-  
NASSA JA TEKEE SÄHKÖISEEN  
OSALLISTUMISEEN LIITTYVÄÄ  
VÄITÖSKIRJATUTKIMUSTA  
AALTO-YLIOPISTOSSA. SÄHKÖ-  
POSTI: PILVI.NUMMI@IKI.FI



Kansalaistori Musiikkitalon ja Kiasman välissä Helsingin ydinkeskustassa on rakennettu väliaikaiseksi puistoalueeksi. Se on kuitenkin toiminut useiden erilaisten kaupunkitapahtumien näyttämönä. Myös alueen penkit ovat osoittautuneet suosituksi ajanviettopaikaksi.

KUVA: SHUTTERSTOCK

**A**jattele, jos voisimme helposti ja nopeasti saada reaaliaikaista tietoa siitä, mitä mieltä ihmiset ovat fyysisestä ympäristöstä, miten he käyttävät kaupunkitilaa ja liikkuvat paikasta toiseen tai mitä mieltä he ovat kaupunkiin suunnitelluista muutoksista! Kaupunkitilan käyttäjien tarpeet ja kokemukset olisivat milloin tahansa tavoitettavissa ja kaupunkiympäristöä olisi helpompi suunnitella viihtyisäksi ja houkuttelevaksi. Tähän sosiaalisessa mediassa käyttäjien tuottama sisältö, lyhyesti some-data, tarjoaa tulevaisuudessa uusia mahdollisuuksia.

### *Somedatan analysointi on kuuma aihe tutkimuskentällä*

**S**osiaalisen median data-analyysiin ja kaupunkisuunnitteluun liittyvien tutkimusjulkaisujen määrä on kasvanut räjähdysmäisesti viimeisen parin vuoden aikana. Kaupunkitutkijoita kiinnostaa erityisesti paikkatietoa sisältävä somedata, mutta myös esimerkiksi tiedonlouhinta somen tekstimassasta.

Paikkatietoa sisältävää eli geotägättyä somedataa löytyy muun muassa Twitteristä, Instagramista ja Flickr-palvelusta, joissa jaetaan valokuvia, sekä Swarmista (ent. Foursquare), jossa käyttäjät voivat kertoa kavereilleen sijaintinsa esimerkiksi käydessään ravintolassa tai tapahtumassa.

Kaupunkisuunnittelun kannalta kiinnostavaa on, minkälaista tietoa analyysimenetelmät tarjoavat suunnittelulle. Kansainvälisessä tutkimuksessa somedatan avulla on tutkittu esimerkiksi ihmisten ympäristökokemuksia, liikkumistottumuksia, mielipiteitä, käyttäytymistä ja toimintaa kaupunkiympäristössä.

### *Paikkakokemukset ovat henkilökohtaisia*

**P**aikkakokemukset ovat paikkaan kytkeytyviä henkilökohtaisia kokemuksia tai tuntemuksia. Esimerkiksi maisemallisesti tärkeäksi koetut paikat voidaan paljastaa tutkimalla sosiaalisessa mediassa jaettuja valokuvia. Hieman pidemmälle viety analyysi tunnistaa maisemallisesti tärkeän kohteen lisäksi myös kuvauspaikan, jolloin saadaan selville maiseman kannalta tärkeät näkymälinjat.

Visuaaliset kokemukset ovat perinteisesti korostuneet fyysisen ympäristön aistimiseen liittyvässä tutkimuksessa, mutta somedatan avulla on tutkittu myös esimerkiksi ympäristön ääni- ja hajumaailmaa sekä fyysisen ympäristön ja koetun stressin välistä yhteyttä. Tällaiset analyysit antavat tärkeää tietoa siitä, miten fyysinen ympäristö vaikuttaa ihmisten hyvinvointiin ja terveyteen, ja miten esimerkiksi stressin aiheuttamia sairauksia voitaisiin vähentää kaupunkisuunnittelun avulla.

### *Kenen mielipiteestä on todella kyse?*

**S**ekä työn alla oleviin suunnitelmiin että olemassa olevaan rakennettuun ympäristöön liittyvien mielipiteiden tunnistaminen on osa kaupunkisuunnittelijan tehtäväkenttää. Somessa tuotettujen tekstisisältöjen luokittelu aiheiden perusteella auttaa jäsentämään laajojen tekstiaineistojen sisältöä. Tekstianalyysin ohella on hyödynnetty verkostoanalyysia, jonka avulla voidaan mallintaa sosiaalisen median käyttäjien välisiä suhteita ja selvittää, keiden mielipiteistä todella on kyse. Tunneanalyysi puolestaan auttaa luokittelemaan aineistoa negatiivisiin ja positiivisiin kannanottoihin.

KUVA: PÄIVI NUMMI



*Mobiililaitteilla käyttäjien tuottama paikkaan kytketty sosiaalisen median sisältö on kaupunkisuunnittelun näkökulmasta erityisen kiinnostavaa.*

### *Paikan vetovoimaisuus vaihtelee eri vuodenaikoina*

**P**aikat, joihin keräänntyy runsaasti paikannuksia, esimerkiksi valokuvia tai tviittejä, voidaan olettaa olevan kiinnostavia kohteita. Somedatan avulla voidaan saada tarkempaakin tietoa, kuten kohteen vetovoimaisuuden vaihtelua eri vuorokauden- tai vuodenaikoina. Tieto on hyödyllistä esimerkiksi matkailijoita houkuttelevien kohteiden ja palveluiden kehittämisessä.

## Somedatan avulla on tutkittu mm. ympäristön haju- ja äänimaailmaa.

Liikennesuunnittelua tukevaa tietoa ihmisten liikkumisesta on tuotettu erottelamalla tviittien sisällön perusteella kotiin ja työhön liittyviä paikkoja.

Somedatan perusteella voidaan vetää johtopäätöksiä myös rakennetun ympäristön ominaispiirteistä ja esimerkiksi siitä, vastaako alueen toteutunut käyttö suunniteltua maankäyttöä. Tviittien perusteella on pystytty tunnistamaan, liittykö alueen

todellinen käyttö esimerkiksi yrittämiseen, teollisuuteen, asumiseen, yöelämään tai vapaa-ajan viettoon.

Monien kaupunkisuunnitteluun sovellettujen sosiaalisen median data-analyysien kehitys juontaa juurensa liiketoiminnan kehittämiseen. Esimerkiksi alueiden ominaispiirteitä tarvitaan suosittelevissa palveluissa, joiden avulla matkailija voi löytää toiveitansa vastaavan matkailukohteen tai vaikkapa vuokrahuoneiston Airbnb-palvelusta. Samankaltaisten paikkojen ja alueiden vertailu voi auttaa

myös kaupunkisuunnittelijaa tunnistamaan hyviä suunnitteluratkaisuja vertailemalla alueita. Erityisesti suurkaupungeissa alueiden piirteiden tutkimiselle on varmasti tarvetta, koska monimutkaisen ja muuttuvan ympäristön

hahmottaminen kokonaisuutena voi ylittää kokeneenkin suunnittelijan inhimillisen käsityskyvyn.

### *Käytännön haasteena somedatan saatavuus*

**V**ain pieni osa somedatasta sisältää paikkatietoa. Monissa tutkimuksissa on havaittu, että esimerkiksi tviiteistä

vain muutama prosentti on geotägättyjä. Tämän lisäksi kaikista somekanavista ei ole mahdollista kerätä dataa helposti tai ilman kustannuksia. Varmasti moni somedatasta kiinnostunut kaupunkisuunnittelija unelmoi siitä, että saisi käyttöönsä Instagramissa jaettuja paikkaan kytkettyjä valokuvia. Instagramin datan saatavuus kuitenkin vaikeutui, kun palvelu siirtyi Facebookin omistukseen. Näennäisesti avoin ja julkinen somesisältö ei olekaan julkista, vaan täysin kaupallisista intresseistä riippuvaista.

Ei ole näköpiirissä, että sosiaalisen median data-analyysi korvaisi muita kaupunkisuunnittelun osallistumis- tai tiedonkeruumenetelmiä. Kasvokkaista vuorovaikutusta tarvitaan aina, ja esimerkiksi karttakyselyiden avulla saadaan somedataan verrattuna huomattavasti laadukkaampaa ja helpommin suunnittelussa hyödynnettävää tietoa. Somedata, esimerkiksi Instagramissa jaetut valokuvat, voivat kuitenkin merkittävästi syventää ja laajentaa muilla menetelmillä kerättyä tietoa. ◀