



Diak

Elisa Lemmetty
Sara Mahlamäki
Diakonia-ammattikorkeakoulu
Sosionomi (AMK)
Kirkon nuorisotyönohjaajan virkakelpoisuus
Opinnäytetyö, 2019

DUUNARI SOMETTA

**Sosiaalisen median opas Kannelmäen seurakunnan
nuorisotyölle**

TIIVISTELMÄ

Lemmetty, Elisa

Mahlamäki, Sara

Duunari somettaa – Sosiaalisen median opas Kannelmäen seurakunnan nuorisotyölle

80 sivua, 3 liitettä.

Tammikuu, 2019.

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Sosiaali- ja terveysalan ammattikorkeakoulututkinto

Sosionomi (AMK), kirkon nuorisotyö

Tämän opinnäytetyön aiheena on sosiaalisen median hyödyntäminen nuorisotyössä. Opinnäytetyö on tehty yhteistyössä Kannelmäen seurakunnan kanssa. Tavoitteena oli tehdä seurakunnan nuorisotyön tiimille heidän toiveiden mukainen sosiaalisen median opas, jonka avulla kehitetään sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa nuorisotyötä. Opas on suunnattu nuorisotyölle, mutta sitä on mahdollisuus hyödyntää muilla työaloilla.

Opinnäytetyö on produktio, joka sisältää raportin ja liitteenä oppaan *Duunari somettaa*. Muina liitteinä ovat myös kyselyt työntekijöille ja nuorille, joilla on kerätty pohjatietoa opasta varten. Työntekijöille toteutettu kysely tehtiin haastatteluna sähköpostina ja nuorille toteutettu kysely on tehty Google Forms-lomakkeella. Raportti sisältää teoreettisen viitekehysten, jonka keskeisiä sisältöjä oli sosiaalinen media, digitaalinen nuorisotyö, keskinuoruus ja osallisuus. Raporttiin kuuluu myös kuvaus työn vaiheista koko prosessin ajalta.

Duunari somettaa – someopas rakennettiin nuorisotyön tiimin työntekijöiden toiveiden ja nuorten palautteen pohjalta. Oppaasta tuli havainnollistava ja visuaalinen kokonaisuus, jossa mietitään strategista ja pitkäaikaista tavoitteellista työskentelyä sosiaalisessa mediassa sekä ohjeistetaan kolmen sosiaalisen median alustan käyttöä. Opas jaettiin seurakunnan yhteiselle verkkoasemalle, jossa kaikki työntekijät pääsevät hyödyntämään sitä. Opas jaettiin päivitettävässä muodossa, jotta työntekijät voivat halutessaan lisätä opittua informaatiota tai poistaa vanhentunutta tietoa.

Opasta tullaan hyödyntämään seurakunnassa ja työntekijät ovat suunnitelleet sosiaalisen median työn kehittämistä oppaan pohjalta. Oppaassa on potentiaalia myös jatkokehittämiselle. Aihe on laaja ja jatkuvasti muuttuva, joten uusia näkökulmia työhön tulee koko ajan. Sosiaalisen median kenttä nuorisotyössä on vielä pieni ja harmaata aluetta, joten tutkimukselle ja kehittämiselle tilaa sekä tarvetta.

Asiasanat: sosiaalinen media, kirkon nuorisotyö, digitaalinen nuorisotyö, verkkoviestintä

ABSTRACT

Lemmetty, Elisa

Mahlamäki, Sara

Youth worker uses social media – social media guide for youth work in the Kannelmäki parish

80 pages, 3 appendices.

January, 2019.

Diaconia University of Applied Sciences

Degree Programme in Social Services: Option in Christian Youth Work

Bachelor of Social Services

This thesis was made in collaboration with the Kannelmäki parish. Aim of the thesis was to create a social media guide for the parish youth workers, to help them do youth work in social media. The guide was formed from youth workers' and youth's wishes. The guide's content was aimed for youth work, but it can also be used in other fields of the church work.

Thesis was a production which concludes of a report and a guide called *Duunari somettaa* (=Youth worker uses social media). The material for the thesis' report and for the guide was collected via two surveys, one for the youth workers and another for the youth. The surveys were made via e-mail and Google Forms. The survey results were used as basic information for the guide. Theoretical framework consists of social media, middle adolescence and participation, as well as process description. The process had three parts that were gathering the material, making a product and publishing it for the representatives of working life, in this case the Kannelmäki parish.

Youth worker uses social media was made from the feedback of youth workers and the youth. As the final result, the guide became a demonstrative and visual product that discusses strategic and long-term goal-directed work in the social media and instructions for three different social media platforms. The guide was published in the parish' network drive, for every employee to use. The guide is updatable therefore employees can update it when they have new information or when some of the information in the guide is outdated.

The guide is to be used in the parish youth work and the employees have made plans for developing youth work in social media. The guide has potential for further development. The subject is comprehensive and alterable therefore there is always new aspect to the subject. The field of digital youth work is still small and grey area, therefore there is space and need for research and development.

Keywords: social media, church youth work, digital youth work, online communication

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	4
2 KANNELMÄEN SEURAKUNTA.....	5
3 KESKEISET KÄSITTEET.....	6
3.1 Sosiaalinen media.....	6
3.2 Digitaalinen nuorisotyö.....	7
3.3 Keskinuoruus.....	8
3.4 Osallisuuden merkitys kohtaamistyössä.....	10
4 SOSIAALINEN MEDIA TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ.....	12
4.1 Nuoret sosiaalisessa mediassa.....	12
4.2 Nuoren kohtaaminen verkossa.....	13
4.3 Nuorisotyö sosiaalisessa mediassa.....	15
4.4 Kirkon ohjeistus verkossa tapahtuvasta työskentelystä.....	17
5 VERKOSSA TYÖSKENTELYÄ OHJAAVA LAINSÄÄDÄNTÖ.....	19
5.1 Tietosuoja-asetuksen merkitys nuorisotyössä.....	19
5.2 Sosiaalisessa mediassa vaikuttavat lait.....	21
5.3 Työntekijän lojaliteettivelvollisuus.....	22
6 SOMEOPPAAN LAATIMISEN VAIHEET.....	24
6.1 Menetelmien hyödyntäminen lähtötilanteen kartoituksessa.....	24
6.2 Menetelmätyöskentelyn tulokset työntekijöiden näkökulmasta.....	26
6.3 Menetelmätyöskentelyn tulokset nuorten näkökulmasta.....	27
6.4 Sosiaalisen median oppaan toteuttaminen.....	30
7 POHDINTA.....	33
7.1 Pohdintaa opinnäytetyön prosessista.....	33
LÄHTEET.....	37
LIITE 1. Kartoituskysely Kannelmäen nuorisotyön tiimille.....	42
LIITE 2. Kartoituskysely Kannelmäen seurakunnan nuorille.....	43
LIITE 3. LOPULLINEN TUOTOS: Duunari somettaa – someopas.....	46

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on olennainen osa nykypäivää ja nuorten arkea. Yleisesti ottaen sosiaalinen media on kuntien ja seurakuntien nuorisotyössä jo jollain tasolla käytössä, mutta on vielä paljon työpaikkoja, joissa sitä ei käytetä tai ymmärretä. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa päivittäin omassa arjessaan ja siksi nuorisotyön ammattilaisen on tärkeää ymmärtää, mitä sosiaalinen media on.

Teimme Kannelmäen seurakunnalle sosiaalisen median oppaan, jonka tarkoituksena on auttaa ensisijaisesti nuorisotyön työryhmää edistämään sosiaalisen median käyttöä työssään. Opas antaa vinkkejä työntekijöille eri alustojen käytöstä sekä nuorten tavoittamisesta sosiaalisen median välityksellä. Toteutimme oppaan Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön tiimin toiveiden mukaisesti. Oppaan nimeksi tuli *Duunari somettaa*, joka sai alkunsa siitä, että Kannelmäen seurakunnan työntekijät kutsuvat itseään leikkimielisesti duunareiksi.

Tuotimme sosiaalisen median oppaan kuvitettuna julkaisuna, joka jaettiin Kannelmäen seurakunnan työntekijöiden yhteiselle sähköiselle työalustalle. Opas on pääsääntöisesti suunnattu nuorisotyölle, mutta sitä voidaan hyödyntää myös muilla työaloilla. Sosiaalisen median opas tukee Kannelmäen seurakunnan työntekijöiden sosiaalisen median käyttöä työssä ja edistää sosiaalisen median hyödyntämistä seurakuntalaisten kanssa. Oppaassa on perehdytty muun muassa siihen, kuinka tehdä nuoria kiinnostavaa sisältöä. Oppaassa on otettu huomioon työntekijöiden valmiudet ja lähtökohdat sosiaalisen median käyttämiseen niin, että oppaasta on saatu mahdollisimman kattava ja hyödyllinen.

Käytämme itse sosiaalista mediaa vapaa-ajalla päivittäin. Pohdimme myös jatkuvasti, millaista sisältöä voisimme tuottaa työntekijöinä ja seuraamme nuorten sosiaalisen median käyttöön liittyviä trendejä. Olemme molemmat olleet töissä seurakunnissa ja molemmilla on henkilökohtaista kokemusta sosiaalisen median käytöstä työssä.

2 KANNELMÄEN SEURAKUNTA

Kannelmäen seurakunta sijaitsee Länsi-Helsingissä ja kattaa koko Kaarelan alueen: Kannelmäen, Maununnevan, Malminkartanon ja Hakuninmaan. Vuonna 2017 seurakunnan jäsenmäärä oli 13 881 (Helsingin seurakuntayhtymä 2017, 8). Seurakunnan virasto sijaitsee Kannelmäessä Klaneettitiellä. Kirkko ja vanha seurakuntakeskus sijaitsevat Kannelmäessä Vanhaistentiellä. Tämän lisäksi Malminkartanossa on seurakunnan kappeli ja Kauppakeskus Kaaressa on pieni seurakunnan liiketila Paikka. Nuorisotyön toiminta on keskittynyt Malminkartanoon toimintakeskus Jennyyh.

Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön järjestämissä avoimissa nuorten illoissa käy hyvin vaihtelevasti nuoria, noin viidestä viiteenkymmeneen nuorta illassa. Nuorten illat järjestettiin vielä keväällä 2018 keskiviikkoisin Kannelmäen seurakuntakeskuksen nuorten tilassa Nurkassa ja perjantaisin Toimintakeskus Jennyn nuorten tilassa Malminkartanossa. Syksyllä 2018 nuorten illat siirrettiin kokonaan Toimintakeskus Jennyyh tiistaihin ja perjantaihin seurakuntakeskuksen remontin vuoksi. Nuorisotyön tiimissä on kaksi nuorisotyönohjaajaa, yksi nuoriso-ohjaaja sekä nuorisotyön avustaja. Nuorisotyötä tekevät myös seurakunnan papit sekä kirkkomuusikko. Kannelmäen seurakunnassa nuorisotyöhön kuuluu varhaisnuorisotyö, kouluyhteistyö, leiritoiminta, rippikoulutyö, isoskoulutus ja kerhotoiminta.

Kannelmäen seurakunnan nuorisotiimin työntekijöiden mukaan sosiaalista mediaa käytetään työssä jonkin verran, mutta usein sen käyttö unohtuu ja esimerkiksi seurakunnan nuorisotyön Instagram-tili on pääsääntöisesti hyvin hiljainen. Nuorisotyön tiimiltä tuli selkeä toive kehittää sosiaalisen median käyttöä.

3 KESKEISET KÄSITTEET

3.1 Sosiaalinen media

Suomessa tehdyissä hankeraporteissa usein määritellään sosiaalista mediaa sen ominaisuuksien ja palvelutyyppeiden kautta (Suominen 2013, 15). Se on huomattavissa monista lähteistä, joissa kerrotaan sosiaalisesta mediasta. Yleensä nämä lähteet esittelevät, mitä palveluja tai sovelluksia se sisältää.

Sosiaalinen media voidaan määritellä verkon muotona, jossa sisällön jakaminen tapahtuu käyttäjien keskinäisissä yhteisöissä. Sosiaalinen media toimii aina jollain alustalla, joka mahdollistaa kohtaamisen ja vuorovaikutuksen. (Heinonen 2009, 6.) Näitä alustoja ovat muun muassa Facebook, WhatsApp, Instagram, Snapchat ja Youtube. Sosiaalinen media voidaan jakaa eri palvelutyyppeihin, joita ovat sisällöntuotanto- ja julkaisemispalvelut, sisällönjakopalvelut, sosiaaliset verkostopalvelut, yhteisötuotannot, virtuaalimaailmat sekä lisäosat (eng. add-ons). (Suominen 2013, 15.)

Suomisen mukaan (2013, 15) sosiaalisen median käyttäjät kokevat kuuluvansa yhteisöön. Osallistuminen sekä sisällön tuottaminen sosiaaliseen mediaan on ilmaista. Sosiaalisen median palveluihin oleellisesti liittyvät ominaisuudet, kuten avainsanat, palveluiden jatkuva kehittyminen sekä ominaisuuksien ja työkalujen kehittyminen, lisäävät kokemusta yhteisöön kuulumisesta.

Perinteisessä toimintakulttuurissa voidaan selkeästi määritellä rajoja ja vastualueita. Sosiaalisessa mediassa toiminta on avoimempaa ja vähemmän rajattua. Tämä tekee mahdollisesti tiedonhausta ja tiedon liikkumisesta nopeampaa, mutta ongelmana voi myös olla liiallinen avoimuus, sisällöntuotannon haasteet ja omistajuuden määrittelemisen. (Pönkä 2014, 207–208.) Haasteena on sosiaalisen median käytön kytkeminen varsinaiseen toimintaan: jos sosiaalisen median käyttö tuntuu ylimääräiseltä työltä, sitä ei haluta käyttää aktiivisesti. (Pönkä 2014, 210.)

3.2 Digitaalinen nuorisotyö

Digitaalinen nuorisotyö on digitaalisen median ja teknologian käyttämistä nuorisotyössä. Tällä tarkoitetaan sosiaalista mediaa, internetiä ja muita digitaalisia ympäristöjä, sekä siihen liitettäviä laitteita, kuten esimerkiksi tietokoneita tai älypuhelimia sekä muita mobiililaitteita.

Digitaalisuus on iso osa nuorten arkea ja kulttuuria, joten digitaalinen media ja teknologia pitäisi nähdä mahdollisuuksina kehittää nuorisotyötä ja kokeilla uusia nuorisotyön toimintaympäristöjä. Digitaalisella nuorisotyöllä ei ole tarkoitus korvata kasvokkain tapahtuvaa nuorisotyötä, vaan vahvistaa nuorten valmiuksia toimia digitalisoituvassa maailmassa. (Lauha & Tuominen 2016, 9.)

Nuorisotyön ammattilaiset ovat kehittäneet kahdeksan kokonaisuutta, joiden pohjalta digitaalista nuorisotyötä tehdään ja kehitetään: toimintakulttuuri, strateginen suunnittelu, tavoitteellisuus ja arviointi, resurssit, osaaminen, yhteistyö, nuorten osallisuus ja yhdenvertaisuus sekä nuorten mediaosaaminen ja digitaaliset taidot. (Lauha & Tuominen 2016, 11). Dana Cohlmeier (2017) on listannut viisi digitaalisen nuorisotyön tavoitetta, joihin digitaalisen nuorisotyön tulisi pyrkiä: nuorten digitaalisten taitojen kehittäminen, nuorten digitaalisen kansalaisuuden ja osallisuuden tukeminen, digitaalisen kahtiajaon murtaminen ja ulkopuolisuuden ehkäiseminen, nuorten opettaminen tunnistamaan riskit ja mahdollisuudet verkossa, sekä nuorten tukeminen eri elämänalueisiin liittyvissä ongelmissa.

Hintsalan (2016, 7) tutkimuksessa selvitettiin työntekijöiden asenteita digitaaliseen nuorisotyöhön. Vastaajista 92 prosenttia oli sitä mieltä, että nuorisotyötä täytyy tehdä myös verkossa ja 82 prosenttia oli sitä mieltä, että nuorille pitäisi antaa mahdollisuus tehdä sisältöä internetissä nykyistä enemmän. Henkilökohtaista tukemista ja verkossa kohtaamista pidettiin tutkimuksessa myös tärkeänä.

Verkko on nuoren vapaa-ajan paikka, jossa hän voi kasvaa, saada kokemuksia ja tietoa. Nuori tarvitsee myös tukea turvalliseen kasvuun. Työntekijöiden tulisi

tunnistaa ilmiöitä, jotka tukevat nuoren positiivista kasvua ja reagoida niihin, joihin pitäisi puuttua kasvun turvaamiseksi. (Joensuu 2011, 14.) Verkko ei ole erillään muusta maailmasta oleva todellisuus, jossa on oma elämänsä – se on teknologian mahdollistama tila, joka kasvattaa omaa toimintaympäristöämme. Verkossa on mahdollisuus luoda tai toimia yhteisöissä, jotka ovat yhtä merkityksellisiä kuin mikä tahansa muukin yhteisö. Kaikki elämässä tapahtuvat tunteet ja tapahtumat, kuten esimerkiksi kasvaminen, ystäväystyminen ja seurustelu ovat mahdollisia niin verkkovälitteisesti kuin myös kasvotusten käytävässä kanssakäymisessä. (Joensuu 2011, 15.)

Verkkoon liittyy myös riskejä. Puhakan, Sinkkosen ja Meriläisen (2014) nuorten internetin käytön riskejä kertovassa artikkelissa käsiteltiin nuorten kokemia haittoja internetin käytössä. Nuorella saattaa tuottaa ongelmia pitäytyä aikatauluissa, sillä kiinnostus verkkoon lähes riippuvuutta aiheuttavaa. Lisäksi verkon käyttö voi aiheuttaa psyykkisiä ongelmia, kuten esimerkiksi unettomuutta tai masennusta. Sosiaalisia tai fyysisiä haittoja oli myös, kuten perhesuhteiden huonontuminen ja ryhdin huonontuminen sekä päänsärky. Verkossa on myös väärää tai pirstaleista tietoa.

3.3 Keskinuoruus

Rippikoulun käyneellä nuorella tarkoitetaan yli 15-vuotiasta, konfirmoitua nuorta. Kannelmäen seurakunnan nuorten toimintaan osallistuu säännöllisesti tai epäsäännöllisesti 15–20-vuotiaita nuoria, joten rajasimme kohderyhmän 15–18-vuotiaisiin. 15–18-vuotiaat ovat keskinuoruutta eläviä nuoria (Ylisaari 2017).

Keskinuoruudessa suurimmat fyysiset muutokset alkavat olla takanapäin, mutta niiden myötä nuoren minäkuva kehittyy (Nurmi ym. 2014, 146). Nuoren seksuaalisuuden kehittyminen on keskiössä. Nuori tutkii omaa seksuaalisuuttaan itse, kavereiden kanssa, seurustellen ja kokeillen. (Aalberg & Siimes 2010, 69–71.) Ajattelutaidot kehittyvät entistä abstraktimmaksi ja yleistävimmiksi. Ajattelu minäkuvasta, maailmankuvasta, moraalista ja tulevaisuuden suunnittelusta on kehittynyt laajemmaksi. Ajattelun kehittymisellä nuori pystyy luomaan itsestään

haluamaansa kuvaa toisille ihmisille ja rakentamaan omaa minäkuvaansa. (Nurmi ym. 2014, 147.)

Ajattelutaitojen kehittymisen myötä nuorella herää kiinnostus ja kyky rakentaa laajempaa maailmankuvaa sekä omaa ideologiaa. Nuori alkaa kiinnostua asioista, jotka tapahtuvat muuallakin kuin omassa perheessä tai sen lähiympäristössä. Ideologiset kysymykset ja erilaiset tavat ymmärtää maailmaa tulevat ajankohtaisiksi nuoren elämässä. Nuori rakentaa omaa identiteettiä aikuisten eri roolien avulla, joita ovat esimerkiksi tietty ammatti, ihmissuhde tai maailmankatsomus (Nurmi ym. 2014, 146–147, 160). Ajattelu kehittyy kuitenkin vielä ja saattaa olla mustavalkoista. Mustavalkoinen ajattelu näkyy ehdottomuutena: ihmiset ovat joko hyviä tai pahoja, ideoiden kanssa ollaan joko puolesta tai vastaan ja oma käsitys itsestä vaihtelee laidasta laitaan. Mustavalkoisella ajattelulla nuori auttaa itseään irtaantumaan vanhemmistaan: kokemus hankalista, ymmärtämättömistä ja rajoittavista vanhemmista auttaa irtaantumaan helpommin kuin kokemus ihailuista ja rakastavista vanhemmista. (Aalberg & Siimes 2010, 87.)

Tulevaisuuden ajattelu muuttuu nuoruuden kehittyessä. Nuoruusiän edetessä ajattelu omasta tulevaisuudesta ja siihen liittyvistä ratkaisuista lisääntyy merkittävästi. Nuoren suunnittelu- ja päätöksentekotaidot paranevat, ja ne auttavat nuorta tekemään tulevaisuuden päätöksiä muun muassa koulutukseen, ammattiin tai ihmissuhteisiin liittyvissä kysymyksissä. (Nurmi ym. 2014, 147.)

Ryhmään kuuluminen edistää kasvua ja on välttämätön kehityksen vaihe. Sen avulla nuori oppii kontrolloimaan omaa käyttäytymistään ja kehittämään sosiaalisia taitoja. (Aalberg & Siimes 2010, 72; Nurmi ym. 2014, 167.) Itsevarmuus ryhmässä toimiessa kasvaa ja nuori uskaltaa toimia sekä ilmaista itseään tavoilla, joilla ei välttämättä yksin ilmaisisi. Samaistumisen tarve ja halu olla osallisena motivoivat hakeutumaan ryhmään. (Aalberg & Siimes 2010, 71–73.)

Kaveriryhmissä nuorilla on ryhmään kuuluvat normit, säännöt ja arvot. Nuoret toimivat esimerkkinä toisilleen. He oppivat toisiltaan erilaisia käyttäytymismalleja,

jotka voivat ohjata myönteiseen sosiaaliseen toimintaan tai negatiiviseen toimintaan, kuten esimerkiksi alkoholin tai huumeiden käyttöön. Nuorilla arvot ja ajattelu eivät ole välttämättä yhtä vakiintuneita kuin aikuisilla ihmisillä, joten he tutkivat eri käyttäytymistapoja ja näin voivat hakeutua useihin erilaisiin ryhmiin. Ryhmiin hakeutuminen tai valikoituminen riippuu usein ryhmän funktiosta ja nuoren kiinnostuksesta tähän funktioon. (Nurmi ym. 2014, 167–168.)

3.4 Osallisuuden merkitys kohtaamistyössä

Osallisuudella tarkoitetaan tunnetta, jonka ihminen kokee ollessaan osana jotakin yhteisöä. Yhteisöt voivat muodostua muun muassa opiskelun, työn, harrastus- tai järjestötoiminnan kautta. Yhteiskunnallisella tasolla osallisuutta voidaan kuvata mahdollisuutena terveyteen, koulutukseen, työhön, toimeentuloon, asuntoon ja sosiaalisiin suhteisiin. Ihmisen osallisuus ja aktiivisuus yhteisössä sekä yhteiskunnassa riippuu pitkälti elämäntilanteesta. Sosiaaliset verkostot ja osallisuus ovat ehkäiseviä tekijöitä syrjäytymiselle sekä hyvinvointivajeelle. (THL. Aiheet. Hyvinvointi- ja terveysterot. Eriarvoisuus. Hyvinvointi. Osallisuus.)

Osallisuuden kokemus syntyy, kun ihminen tajuaa osallistumisensa mahdollistamat hyödyt. On tärkeää havaita ero osallistumisella ja osallisuudella: osallistuminen on prosessi ja keino edistää osallisuutta, josta kokemuksena yksilö voi kokea osallisuuden tunnetta. (Leeman, Kuusio & Hämäläinen 2015, 5.)

Sosiaalista osallisuutta kuvataan yksilön subjektiivisena kokemuksena, joka kehittyy vuorovaikutuksessa. Keskeisenä on tunne kuulumisesta yhteisöön tai yhteiskuntaan ja yksilöllinen tunne siitä, että on mahdollisuus vaikuttaa oman elämänsä kulkuun. Sosiaalisen osallisuuden tunnetta ei voida määrätä, mutta sitä voidaan edistää osallistumalla. Sosiaalisen osallisuuden kokemuksen suhde vaihtelee yksilöittäin, sillä osallisuuden kokeminen on subjektiivinen kokemus. (Leeman, Kuusio & Hämäläinen 2015, 5.)

Asiakasosallisuus on asiakkaan aktiivista osallistumista palvelun suunnitteluun, järjestämiseen, tuottamiseen, kehittämiseen ja arviointiin. Asiakasosallisuutta

voidaan jakaa sen mukaan, onko asiakas osallinen vai osallistunut. Asiakasosallisuus voidaan siis ymmärtää monella tavalla, riippuen siitä, mikä asiakkaan rooli on. (Leeman & Hämäläinen, 2015, 1–2.)

Kirkon jäsenten osallisuus on aina kuulunut seurakunnan keskeiseen olemukseen. Jäsenyyden arvostukseen kuuluu, että seurakuntalainen osallistuu toiminnan suunnitteluun, toteuttamiseen ja saa toteuttaa kykyjään. (Kirkkohallitus 2014, 24–25.) Nuoren osallisuuden kokemuksen edistämiseksi pitäisi tehdä tavoitettavaa, suunnitelmallista ja laadukasta nuorisotyötä, jolla rakennetaan yhteisöllisyyttä ja tasavertaista kokemusta kohtaamisesta (Kirkkohallitus 2012, 26).

Kannustamme sosiaalisen median oppaassa työntekijöitä osallistamaan nuoria tehdessä nuorisotyötä sosiaalisessa mediassa, sillä nuori voi kokea tällä tavalla olevansa tärkeä ja kuuluvansa johonkin yhteisöön.

4 SOSIAALINEN MEDIA TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

4.1 Nuoret sosiaalisessa mediassa

Verkossa keskustellaan ja ollaan osa jotakin yhteisöä. Sosiaalisen median kokenut käyttäjä hyödyntää erilaisia verkkoyhteisöjä, palveluita ja verkostoja. Perinteisestä toimintakulttuurista eroava sosiaalisen median toimintakulttuuri on tällä hetkellä vielä vieraampi keski-ikäistyvälle väelle ja sitä vanhemmille, mutta nuoret ovat tutustuneet moniin eri alustoihin. (Pönkä 2014, 206–207.)

Verkossa nuoret kokevat voivansa verkostoitua, saada uusia kokemuksia ja tuttavuuksia sekä ilmaista itseään (Lehtikangas 2015, 21). Nuoret hakeutuvat sosiaalisen median yhteisöihin pääasiallisesti viihtymään ja viettämään aikaa (Hintsala & Ritokoski 2011, 107). Vanhemmat ja opettajat ovat huolissaan sosiaalisen median käytöstä, mutta rajoittamisen ja paheksumisen sijaan voitaisiin asiaa ajatella uudelta kannalta ja muun muassa ottaa teknologian tuoma hyöty käyttöön oppitunneilla tai kommunikaatiossa (Noppiari & Kupiainen 2015, 116). Nuorten teknologian käyttö leimataan Noppiarin ja Kupiaisen (2015, 117) artikkelin mukaan liian helposti addiktioksi, kun ei ymmärretä sen merkitystä tämän päivän nuorten elämässä, osana nuorten kulttuuria. Tärkeintä on yrittää ymmärtää ja olla kiinnostunut siitä, mitä nuori tekee internetissä tai puhelimella, ja mitä palveluita hän mahdollisesti käyttää. (Lauha 2015, 14.)

Nuorten viestintä painottuu nykyisin paljon kuviin (Noppiari & Kupiainen 2015, 118) ja kuvien jakaminen onkin tällä hetkellä yksi isoimmista trendeistä sosiaalisessa mediassa. Myös lyhyet videot ovat nuorten suosiossa. Kuvapainotuksen johdosta nuoret käyttävätkin paljon esimerkiksi Instagram-kuvanjakopalvelua ja Snapchat -pikaviestisovellusta. (Pönkä 2014, 121, 139.) Visuaalisuutta painottava sosiaalisen median kulttuuri vaatii tarkkaavaisuutta ja varovaisuutta. Liiallinen ulkonäköön keskittyminen ja liian kaunistellut julkaisut voivat aiheuttaa vääristyneitä käsityksiä siitä, millaista elämä on tai millaista sen pitäisi olla. (Noppiari & Kupiainen 2015, 127.)

Nuorten kokemus verkkoidentiteetistä on tutkimustulosten mukaan tärkeä mahdollisuus, joka on myös joustavasti päivitettävissä. Nuorille on tärkeää saada mahdollisuus vaikuttaa siihen, millaisen kuvan itsestään antaa muille. Verkkoidentiteettiin liittyy vahvasti erilaiset palvelut, jotka antavat oman tavan muovata ja esittää itsensä. Myös anonymiteettiä tarjoavat verkkopalvelut ovat nuorten suosiossa. Nuoret ovatkin erittäin tarkkoja siitä, mitä ja millaista tietoa he itsestään jakavat internetissä. (Lehtikangas 2015, 22.)

Nuoret kokevat verkon käytön luonnollisena tapana olla yhteydessä ja muodostaa erilaisia yhteisöjä (Lehtikangas 2015, 22). Nuoret käyttävät verkkoa sekä yhteydenpitoon kavereiden kanssa että uusien vuorovaikutusmahdollisuuksien hyödyntämiseen, kuten esimerkiksi keskustelupalstat, ryhmät ja pelit. Erilaisilla virtuaalipeleillä ja verkostoilla voi olla rooli myös nuoren verkon ulkopuolisessa elämässä. Nykyään nuoret kokevat sosiaalisen median käytön lähes pakolliseksi pysyäkseen mukana kaveripiireissä ja ajan hermolla. (Lehtikangas 2015, 22; Noppari & Kupiainen 2015, 114.)

Tutkimustulosten mukaan nuoret ovat innokkain ikäryhmä jakamaan erilaista sisältöä ja osallistumaan ja hyödyntämään verkon erilaisia mahdollisuuksia. Nuoret pitävät verkossa esimerkiksi erilaisiin keskusteluihin osallistumista ja blogin kirjoittamista vaikuttamismahdollisuutena. (Lehtikangas 2015, 23.)

4.2 Nuoren kohtaaminen verkossa

Verkkoa voidaan nykypäivänä hyödyntää myös auttamisympäristönä. Nuorille on tärkeää saada vertaistukea, sillä se auttaa ymmärtämään, ettei tilanteessa olla välttämättä yksin. Mahdollisuus verkossa tapahtuvaan keskusteluun on tärkeä, sillä nuori voi kokea verkon välityksellä tapahtuvan keskustelun helpommaksi. Lapsille ja nuorille on tavallista ilmaista itseään kirjoittamalla. (Parikka & Saukko 2012.) Joskus kirjoitettu teksti on myös helpompi jäsentää kokonaisuudeksi verrattaessa kasvokkain tapahtuvaan keskusteluun. Ilmeiden ja eleiden puute ei tarkoita, että viesti jäisi epäselväksi, vaan sen sijaan verkkoviestinnällä voidaan

haluttaessa korostaa omia tunteita esimerkiksi erilaisten hymiöiden ja lyhenteiden avulla. (Joinson 2005.)

Tärkeä osa sosiaalisen median toimintakulttuuria, varsinkin lasten ja nuorten kanssa työskentelyssä, on luottamuksen luominen (Hintsala & Ritokoski 2011, 99). Verkkoyhteisössä toimiminen yhdessä lasten ja nuorten kanssa vaatii luottamusta myös aikuisen työntekijän näkökulmasta. Yhteisöllisyyden tunteen kokeminen on nuorille tärkeää ja verrattavissa perheeseen kuulumisen tunteeseen (Noppiari & Kupiainen 2015, 113).

Eija Niinikosken pro gradu -tutkielmassa (2015) selvitettiin nuorten avun hakemista verkon kautta sekä aikuisten keinoja tukea nuoria ja luoda heille toivoa verkkoympäristön kautta. Tutkielmassa käsiteltiin Mannerheimin lastensuojeluliiton Nuortennetin vuonna 2014 keskustelupalstalle kirjoitettuja viestejä, joita nuoret ovat sinne kirjoittaneet, ja aikuisten kirjoittamia vastauksia näihin. Myös Cecilia Löfbergin (2008) väitöskirjassa tutkittiin lasten ja nuorten internetikäyttäytymistä. Aineistona käytettiin nuorille suunnatun internetsivuston keskustelupalstaa, jossa puhuttiin tytöistä, pojista ja seksuaalisuudesta. Keskustelupalstan aiheet olivat usein sellaisia, joista oli vaikeaa puhua internetympäristön ulkopuolella.

Nuorten vastausten perusteella Niinikoski (2015) on muodostanut viisi luokkaa, jotka olivat erilaisia syitä sille, miksi nuoret päätyivät hakemaan apua verkossa. Syitä oli selkeästi kahdenlaisia – puhumiseen liittyviä tekijöitä, sekä avun hakemiseen liittyviä tekijöitä. Niinikosken mukaan nuoret eivät uskaltaneet, halunneet tai osanneet puhua asiasta ääneen. Myös se, ettei ollut ketään kenelle puhua, oli yksi merkittävä syy. Avun hakemiseen liittyviä tekijöitä olivat aikaisemmin kohdattu pettymys avun hakemisessa, ristiriitaisuus omassa tilanteessa sekä internetin merkitys nuorten elämässä – sitä kautta avun hakeminen oli helppoa.

Niinikosken (2015) tutkielmassa on käsitelty myös aikuisten keinoja auttaa nuoria ja luoda toivoa. Niinikoski jakoi keinot kolmeen pääluokkaan. Arvostuksen osoittaminen oli käytännössä positiivisen palautteen antamista, empatian

osoittamista, välittämistä ja nuoren omanarvontunteen vahvistamista. Positiivisella palautteella pyrittiin auttamaan nuoria kiinnittämään huomiota positiivisiin puoliin, joita nuori ei välttämättä itse huomannut, ja nuoria muistutettiin omasta arvokkuudesta ja siitä, kuinka erilaisuus on hyvä asia. Nuorten ongelmiin suhtauduttiin vakavasti, ja nuoria muistutettiin siitä, että apua on saatavilla.

Verkossa tapahtuvan nuorisotyön tavoitteena on luoda nuorelle turvallinen ja tuttu ympäristö kohtaamiselle (Parikka & Saukko 2012). Vaikka seurakunnan nuorisotyönohjaajien työalustana ei olekaan pelkästään verkko, sitä voidaan hyödyntää kuitenkin osana normaalia työarkea. Se on osaltaan myös lasten ja nuorten turvallisuudesta huolehtimista ja ehkäisevää lastensuojelua. Lastensuojelulain (L 88/2010) mukaan esimerkiksi seurakunnan tai nuorisotoimen ammattilaisella on velvollisuus ilmoittaa sosiaalitoimelle, jos lapsi tai nuori on vaarassa. Olemalla itse mukana käyttämässä yhteisöpalveluita yhdessä nuorten kanssa oppii ymmärtämään nuoria verkkoympäristössä ja näin ollen mahdollisesti ennaltaehkäisemään kiusaamista, eristämistä ja huomioimaan erilaisia riskejä. (Parikka & Saukko 2012.)

4.3 Nuorisotyö sosiaalisessa mediassa

Nuorisotyössä sosiaalisessa mediassa tehtävän työn merkitys on tärkeä. Se tarjoaa mahdollisuuden tavoittaa nuoret heidän vapaa-ajallaan. Sen lisäksi, että nuoriin saadaan pidettyä kontakti myös silloin, kun heidän kanssaan ei ole vuorovaikutuksessa kasvotusten, heidän sosiaalisen median käyttäytymistään voidaan havainnoida. (Lauha 2015, 16.) Suvi Uskin (2015, 82) mukaan erilaisista pikaviestimistä ja sosiaalisen median palveluista on hyötyä verkkonuorisotyössä myös nuorten näkökulmasta. Joskus nuorelle voi olla luontevampaa ottaa kontaktia esimerkiksi viestitse jonkin sovelluksen kautta kuin kasvokkain.

Nuorisotyö sosiaalisessa mediassa voi olla kohtaamista, auttamista, tiedottamista, opettamista, kasvattamista, läsnäoloa ja turvallisuuden luomista. Sosiaalisen median työ voi olla pitkälti samanlaista kuin kasvokkain tapahtuva

työ, vaikkakin internetissä tapahtuvaa. Oikea ja väärää tapaa tehdä työtä sosiaalisessa mediassa ei ole, vaan on mahdollisuus kokeilla erilaisia tapoja lähteä tekemään nuorten kanssa yhteistyötä.

Kyselyjen perusteella kuntien, järjestöjen ja seurakuntien nuorisotyön ammattilaisista 94 prosenttia käyttää internetiä nuorisotyössä. Keskeisin muutos on mobiililaitteiden lisääntyminen työssä. Vastanneista 90 prosenttia ilmoitti käyttävänsä älypuhelinta työssään muuhun kuin soittamiseen tai tekstiviesteihin. Älypuhelin on työvälteenä mahdollistanut niin tiedottamisen ja yhteydenpidon kuin myös sosiaalisen median hyödyntämisen. (Lauha 2016, 21.) Nykypäivänä on hyvin sisäistetty ajatus, että ollaan siellä, missä nuoretkin ovat.

Suvi Tuominen (2015, 89) on artikkelissaan listannut asioita, joita jokaisen nuorisotyöntekijän pitäisi osata. Nuorten verkon käyttöä tulee ymmärtää monin eri tavoin. Mitä nuoret tekevät internetissä ja miksi? Kuinka suuri merkitys sillä on heidän arjessaan? Mitkä ovat nuorten kohtaamiseen, tavoittamiseen ja tukemiseen parhaiten sovellettavissa olevat palvelut? Miten paljon niitä voi käyttää ajatellen eettistä näkökulmaa? On tärkeää tiedostaa se, että usein nuorille kohdennetussa viestinnässä tärkeää on visuaalisuus ja nopea tahti.

Yhteisöpalveluissa toimimista tulee harjoitella. Toisille yhteisöpalveluiden käytön omaksuminen osaksi työrutiinia on helppoa, mutta toisille se voi olla hyvinkin haastavaa. (Uski 2015, 81.) Pienet asiat kuten sosiaalisen median selailut ja sisällön päivittämisen voi suorittaa muun tekemisen ohessa. Aitoa sisältöä suositaan sosiaalisen median palveluissa. (Lundqvist 2015, 86.) Kokeilevasta asenteesta on ehdottomasti hyötyä, mutta ei myöskään tarvitse luopua omasta ammatti-identiteetistään. Verkkopalveluiden käyttöä tulisi ajatella positiivisena lisänä ja apuvälteenä, eikä taakkana ja lisätyönä. (Tuominen 2015, 90.)

Digitaalista nuorisotyötä ei ole juurikaan huomioitu strategisessa työskentelyssä, tavoitteissa tai työn tuloksen mittareissa. Hintsalan (2016, 13) mukaan työntekijöistä 67 prosenttia oli itsenäisesti osallistunut johonkin sosiaaliseen mediaan tai digitaaliseen nuorisotyöhön tukevaan koulutukseen ja hieman yli kolmannes oli saanut esimieheltään tai työyhteisöstä ohjeistusta verkon

hyödyntämiseen nuorisotyössä. Tutkimukseen osallistuneet työntekijät kertoivat, että digitaalisen nuorisotyön sisältö on pitkälti seurakunnissa vain yksittäisten työntekijöiden vastuulla. Yli neljä viidestä vastasi, että suunnittelee täysin itsenäisesti verkon hyödyntämisen omassa työssään. Noin viidennes kertoi työyhteisössä olevan jonkinlainen suunnitelma tai strategia sosiaaliselle medialle. Vain noin joka kymmenes työntekijä oli laatinut mittarin työn tavoitettavuudelle tai onnistumiselle esimiehen tai työyhteisön kanssa. (Hintsala 2016, 13.)

4.4 Kirkon ohjeistus verkossa tapahtuvasta työskentelystä

Kirkon viestintäohjelma vuoteen 2020 on kirjannut kirkon keskeisiä periaatteita ja toimintaohjeita työntekijöille. Viestintäohjelmassa korostetaan perussanoman levittämistä, vuorovaikutuksellisuutta, hengellisen elämän tukemista mediassa, keskusteluun osallistumista, toimimista sosiaalisessa mediassa, sisäisen viestinnän kehittämistä ja työntekijöiden kouluttamista viestinnässä. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Kirkon viestintäohjelma vuoteen 2020.)

Työntekijöitä on kehoitettu olemaan siellä missä seurakuntalaisetkin ovat, eli myös sosiaalisessa mediassa. Verkossa tehtävää työtä tulisi ohjeistuksen mukaan tehdä esimerkillisesti, kunnioittaen ja osallistuen. Työtä tehdessä muistetaan oma lojaliteetti työnantajaa kohtaan. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Kirkon viestintäohjelma vuoteen 2020.)

Työntekijän tulisi osallistua verkkoyhteisöjen luomiseen ja toimintaan sekä olla utelias ja kokeilunhaluinen. Uusien välineiden opettelu ja käyttö kuuluu hyvään viestintään. Kirkon tulee mahdollistaa sosiaalisen median käyttöön tarkoitetut välineet, työaika ja koulutus. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Kirkon viestintäohjelma vuoteen 2020.)

Seurakuntalaisten kohtaaminen, arkisesti tai auttaen on tärkeä osa seurakunnan työtä - myös verkossa. Sosiaalinen media tarjoaa uuden mahdollisuuden tavoittaa seurakuntalaisia ja erilaisia ihmisryhmiä. Verkossa on mahdollisuus tiedottamisen lisäksi kohdata, käydä sielunhoidollisia keskusteluja, väitellä ja

jutella, tarjota apua yksinäisyyteen ja jakaa iloa sekä kokemuksia. (Kirkkohallitus. Sakasti. Viestintä. Sosiaalinen media.)

Viestintäohjelman linjaukset ovat selkeät ja tavoitteelliset, mutta ne eivät toteudu arjessa niin hyvin kuin ohjelma antaa ymmärtää. Ohjelma ei ole kauhean kattava tai yksityiskohtainen, eikä kohderyhmiä ole tarkennettu ollenkaan. Se, mikä toimii aikuisille viestinnässä, ei välttämättä toimi nuorille ollenkaan. Lisäksi viestintäohjelma jättää auki ideoinnin siitä, mitä ja miten erilaista verkkoviestintää voi tehdä.

5 VERKOSSA TYÖSKENTELYÄ OHJAAVA LAINSÄÄDÄNTÖ

Verkossa ja sosiaalisessa mediassa työskennellessä tietyt lait ja asetukset koskevat niin työntekijää kuin asiakasta, tässä tapauksessa nuorta. Nämä lait on tarkoitettu suojelemaan ihmisiä myös verkkoympäristöissä. Uusi tietosuojasetus, josta kerromme lisää seuraavassa luvussa, on vielä monelle tuntematon, joten sen käsitteleminen on oppaan kannalta tarpeellista.

5.1 Tietosuojasetuksen merkitys nuorisotyössä

Tietosuojasetus ei vaikuta tällä hetkellä sosiaalisessa mediassa tehtävään nuorisotyöhön, mutta on hyvä pitää yksityisyydestä huolta ja muistaa tietosuojasetuksen pykälät ja pohtia, voivatko ne jossain vaiheessa vaikuttaa sosiaalisessa mediassa työskentelyyn.

EU:n uusi yleinen tietosuojasetus astui voimaan 25.5.2018. Asetuksessa määritellään kansalaisen oikeudet henkilötietoja käsiteltäessä. Pääosin asetus määrittelee, mitä oikeuksia yksityisellä henkilöllä on, kun kyseessä ovat hänen omat henkilötietonsa. (Tietosuojavaltuutetun toimisto. Ajankohtaista. Artikkel.)

Tietosuojasetus (A 680/2016), määrittelee, että henkilötietoja saa kerätä vain tiettyä, nimenomaista tai laillista tarkoitusta varten. Kyseisiä henkilötietoja ei saa jälkeenpäin käsitellä, ellei kyseessä ole arkistointi, tilastollinen, tieteellinen tai tutkimustarkoituksellinen syy. Syyn täytyy liittyä olennaisesti alkuperäiseen tarkoitukseen. Henkilötietojen tulee olla asianmukaisia, olennaisia ja rajoitettuja siihen nähden, mihin tarkoitukseen niitä käytetään sekä ne täytyy pitää ajan tasalla eli tarvittaessa tai pyydettyäessä korjata henkilötietojen virheellinen tai vanhentunut sisältö. (A 680/2016.)

Kun tietoja käsiteltäessä pyydetään suostumus, henkilötietojen rekisterinpitäjän täytyy pystyä todistamaan tarvittaessa, että henkilötietojen luovuttaja on antanut suostumuksensa tietojen käsittelyyn. Henkilötietojen luovuttajalla on milloin

tahansa oikeus peruuttaa suostumuksensa. (A 680/2016.) Tietoyhteiskunnan palveluiden tarjoaminen lapselle tuo henkilötietojen suostumukseen uuden näkökulman. Jos lapsi on alle 16-vuotias, tietojen käsittely on laillista vain jos lapsen huoltaja on antanut siihen suostumuksen. (A 680/2016.)

Sellaisten henkilötietojen käsittely, joista ilmenee henkilön etninen tausta, poliittinen mielipide, uskonnollinen tai filosofinen tausta, ammattiliiton jäsenyys ja geneettisten tai biometristen tietojen, seksuaalikäyttäytymisen tai -suuntautumisen sekä terveystietojen käsittely on kielletty (A 680/2016).

Henkilötietojen luovuttajalla on tietosuojasetuksen mukaan oikeus päästä omiin tietoihinsa, tehdä valitus valvontaviranomaiselle, oikeus tietojen oikaisemiseen tai poistamiseen, tietojen käsittelyn rajoittamiseen, oikeus siirtää tiedot järjestelmästä toiseen, oikeus vastustaa tietojen käsittelyä ja oikeus tietää, mikäli hänen henkilötietojaan on oikaistu, poistettu tai luovutettu (A 680/2016).

Henkilötietorekisterin pitäjällä on velvollisuus pitää tarvittava tekniikka ja henkilökunta ajan tasalla, jotta asetusta noudatetaan sekä tarvittaessa päivittää tai kouluttaa asetuksen noudattamisen edellytykseksi. Rekisterinpitäjällä on velvollisuus kerätä vain tarvittavaa tietoa tarkoitukseen nähden sekä suojata nämä tiedot. Rekisteriä saavat käsitellä vain ne henkilöt, jotka toteuttavat tarpeelliset suojatoimet, jotta kyseenomaisen asetuksen vaatimukset täyttyvät. (A 680/2016.)

Sosiaalisessa mediassa työskentelyyn tietosuojasetus ei varsinaisesti vaikuta, sillä asetus on tarkoitettu enemmänkin rekisterien pitäjille ja sovellusorganisaation sekä käyttäjän välille tarkoitettuun yksityisyyteen ja tiedonantoon. Toistaiseksi sosiaalisessa mediassa käydystä kanssakäymisestä ei tarvitse pitää rekisteriä.

5.2 Sosiaalisessa mediassa vaikuttavat lait

EU:n tietosuoja-asetuksen lisäksi muut lait ja asetukset ohjaavat toimintaa sosiaalisessa mediassa. Keskeisimmät oikeudelliset kysymykset sosiaalisessa mediassa koskevat yksityisyyttä, viestintää, sananvapautta ja tekijänoikeutta (Pesonen 2013, 69). Henkilötietosuoja on muuttunut EU:n tietosuoja-asetuksen myötä, joten keskitymme tässä luvussa enemmän viestinnän, sananvapauden ja tekijänoikeuden käsittelyyn.

Sosiaalisessa mediassa voi kohdata kohdeviestintää tai joukkoviestintää, joka yleensä on muodostunut käyttäjien välille. Suomessa yksilöiden välinen kohdeviestintä on luottamuksellista. Perustuslaissa on turvattu yksityiselämänsuoja ja määritetty oikeus luottamukselliseen viestintään, eli kukaan muu kuin viestin lähettäjä tai vastaanottaja ei saa tutkia tai puuttua viestin sisältöön tai puuttua viestin perille menemiseen. Kukaan muu kuin edellä mainitut osapuolet eivät saa käsitellä, tallentaa tai luovuttaa viestiä ulkopuolisille tahoille. (Pesonen 2013, 99.) Luottamuksellisuus koskee viestintää, jossa vastaanottajana on maksimissaan kaksi käyttäjää. Useamman vastaanottajan viestintä eli joukkoviestintä on julkista viestintää. (Pesonen 2013, 103.)

Sähköistä viestintää säätelee henkilötietolaki (L 523/1999), laki sähköisen viestinnän palveluista (L 917/2014) ja työsuhteessa ollessa työelämän tietosuojalaki (L 759/2004). (Pesonen 2013, 100.) Edellä mainittujen lisäksi viestintää koskee EU:n yleinen tietosuoja-asetus, joka tukee henkilötietolakia, sillä se lisää henkilön oikeuksia omista henkilötiedoistaan (Opitietosuoja.fi. Oppiminen. Tapahtumia ja koulutuksia. Vuosittaiset tapahtumat).

Jos viesti päätyy väärälle vastaanottajalle, hän on vaitiolovelvollinen viestin sisällöstä, eikä saa ilmaista tai käyttää hyväksi viestin sisältöä ilman viestin oikeiden osapuolten suostumusta. Vaitiolovelvollisuus koskee myös henkilöä, joka on saanut tietää viestin sisällöstä esimerkiksi ollessaan palvelussuhteessa tai toiminut vastaanottajan puolesta. Vain osapuolten suostumus tai lain määräys voi poistaa vaitiolovelvollisuuden. (Pesonen 2013, 102–103.)

Tekijänoikeus suojaa luotua sisältöä sosiaalisessa mediassa. Tekijänoikeuslain mukaan se, joka on luonut kirjallisen tai taiteellisen teoksen, omistaa siihen tekijänoikeudet. Tekijällä on silloin teokseensa oikeus taloudellisesti, eli hän saa päättää sen julkaisemisesta, valmistamisesta, teosten määrästä ja saatavuudesta. Taloudellisen oikeuden lisäksi tekijällä on moraalinen oikeus, joka tarkoittaa nimioikeutta ja respektioikeutta. Nimioikeus tarkoittaa, että lain mukaan teoksessa veloitetaan ilmoittamaan tekijän nimi. Respektioikeus tarkoittaa, että teosta tai tekijää täytyy kunnioittaa käytettäessä teosta. Teosta ei saa muuttaa tavalla, joka loukkaisi tekijän kirjallista tai taiteellista arvoa tai teoksen omalaatuisuutta. (Pesonen 2013, 129–130.)

5.3 Työntekijän lojaliteettivelvollisuus

Työntekijällä on velvollisuus olla lojaali työnantajaansa kohtaan myös verkossa toimiessa. Kun toimii julkisesti verkossa, edustaa myös työnantajaansa. Työntekijän näkökulmasta asia on tärkeä. Työpaikan ilmapiirin ongelmia tai työsuhteisiin liittyviä ongelmia ei tule jakaa julkisesti verkossa tai jakaa niitä asiakkaille.

Lojaliteettivelvollisuus tarkoittaa sitä, että työntekijän täytyy toimia työnantajan tavoitteiden ja etujen mukaisesti. Velvollisuus koskee työntekijää myös vapaaajalla. (Rönkkönen 2012, 26.) Lojaliteettivelvollisuuden nojalla työntekijä ei saa vahingoittaa työnantajansa asemaa millään tavalla. Esimerkiksi julkinen arvostelu on työnantajaa vahingoittavaa toimintaa. Työntekijällä on oikeus kritisoida työnantajaa ilman pelkoa tulemisesta irtisanotuksi. Julkinen kritiikki on työnantajaa vahingoittavaa toimintaa. Työntekijällä on oikeus saada varoitus ennen irtisanomista, jotta hänellä on mahdollisuus korjata omaa toimintaansa. (Rönkkönen 2012, 26.) Lojaliteettivelvollisuus ei estä julkista kritiikkiä, mikäli työntekijä ei ole onnistunut eri keinoin korjaamaan epäkohtia (Pesonen 2012, 182).

Työntekijällä on oikeus yksityishenkilönä tai alan asiantuntijana esittää mielipiteitä ja puuttua ammattialansa keskusteluun. Mielipiteet tulee esittää

neutraalisti niin, että lausunnossa ei edusteta työnantajaa tai se ei edusta viranomaistyönantajan linjauksia. (Pesonen 2012, 182.)

Viestinnässä työntekijällä on samat velvollisuudet työpaikkaansa kohtaan kuin muuallakin elämässä. Työpaikan luottamuksellisia tietoja ei saa kertoa sosiaalisessa mediassa. Vapaa-ajan ja työpaikan viestintä eivät oikeuksien osalta ole samanlaisia, mutta työsuhteen velvoitteet vaikuttavat siihen, mitä kaikkea voi työntekijänä julkaista omissa yksityisissä profiileissa. (Pesonen 2012, 182.)

6 SOMEOPPAAN LAATIMISEN VAIHEET

Aloitimme opinnäytetyön prosessin työelämän yhteistyötahon kanssa 3.1.2018, jolloin sovimme yhteistyöstä Kannelmäen seurakunnan kanssa. Kävimme läpi Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön tiimin toiveita siitä, miten sosiaalisen median käyttöä voitaisiin kehittää. Havainnointi työtä varten tapahtui kevään ja syksyn 2018 aikana.

Aluksi opinnäytetyön ideana oli tehdä sosiaalisen median strategia tai toimintasuunnitelma. Tämä kuitenkin olisi vaatinut paljon enemmän syventymistä ja sen olisi pitänyt olla koko työyhteisöä koskeva prosessi, joten työn määrä ja laajuus ei kohdannut aikataulun kanssa, jonka olimme suunnitelleet. Lisäksi toimintasuunnitelmasta tai strategiasta olisi voinut tulla liian dogmaattinen, mikä voisi vaikuttaa työntekijöiden haluun kehittää sosiaalisen median työtä arjessaan. Päätös oppaasta rakentui edellä mainittujen pohdintojen ympärille, sillä opas on tarpeeksi kevyt, mutta kuitenkin tiedollisesti kattava siihen, että työtä on mahdollisuus kehittää eteenpäin aiheuttamatta sen enempää paineita työntekijöille.

Lähdimme suunnittelemaan opasta Kannelmäen seurakunnan nuorisotyölle sopivaksi ja rakensimme oppaan työntekijöiden sekä nuorten toiveiden pohjalta. Opas rakentui syksyllä 2018 ja itse opinnäytetyö on julkaistu tammikuussa 2019.

6.1 Menetelmien hyödyntäminen lähtötilanteen kartoituksessa

Käytimme someoppaan pohjustamiseen menetelmänä havainnointia ja haastattelua. Havainnoimme työntekijöiden sosiaalisen median ja haastattelimme työntekijöitä Kannelmäen seurakunnan sosiaalisen median tilien tilanteesta. Kannelmäessä, kuten monessa muussakin seurakunnassa, nuorisotyönohjaajilla on keskenään erilaiset lähtökohdat sosiaalisessa mediassa työskentelyyn. Havainnoinnin ja haastatteluiden avulla pystyimme kartoittamaan työntekijöiden lähtökohdat opasta varten. Työntekijöillä oli erilaisia kokemuksia

sosiaalisen median käytöstä: jotkut käyttivät sitä jatkuvasti ja jotkut eivät käyttäneet muuten kuin tarvittaessa. Oli tärkeää kartoittaa lähtökohdat siitä, miltä sosiaalisessa mediassa työskentely työntekijästä tuntui ja mitä hän jo osasi tai tiesi sosiaalisen median käytöstä (Liite 1).

Nuorten on tärkeä saada olla osallisena asioissa, jotka koskevat heitä. Jotta sosiaalinen media vastaisi heidän tarpeitaan ja olisi nuorten näköinen, myös heidän näkemyksensä ja näkökulmansa tulee saada esille. Toteutimme palautekyselyn isoskoulutuksen yhteydessä, jotta saatiin myös niiden nuorten äänet kuuluviin, jotka eivät käyneet säännöllisesti nuorten illoissa (Liite 2). Kyselyssä nuoret saivat anonymisti kertoa omia näkemyksiään ja toiveita Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön sosiaalisessa mediassa tehtävästä nuorisotyöstä.

Ennen kuin lähdimme rakentamaan opasta, mietimme erilaisia tekijöitä, jotka olivat tärkeitä oppaan lopputuloksen kannalta. Ensimmäinen tekijä oli sosiaalisen median strateginen ja tavoitteellinen käyttö sekä sen vaikutukset työntekoon. Tavoitteena oli, että opas ei aiheuta työntekijöille turhaa stressiä, vaan sen oli tarkoitus kannustaa kehittämään jo hyvällä pohjalla olevaa työtä ja tuomaan tasa-arvoa työntekijöiden välille jakamalla työtä tasaisesti jokaiselle. Toinen tärkeä tekijä oli nuorten osallistaminen. Otimme tavoitteeksi, että nuorisotyötä kehittäessä otettaisiin huomioon nuorten mielipiteet ja toiveet, sillä kuka olisi parempi kertomaan mitä haluaa nuoriin kohdistuvalta työltä kuin nuoret itse. Ilman heidän mielipiteitään ja näkemystään työ ei olisi kehittynyt siihen suuntaan, mihin he haluaisivat.

Lisäksi oppaan kannalta mietimme, miten saamme koostettua tuotoksen, joka enemmänkin kannustaisi tekemään itsensä näköistä työtä sosiaalisessa mediassa kuin käskisi tekemään tietyllä tavalla. Sosiaalisessa mediassa on mahdollisuus räätälöidä omia julkaisuja oman näköiseksi, joten työssä on varaa kokeilla, mikä olisi oma tapa tehdä töitä. Oppaasta haluttiin tehdä siitä informatiivinen ja kannustava, jotta se auttaisi kehittämään omaa työskentelyä.

6.2 Menetelmätyöskentelyn tulokset työntekijöiden näkökulmasta

Toteutimme työntekijöille kyselyn sosiaalisen median käytöstä sähköpostin välityksellä (Liite 1). Kyselyssä selvitettiin työntekijöiden sosiaaliseen mediaan liittyviä toiveita ja haasteita. Selvitimme käytössä olevat sosiaalisen median kanavat ja ne, jotka halutaan ottaa käyttöön. Kysymykset olivat yksinkertaisia, avoimia kysymyksiä. Kysyimme nuorisotyön tiimin työntekijöiltä myös kysymyksiä heidän tämänhetkisestä suhteestaan sosiaaliseen mediaan ja valmiuksistaan siellä.

Haasteeksi työntekijät mainitsivat muun muassa jatkuvan paineen tavoitettavuudesta. Työntekijät ovat kokeneet kulttuurimuutoksen siinä, että sosiaalisen median myötä pitäisi olla aina tavoitettavissa. Nuoret saattavat laittaa viestiä muun muassa koulupäivän aikana tai yöllä. Samoin vanhemmat saattavat ottaa yhteyttä iltaisin tai viikonloppuisin, eivätkä kaikki aina ymmärrä, että työntekijä ei välttämättä vastaa heti. Tämä on luonut työntekijöihin painetta olla aina tavoitettavissa. Toinen haaste työntekijöiden mielestä on organisaation edustaminen sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median tilit ovat henkilökohtaisia, kun taas organisaation tiliä päivittää useampi ihminen. Näin ollen haaste edustaa seurakuntaa tai kirkkoa kasvaa, koska päivitysten täytyisi olla helposti lähestyttäviä ja samaistuvia.

Kuvausluvut ja ikäraajat tuovat oman haasteensa nuorten kanssa toimiessa. Alaikäisten kanssa pitää aina kysyä vanhemmilta lupa. Nuorisotyön tapahtumissa kuitenkin kaikki tapahtuu aina ihmisten kanssa, joten lupien kysyminen toisi lisätyötä, mikäli nuoria otetaan kuviin mukaan. Ikärajojen kanssa pitää pohtia, voiko sovelluksessa kommunikoida nuorten kanssa, jotka eivät ole vielä täyttäneet kyseisen sovelluksen ikärajaa. Lisäksi asiakasrekisteiden rakentaminen nykyisen tietosuojasetuksen mukaisesti esimerkiksi WhatsAppin ryhmistä on vielä työn alla. Seurakunta ei ole vielä siitä päättänyt linjaustaan.

Työntekijät toivoivat sosiaalisesta mediasta nuorille helppoa väylää ottaa yhteyttä ja nähdä, mitä nuorten toiminnassa tapahtuu ja missä. Lisäksi osa työntekijöistä

toivoi, että sosiaalisessa mediassa työskentely olisi luontainen jatke kasvokkain tapahtuvalle työskentelylle.

Kaikki työntekijät olivat sitä mieltä, että he eivät ole kyselleet tarpeeksi nuorilta, mitä sisältöä sosiaaliseen mediaan tuotettaisiin. Keskustelua on käyty jonkin verran, mutta suoraa palautetta ei ole pyydetty. Työntekijät kertoivat, että nuoret harvemmin sanovat mitään konkreettisia kehittämisajatuksia tai vinkkejä, miten sosiaalisessa mediassa tulisi työskennellä, joten valmiit vastausvaihtoehdot voisivat tuottaa enemmän tulosta.

Työntekijöistä kukaan ei ollut osallistunut kirkon sosiaalisen median koulutuksiin, vaan olivat mieluummin oppineet sosiaalisen median käyttöä nuorilta. Työntekijät mainitsivat, että kirkon tarjoamat koulutukset oli suunnattu usein aloittelijoille tai eivät olleet tarpeeksi kattavia. Jokainen työntekijä mainitsi, että olisi kiinnostunut opettelemaan uusien sosiaalisen median alustojen käyttöä, mikäli se on nuorisotyölle hyvä ja hyödyllinen kanava.

Kokonaisuudessaan työntekijät olivat avoimia oppimaan ja kehittymään sekä kiinnostuneita siitä, miten sosiaalista mediaa voi hyödyntää. Kaikki olivat sitä mieltä, että sosiaalinen media on tärkeä osa nuorisotyötä ja se pitäisi vain ottaa paremmin haltuun, jotta siitä saadaan täysi potentiaali irti. Vastauksissa oli myös uuden alustan käyttöönottamisen kannalta tärkeää kriittistä ajattelua työn rajaamisesta.

6.3 Menetelmätyöskentelyn tulokset nuorten näkökulmasta

Toteutimme Kannelmäen seurakunnan viikoittaisen isoskoulutuksen yhteydessä Google Forms –kyselyn nuorille (liite 2). Isoskoulutuksessa oli mukana niin viime kesän rippikoululaisia kuin myös jo aiemmin isosena olleita nuoria. Valitsimme kyselyn toteuttamisajankohdaksi isoskoulutuksen siitä syystä, että isoskoulutuksessa on mukana myös sellaisia nuoria, jotka eivät välttämättä käy nuorten illoissa. Lisäksi totesimme, että nuorten iltojen osallistujamäärät ovat olleet melko pieniä syksyn aikana, emmekä olisi välttämättä saaneet sieltä

tarpeeksi kattavaa otantaa. Saimme vastauksia 39 kappaletta, eli kaikki sillä kerralla isokoulutuksessa olleet nuoret vastasivat kyselyyn. 62 prosenttia vastanneista oli 14–15-vuotiaita, ja 38 prosenttia vastanneista 16–17-vuotiaita.

Kyselyn sai auki helposti lukemalla esillä olevan QR-koodin Snapchatin kameralla tai erillisellä lukijalla, ja kantsunurkka.fi -nettisivuille laitettiin myös linkki kyselyyn. Kysely suunniteltiin yhdessä työntekijöiden kanssa. Se toteutettiin pääasiassa monivalintakyselynä, jossa oli muutama avoin kysymys. Monivalintakysymyksiin sai lisätä myös oman vastausvaihtoehdon, jos piti sitä tarpeellisenä. Sosiaaliseen mediaan ja sen käyttöön liittyvien kysymysten lisäksi kysyimme vastaajan ikää sekä sitä, kuinka usein hän käy nuorten illoissa. Käytimme kyselyssä Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön sosiaalisesta mediasta nimeä Kantsunurkka, sillä se on käytössä jo Instagramissa ja internetsivuna. Käytämme samaa nimitystä tässä vastausten analyysissä.

Taustakysymyksenä kysyimme nuorilta, mitä sosiaalisen median palveluita he itse käyttävät. 97,4 prosenttia vastanneista kertoi käyttävänsä Snapchatia, 94,9 prosenttia WhatsAppia, 89,7 prosenttia Instagramia ja 79,5 prosenttia YouTubea. Facebookin käyttäjiä oli huomattavasti vähemmän eli 43,6 prosenttia vastanneista. Vastanneista 20,5 prosenttia kertoi käyttävänsä Twitteriä. Lisäksi kaksi vastanneista kertoi käyttävänsä sosiaalista verkkosivustoa Redditiä.

Eniten kannatusta sosiaalisen median kanavista saivat Instagram (90 %) sekä Snapchat (72 %). Vastanneista 41 prosenttia kannattivat myös WhatsAppin käyttöä. YouTube sai kannatusta 25,6 prosenttia, Facebook 23,1 prosenttia sekä Twitter 7,7 prosenttia. Lisäksi yksi vastanneista ehdotti mm. lyhyiden musiikkivideoiden tekemiseen tarkoitettua TikTok-sovellusta.

Kysyimme, millaista sisältöä nuoret toivoisivat näkevänsä Kantsunurkan kanavilla. Vastanneista 92 prosenttia toivoi näkevänsä kuvia. Instagramin Stories –päivityksiä toivoi 67 prosenttia nuorista. Myös tiedottamista toivoi 67 prosenttia nuorista. Videot saivat kannatusta 64 prosenttia. Nuorista 44 prosenttia toivoi sosiaalisen median kanaville enemmän arkisia päivityksiä työntekijöiltä.

Mainoksia Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön sosiaalisessa mediassa halusi nähdä vain 10 prosenttia vastanneista.

Kannelmäen seurakunnan nuorisotyöhön on perustettu nuorten parlamentti, jonka jäsenille on vastikään annettu oikeus päivittää Kantsunurkan Instagram-tiliä tietyin rajaehdoin. Kysyimme nuorilta, haluaisivatko he itse päivittää Kantsunurkan sosiaalista mediaa. Vastanneista 46 prosenttia vastasi ei ja 15 prosenttia vastasi kyllä. Loput vastanneista vastasivat ”ehkä”.

Kantsunurkan sosiaalisen median päivitykset olivat ns. kasvottomia päivityksiä. Tämä tarkoittaa sitä, ettei esimerkiksi työntekijät näy kovinkaan monissa päivityksissä. Kysyimme nuorilta, toivoisivatko he henkilökohtaisia päivityksiä työntekijöiltä. Vastaukset jakautuivat melko tasan, sillä 49 prosenttia vastasi ei, 46 prosenttia vastasi kyllä. Kaksi vastanneista olivat vastanneet ”se olis kiva” ja ”meh”.

Kysyimme nuorilta erikseen Snapchatista. Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön tiimiläisillä on muutamilla työtä varten tehty Snapchat-tili, mutta he eivät käytä tilejä aktiivisesti. Vastanneista 77 prosenttia haluaisi Kantsunurkalle oman Snapchat-tilin. Vastanneista 15 prosenttia vastasi ei. Kolme muuta vastausta olivat ”ehkä”, ”meh” sekä ”ehkä, ei oikeastaan väliä”.

Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön tiimiltä tuli toive kysyä, miltä nuorista tuntuu, jos tai kun joku työntekijöistä tai Kantsunurkan somekanavista alkaa seurata heitä sosiaalisessa mediassa. Vastausvaihtoehtojen jakauma oli seuraavanlainen:

Ei haittaa, mutta en kaipaa aktiivisuutta seuraamiseen (66,7 %)

Ei haittaa, kaipaan aktiivisuutta (12,8 %)

Haittaa, en halua työntekijöiden seuraavan minua (17,9 %)

Haittaa, mutta minua ei haittaa, jos työntekijä alkaa seuraamaan (2,6 %)

Kysyimme nuorilta, seuraavatko he jonkun nuorisotyön tiimin työntekijää henkilökohtaista tiliä sosiaalisessa mediassa. Työntekijät halusivat tietää, onko nuorilla joku perusteltu syy tai miksi heitä kiinnostaa työntekijän henkilökohtainen

elämä. Kysymys oli avoin ja siihen sai vastata omin sanoin. Nuorista suurin osa vastasi, ettei seuraa lainkaan, neljä vastasi seuraavansa, koska työntekijä oli alkanut seurata ensin ja toiset neljä vastasi, ettei seuraa koska ei halua tai ei koe tarvetta. Yksi vastasi kyllä, koska haluaa nähdä, millaisia kuvia tilillä on.

Kartoitimme myös nuorten ajatuksia siitä, missä sosiaalisen median sovelluksissa nuoret toivoisivat työntekijöiden olevan ja missä ei. Myös tämä kysymys oli avoin, ja siihen sai vastata omin sanoin. Viisitoista vastasi, että ei ole väliä tai ei tiedä, kaksi sanoi, ettei ole mitään alustaa, missä toivoisi työntekijöiden olevan ja yksi toivoi, että Facebookia ei käytettäisi. Kolme toivoi työntekijöiden olevan Snapchatissa, kun taas yksi toivoi, että työntekijät eivät käyttäisi em. sovellusta. Kolme toivoi myös Instagramia ja yksi toivoi, että Snapchatin ja Instagramin lisäksi käytettäisiin YouTubea. Yksi toivoi, että työntekijät käyttäisivät mahdollisimman laajasti eri alustoja, jolloin tiedottaminen toimisi mahdollisimman hyvin.

Henkilökohtaiset yhteydenotot koettiin helpoimmaksi WhatsAppin välityksellä (79 %). Tekstiviestiä halusi käyttää 17 prosenttia vastanneista. Yksi vastasi, että ”kasvotusten on helppo kertoa huolet tmv (=tai muuta vastaavaa).” Vastausvaihtoehto ”puhelu” ei saanut kannatusta.

Lopuksi kysyimme, kuinka usein vastaaja käy nuorten illoissa. 51 prosenttia vastanneista kertoi käyvänsä satunnaisesti. 41 prosenttia kertoi käyvänsä nuorten illoissa viikoittain. 5 prosenttia kertoi käyvänsä kuukausittain ja 2 prosenttia 2-3 kuukauden välein.

6.4 Sosiaalisen median oppaan toteuttaminen

Sosiaalisen median opasta rakentaessamme käytimme materiaalina omaa kokemusta ja tietoa, työntekijöiden ja nuorten mielipiteitä sekä sosiaalisen median erinäisiä alustoja sekä niiden sisältöjä. Näin saatiin mahdollisimman laaja, monialainen ja selkeä kokonaisuus sosiaalisen median työn kehittämistä varten. Oppaan tavoitteena oli olla informatiivisen lisäksi havainnollistava,

kannustava ja puhekielinen, jotta sitä olisi miellyttävä lukea ja se innostaisi kehittämään omaa työskentelyä. Opas toteutettiin siten, että käytettiin rennompaa kirjoitustyyliä ja lisättiin kuvia, jotka auttavat lukijaa ymmärtämään lukemaansa tekstiä. Emme kirjoittaneet yksityisyydestä oppaaseen kovinkaan laajasti, sillä se ei kuulunut Kannelmäen nuorisotyön tiimin sisältötoiveisiin. Oppaan nimeksi tuli *“Duunari somettaa – someopas”*, sillä Kannelmäen seurakunnan työntekijät kutsuivat itseään leikillisesti “duunareiksi”.

Nuoret toivoivat enemmän aktiivisuutta Instagramissa ja Snapchatissa, joten näitä sovelluksia käsiteltiin oppaassa omina lukuina. Kappaleisiin sisällytettiin yksinkertaiset ohjeet, joilla pääsee sovellusten kanssa alkuun ja joita voitaisiin hyödyntää myös muilla työaloilla. Lisäksi kirjasimme, miten sovellusta voi työpaikalla hyödyntää. Teimme oppaaseen myös ehdotuksia erilaisista toimintatavoista, joita voi hyödyntää sosiaalisessa mediassa työpaikalla. Näiden ehdotusten pohjalta työntekijä voi lähteä suunnittelemaan omia toimintaperiaatteitaan, joilla sosiaalista mediaa työstetään.

Työntekijöiden toiveesta oppaasta tuli sähköinen versio, joka on muokattavissa myöhemmin. Opas toteutettiin Microsoft Word -tiedostona, sillä se on tuttu alusta työntekijöille, ja formaatin tiedosto oli helppo jakaa yhteiselle verkkoasemalle. Word-tiedosto oli myös helppoa muokata visuaalisesti miellyttäväksi. Sosiaalinen media muuttuu koko ajan ja vanhat alustat väistyvät uusien tieltä. Tämä tarkoittaa sitä, että oppaan sisältö tulee vanhenemaan hyvinkin nopeasti. Työntekijät itse sitoutuivat päivittämään opasta jatkossa muita työntekijöitä varten, esimerkiksi uusien alustojen osalta.

Työelämän yhteistyökumppanilta saamamme palaute oli suurimmalta osin positiivista. Opas herätti kysymyksiä, joita työntekijöiden täytyy käsitellä työyhteisössä. Saimme hyvää palautetta oppaan selkeydestä ja siitä, että se on helppoa luettavaa myös sellaiselle, jolle sosiaalinen media on vieras asia.

Saimme palautetta siitä, että nuorten toiveet eivät oppaassa näy selkeästi. Emme halunneet korostaa liikaa sitä, että tietty olisi nuorten toive, sillä nuoret ja nuorten

toiveet vaihtuvat. Kyselyn perusteella selvitettyt nuorten toiveet olivat pohjana sille, mitä oppaaseen sisällytettiin.

Opasta ei varsinaisesti päästy testaamaan aikatauluun kohdistuvista syistä, mutta saamamme palautteen perusteella se on työntekijöiden tarkoitukseen sopiva ja he ovat siihen tyytyväisiä.

7 POHDINTA

Sosiaalisen median merkitys nuorisotyössä on tärkeä, koska nuoret viettävät aikaa sosiaalisessa mediassa. Kuten opinnäytetyössä on mainittu eri lähteissä, turvallisen aikuisen on oltava siellä, missä nuoretkin ovat. Nuorisotyö on kasvatustyötä ja sitä tehdään nuorten turvallisen kasvun edistämiseksi. Turvallisia aikuisia tarvitaan niin kasvokkaiseen työhön kuin verkossa tehtävään työhön.

Kannelmäen seurakunnassa työntekijät olivat avoimia omaksumaan ja oppimaan sosiaalisessa mediassa tehtävää työtä, mutta kaikissa seurakunnissa niin ei ole. Kirkon alan työntekijöiden tulisi enemmän ja rohkeammin tutustua sosiaalisen median mahdollisuuksiin. Usein työntekijöillä on negatiivinen asenne sosiaalista mediaa kohtaan tai sitä pidetään työmäärää lisäävänä taakkana. Sosiaalinen media ilmiönä on kuitenkin juurtunut hyvin vahvasti kulttuuriin, joten se kannattaa ottaa vastaan enemmän mahdollisuutena kuin uhkana. Verkossa tehtävä työ on alue, jossa on mahdollista kokeilla lähes mitä vaan.

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon some-tiimi mainitsee Sakasti-sivuilla Facebookin ja blogin. Vaikka edellä mainitut ovatkin sosiaalisen median eri muotoja, herää silti kysymys, onko kirkko perillä sosiaalisen median työn tärkeydestä ja kentän laajuudesta. Työntekijöille annetut sosiaalisen median työn vinkit koskevat lähinnä Facebookia, joka nykypäivänä alkaa olla vanhentunut alusta eikä esimerkiksi nuorisotyön kannalta tärkein sosiaalisen median alusta.

7.1 Pohdintaa opinnäytetyön prosessista

Prosessin alkaessa Kannelmäen seurakunnan kanssa noin vuosi sitten olimme molemmat innoissamme ajankohtaisesta ja tärkeästä aiheesta. Työn alkuidea oli sosiaalisen median strategia tai toimintasuunnitelma, joka olisi tullut koko seurakunnalle käyttöön. Päätös sisällön rajaamisesta oli hyvä, sillä koko toimintasuunnitelma olisi työnä ollut liian laaja ja se olisi vaatinut viestinnän

ammattitaitoa. *Duunari somettaa – someopas* muodostui näiden rajausten summana ja mahdollisti meille sen, että produktiosta tulisi enemmän kannustava ja suuntaa antava kokonaisuus esimerkkeineen.

Opinnäytetyö edistyi hyvällä tahdilla. Saimme suunnitelmaan kehittämissuhteita. Kehittäminen hidastui kesän ajaksi töiden ja aikataulullisten haasteiden vuoksi. Syksyllä 2018 suunnitelma vietiin uudelleen arvioitavaksi sekä käsikirjoituksen kokoaminen alkoi.

Aihepiiriä käsittelevän kirjallisen materiaalin käsitteleminen oli aikaa vievä prosessi, sillä kattava lähteistys varmistaa opinnäytetyön luotettavuuden ja perustelee sekä pohjustaa aiheen. Käytimme useita eri lähteitä, jotka perustelevat sosiaalisen median hyödyn ja tarpeen nuorisotyössä sekä osaksi tarkastelevat sosiaalista mediaa kriittisestä näkökulmasta, esimerkiksi sen tuomista riskitekijöistä. Teoriaosuuden valmistuttua toteutimme kyselyiden avulla pohjaa sosiaalisen median oppaalle. Nuorisotyön tiimin työntekijät vastasivat heille suunnattuun kyselyyn. Nuorille suunnattu palautekysely Kannelmäen seurakunnan nuorisotyön sosiaalisesta mediasta oli anonyymi, jolloin nuori voi vastata siihen rehellisesti omalla suostumuksellaan.

Oli tärkeää, ettei kenenkään kyselyihin vastanneen henkilöllisyydellä ollut merkitystä vastausten luotettavuuteen tai siihen, miten vastauksia hyödynnettiin. Työntekijöiden vastauksista poistettiin henkilöllisyys ennen analyysia, ja nuorten kysely toteutui täysin anonyymisti.

Teimme tietoisia valintoja sisällön rakentamisesta someoppaaseen. Yksi niistä oli visuaalisuus, joka opasta tehdessä oli tärkeä huomioida. Siisti ja selkeä kokonaisuus miellyttää lukijaa ja innostaa lukemaan. Opas on kannustava ja puhekielinen kokonaisuus, joka sisältää paljon käytännön esimerkkejä ja kuvia. Kieliasun on tarkoitus innostaa työntekijää lukemaan someopasta ja pohtimaan sen sisältöä. Näin sisältö ei tunnu liian raskaalta tai vaikeaselkoiselta työntekijälle. Kuvat auttavat työntekijää ymmärtämään lukemaansa tekstiä.

Työssäjaksaminen oli yksi tärkeä näkökulma. Emme halunneet lisätä työntekijöiden työtaakkaa, vaan kehittää jo olemassa olevaa työtä niin, että siitä tulisi osa työarjen rutiinia. Työntekijöiden hyvinvointi oli meille tärkeä näkökulma. Sovellukset, joita käsitellään tarkemmin oppaassa, valikoituivat nimenomaan kohderyhmän ja tarpeen mukaisesti. Käsitellyt sovellukset olivat Snapchat, Instagram ja Youtube. Perustoimintojen esittelyn lisäksi annoimme esimerkkejä, mihin kaikkeen sovelluksia voi hyödyntää. Oppaassa heräteltiin ajattelemaan strategista työskentelyä ja pitkäaikaista tavoitteellisuutta sometyöskentelyssä. Usein sosiaalinen media on hetkessä elämistä ja niiden hetkien jakamista, jolloin strategisuus saattaa unohtua. Yksityisyyteen liittyviä asioita oppaassa ei käsitelty, sillä se ei ollut työntekijöiden mielestä olennaista. Työntekijät tietävät, että yksityisyyteen liittyvät työskentelyperiaatteet koskevat niin kasvokkain tehtävää työtä kuin verkossa tapahtuvaa työtä.

Someopas vastaa sitä, mitä tavoittelimme ja on visuaalisesti miellyttävä. Oppaasta tuli informatiivinen ja kattava. Tavoite oppaan kannustavasta otteesta onnistui hyvin sekä omasta että työelämänyhteiskumppanin mielestä. Someoppaassa on paljon mahdollisuuksia kehittämislle ja jatkojalostamiselle. Aihe on laaja ja jatkuvasti muuttuva, joten uusia näkökulmia työhön tulee koko ajan. Sosiaalisen median kenttä nuorisotyössä on vielä pieni ja harmaata aluetta, joten tutkimukselle ja kehittämislle tilaa sekä tarvetta.

Sosiaalinen media on aiheena ajankohtainen ja tärkeä, mutta oppaan sisällön ajankohtaisuuden ylläpitäminen on haastavaa. Vastuu oppaan päivittämisestä jää työntekijöille, jotka itse siihen sitoutuvat. Jo julkaisuvaiheessa opinnäytetyössämme on vanhentunutta tietoa. Edellä mainitusta syystä kriittinen tarkastelu työtä lukiessa on tärkeää.

Prosessin aikana opimme suunnitelmallisen työn merkityksen. Työn ideointi, suunnittelu ja toteutus on tehty yhdessä sopien, kokeillen sekä pohtien. Ilman selkeää suunnittelua ja yhdessä käytyä kriittistä pohdintaa työ olisi jäänyt vajaaksi.

Sosiaalisen median merkitys nuorisotyössä on avautunut uudella tavalla. Vaikka olemme opiskeluiden alusta asti ollut kiinnostuneita sosiaalisesta mediasta ja siitä, miten sitä voi hyödyntää työssä niin sosionomina kuin kirkon nuorisotyönohjaajana. Vasta opinnäytetyöprosessin aikana olemme ymmärtäneet, miten iso mahdollisuus sosiaalinen media on työntekijälle. Sosiaaliseen mediaan syventyminen vaatii aikaa ja kärsivällisyyttä, mutta antaa myös tilaa käyttää omaa luovuutta ja persoonaa.

LÄHTEET

- A 680/2016. Yleinen tietosuoja-asetus. Saatavilla: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=en>
- Aalberg, V. & Siimes, M. (2010). *Lapsesta aikuiseksi: nuoren kypsyminen naiseksi tai mieheksi*. Helsinki: Nemo.
- Cohlmeyer, D. (2017). Digital Youth Work: defining, understanding, and justifying its purpose. Saatavilla 26.3.2018: <https://www.verke.org/blog/digital-youth-work-defining-understanding-and-justifying-its-purpose/?lang=en>
- Heinonen, S. (2009). Sosiaalinen media. Avauksia nettiyhteisöjen maailmaan ja vuorovaikutuksen uusiin muotoihin. (Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen julkaisuja. 1/2009). Saatavilla 2.2.2018: https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_2009-1.pdf
- Helsingin seurakuntayhtymä (2017). Jäsentietojen vuositilasto 2017. Saatavilla 29.11.2018: https://www.helsinginseurakunnat.fi/material/attachments/lvt3wLwqI/vuositilasto_2017.pdf
- Hintsala, M-A. (2016). Digitaalinen nuorisotyö kirkossa. Kirkon kasvatus ja perheasiat 2016. Saatavilla 6.9.2018: [http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/2C858222A3AFA861C2257E820027BA55/\\$FILE/digitaalinen_nuorisotyo_kirkossa-raportti.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/2C858222A3AFA861C2257E820027BA55/$FILE/digitaalinen_nuorisotyo_kirkossa-raportti.pdf)
- Hintsala, M-A. & Ritokoski, S. (2011). Luottamuksen rakentuminen lasten ja nuorten verkkoyhteisöissä kirkon työssä. Teoksessa M. Hintsala, E. Kähkönen & T. Pauha (toim.), *Verkkoa kokemassa. Hengellisyys ja vuorovaikutus verkkoyhteisöissä*. (Diakonia-ammattikorkeakoulun julkaisuja. B Raportteja 46). Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu.
- Huttunen, T. & Merikivi, J. (2011). Nuorten kohtaaminen verkossa. Teoksessa J. Merikivi, P. Timonen & L. Tuuttila (toim.), *Sähköä ilmassa*.

- Näkökulmia verkkoperustaiseen nuorisotyöhön.* (s. 42–54).
Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Joensuu, M. (2011). Nuoret verkossa toimijoina. Teoksessa J. Merikivi, P. Timonen & L. Tuuttila (toim.), *Sähköä ilmassa. Näkökulmia verkkoperustaiseen nuorisotyöhön.* (s. 14–22). Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Joinson, A.N. (2005) Internet Behaviour and the design of virtual methods. Teoksessa C. Hine (toim.), *Virtual Methods: issues in social research on the Internet.* Saatavilla 5.9.2018:
https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/OPENU_UK/O040914J.pdf
- Kirkkohallitus (2014). Kohtaamisen kirkko. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon toiminnan suunta vuoteen 2020. Saatavilla 5.9.2018:
[http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/9297F603C875C1C8C225770A002E3448/\\$FILE/253062_KKH_Kohtaamisen_kirkko_sisus_KORJ.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/9297F603C875C1C8C225770A002E3448/$FILE/253062_KKH_Kohtaamisen_kirkko_sisus_KORJ.pdf)
- Kirkkohallitus (2012). Nuoret seurakuntalaisina. Kehittämissasiakirja. Saatavilla 5.9.2018:
[http://sakasti.evl.fi/julkaisut.nsf/15CD330748AADA2AC2257E2E0012D527/\\$FILE/KH_nuoret_www.pdf](http://sakasti.evl.fi/julkaisut.nsf/15CD330748AADA2AC2257E2E0012D527/$FILE/KH_nuoret_www.pdf)
- Kirkkohallitus. Sakasti. Viestintä. Sosiaalinen media.
<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp?open&cid=Content440220>
- Kirkkohallitus. Sakasti. Viestintä. Sosiaalinen media. Some seurakunnassa. Saatavilla 10.9.2018:
<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp2?open&cid=Content312ECB>
- L 88/2010. Laki lastensuojelulain muuttamisesta. Saatavilla
<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100088>
- Lauha, H. (2015). Nuorisotyöntekijä, nuorten kokemusmaailman asiantuntija. Teoksessa H. Lauha (toim.), *Verkko nuorten kokemana ja kertomana* (s. 13–16). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Lauha, H. (2016). Nuorisotyö osana yhteiskunnan digitalisoitumista. Teoksessa H. Lauha & S. Tuominen (toim.), *Kohti digitaalista nuorisotyötä* (s. 19–24). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.

- Lauha, H. & Tuominen, S. (2016). Suuntaviivojen tausta. Teoksessa H. Lauha & S. Tuominen (toim.), *Kohti digitaalista nuorisotyötä* (s. 9–11). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Leemann, L. & Hämäläinen, R.-M. (2015). Asiakasosallisuus. Sosiaalisen osallisuuden edistämisen koordinaatiohanke (Sokra). Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Saatavilla 5.9.2018:
https://thl.fi/documents/966696/3775621/Tietopaketti_Asiakasosallisuus.pdf/6d5b8baf-d5e4-4618-add6-ca0b9a81f214
- Leemann, L., Kuusio, H. & Hämäläinen, R.-M. (2015). Sosiaalinen osallisuus. Sosiaalisen osallisuuden edistämisen koordinaatiohanke (Sokra). Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Saatavilla 5.9.2018
https://thl.fi/documents/966696/3775621/Tietopaketti_Sosiaalinen_Osallisuus.pdf/4bc56a65-8eb2-41c3-87b8-0cd963a2c600
- Lehtikangas, A. (2015). Mitä verkko merkitsee nuorelle? Teoksessa H. Lauha (toim.), *Verkko nuorten kokemana ja kertomana* (s. 21–25). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Lundqvist, M. (2015). Nuorisotyöntekijän normipäivä. Teoksessa H. Lauha (toim.), *Verkko nuorten kokemana ja kertomana* (s. 85–86). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Löfberg, C. (2008). *Möjligheternas arena? Barns och ungas samtal om tjejer, killar, känslor och sexualitet på en virtuell arena* (Väitöskirja, Stockholms universitet). Saatavilla <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:198818/FULLTEXT01.pdf>
- Niinikoski, E. (2015). Toivoa luova kohtaaminen MLL:n verkkotyössä. Nuorten kirjoituksia avuntarpeestaan ja aikuisten vastauksia kirjeisiin. (Pro gradu –tutkielma, Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos). Saatavilla
<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/48712/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201602091522.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Noppiari, E. & Kupiainen, R. (2015). Somelainen nuori. Teoksessa L. Martikainen (toim.), *Mitä se sulle kuuluu? - Nuoren elämän valinnat puntarissa* (s. 113–133). Tallinna: United Press Global.
- Nurmi, J-E., Ahonen, T., Lyytinen, H., Lyytinen P., Pulkkinen, L. & Ruoppila, I. (2014). *Ihmisen psykologinen kehitys*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Opitietosuoja.fi. Oppiminen. Tapahtumia ja koulutuksia. Vuosittaiset tapahtumat. EU:n tietosuoja-asetuksen velvoitteet johdolle. Saatavilla 6.9.2018: <https://opitietosuoja.fi/index.php/fi/56-lainsaadaentoe/lait/eun-tietosuoja-asetus/23-tuleva-eu-n-tietosuoja-asetus>
- Parikka, H. & Saukko, M. (2012). Lasten suojelu ja digitaalinen media. Tietoa ja näkökulmia ammattilaisille ja kasvattajille. Saatavilla <https://www.verke.org/wp-content/uploads/2016/01/Parikka-ja-Saukko-Lasten-suojelu-ja-digitaalinen-media.pdf>
- Pesonen, P. (2013). *Sosiaalisen median lait*. Helsinki: Kauppakamari.
- Puhakka, H., Sinkkonen, H-M. & Meriläinen, M. (2014). Nuorten internetin käyttö ja siihen liittyvät ongelmat. Helsinki: Nuorisotutkimusseura. Saatavilla <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ELE-1779985>
- Pönkä, H. (2014). *Sosiaalisen median käsikirja*. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Rönkkönen, S. (2012). Sopimaton käytös sosiaalisessa mediassa työsuhteen päättämisperusteena. (Maisteritutkielma, Lapin yliopisto, oikeustieteiden tiedekunta). Saatavilla <https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60178/R%C3%B6nkk%C3%B6.Sarianna.pdf?sequence=1>
- Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Kirkon viestintäohjelma vuoteen 2020. Saatavilla [http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/CABABB29C7AFB81DC2257B67003F8AEF/\\$FILE/kirkon_viestintaohjelma2020.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/CABABB29C7AFB81DC2257B67003F8AEF/$FILE/kirkon_viestintaohjelma2020.pdf)
- Suominen, J. (2013). Johdanto – Sosiaalisen median aika. Teoksessa J. Suominen, S. Östman, P. Saarikoski & R. Turtiainen (toim.), *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. Aiheet. Hyvinvointi- ja terveysterot. Eriarvoisuus. Hyvinvointi. Osallisuus. Saatavilla 5.9.2018:

<https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi/osallisuus>

- Tietosuojavaltuutetun toimisto. Ajankohtaista. Artikkelit. EU:n tietosuojasetus tuo uusia oikeuksia omiin henkilötietoihin 25. toukokuuta alkaen. Saatavilla 6.9.2018: https://tietosuojafi.fi/artikkeli/-/asset_publisher/eu-n-tietosuojasetus-tuo-uusia-oikeuksia-omiin-henkilotietoihin-25-toukokuuta-alkaen
- Tuominen, S. (2015). Mitä jokaisen nuorisotyöntekijän pitää osata? H. Lauha (toim.), *Verkko nuorten kokemana ja kertomana* (s. 89–90). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Uski, S. (2015). Aitous verkkovuorovaikutuksessa – mitä ja miten? Teoksessa H. Lauha (toim.), *Verkko nuorten kokemana ja kertomana* (s. 81–84). Helsinki: Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.
- Ylisaari, K. (2017). Hyvät, pahat ja rumat. Nuoruusiän normaali kehitys. Saatavilla 3.9.2018: http://www.epshp.fi/files/9085/Hyvat_2c_pahat_ja_rumat_-_normaali_kehitys.pdf

LIITE 1. Kartoituskysely Kannelmäen nuorisotyön tiimille

1. Mitä sosiaalisen median väyliä käytätte?
2. Kuinka paljon työssänne käytätte sosiaalista mediaa?
3. Minkä koette haastavaksi tai ongelmaksi sosiaalisen median käytössä työntekijänä?
-> Mitä toivoisitte tavoittavan sosiaalisen median käytöllä?
4. Oletteko kysyneet nuorilta/seurakuntalaisilta heidän toiveistaan median suhteen?
5. Onko sosiaalisen median käyttö teille tuttua? Käytättekö sosiaalista mediaa myös työn ulkopuolella?
6. Onko teillä ollut sosiaalisen median käytön suhteen minkäänlaisia koulutuksia tai kursseja työn puolesta?
7. Käytättekö sosiaalista mediaa vain seurakuntalaisten kohtaamiseen vai teettekö sosiaalisen median kautta myös yhteistyötä eri seurakuntien, kunnan tai organisaatioiden kanssa?
8. Oletteko mahdollisesti halukkaita opetella hyödyntämään jotain uutta sosiaalisen median alustaa?

LIITE 2. Kartoituskysely Kannelmäen seurakunnan nuorille

Mitä sovelluksia haluaisitte Kantsunurkan käyttävän sosiaalisessa mediassa? *

Instagram

Snapchat

Facebook

Youtube

Twitter

Whatsapp

Muu...

Millaisia asioita haluaisit Kantsunurkan somessa nähdä? *

Kuvia

Stories-päivityksiä

Videoita

Mainoksia

Tiedottamista

Arkipäivityksiä työntekijöiltä

Muu...

...

Haluaisitko itse päivittää Kantsunurkan somea? *

Kyllä

Ei

Ehkä

Muu...

Kaipaatko Kantsunurkan päivityksiin henkilökohtaisempia päivityksiä työntekijöiltä? *

- Kyllä
- Ei
- Muu...

Haluaisitko Kantsunurkalle snäppitilin? *

- Kyllä
- Ei
- Muu...

Miten koet, jos Kannelmäen seurakunnan nuorisotyöntekijä tai pappi alkaa seuraamaan sinua somessa? Kaipaisitko työntekijöiltä aktiivisuutta seuraamiseen? *

- Ei häitää, mutta en kaipaa aktiivisuutta seuraamiseen
- Ei häitää, kaipaan aktiivisuutta
- Häitää, en halua työntekijöiden seuraavan minua
- Häitää, mutta minua ei häitää jos työntekijä alkaa seuraamaan
- Muu...

Seuraatko jonkun työntekijän henkilökohtaista somea? Miksi? *

Pitkä vastausteksti

Onko jotain alustaa, missä toivoisit työntekijöiden olevan? Onko jotain, missä et? *

Pitkä vastausteksti

Missä haluaisit ottaa henkilökohtaisesti työntekijään yhteyttä? *

- Puhelu
- Tekstiviesti
- Whatsapp
- Muu...

Ikäsi *

- 10-12
- 12-13
- 14-15
- 16-17
- 18-20
- 20 tai vanhempi

Mitä somepalveluita käytät? *

- Instagram
- Snapchat
- Whatsapp
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Muu...

Kuinka usein käyt nuortenilloissa? *

- Viikottain
- Kuukausittain
- 2-3 kuukauden välein
- Satunnaisesti

LIITE 3. LOPULLINEN TUOTOS: Duunari somettaa – someopas



Alkusanat

Hei Duunari!

Pitelet juuri kädessäsi... hiirtä. 😂

(Tai jos oikeasti pitelet käsissäsi tätä opasta, koska olet tulostanut sen, siistiä!)

Kuten huomaat, luet juuri sinulle tuotetun someoppaan alkusanoja. Olemme koostaneet teille tämän pienen oppaan, jolla pääset alkuun sosiaalisen median käytössä työssä. Opas perehdyttää sinut sosiaalisen median strategiseen käyttöön, muutaman somealustan perustoimintoihin sekä antaa suuntaa siitä, miten tehdä sisältöä someen ja millaista se voi olla. Oppaan esimerkit ovat suunnattu nuorisotyöhön, mutta sitä voi soveltaa myös muilla työaloilla.

Oppaan alussa on sometyöskentelyn perusjuttuja strategisesta työskentelystä, tavoitteiden luomisesta sekä siitä, miten jaksaa työssä. Oppaan loppupuolella on muutaman somealustan perusohjeita, joita on mahdollisuus hyödyntää työssäsi.

Opas on tehty sähköiseen muotoon, jotta se on muokattavissa sen mukaan kuin sosiaalinen media ja sen alustat päivittyvät. Mikäli opit jotain uutta, mitä ei oppaasta löydy, lisää se ihmeessä mukaan, niin muutkin Duunarit voivat hyödyntää oppimaasi!

Nähdään somessa!

Sisällys

Strategia ja tavoitteet	4
Pitkäaikainen tavoitteellinen työskentely	6
Mitä sisältöä someen?	8
Miten olla somessa?.....	10
Kuinka jaksaa työssä?.....	11
Miten pysyä virrassa mukana?.....	13
Snapchat.....	15
Mihin sitä Snapchatia sitten käytetään?	17
Tarina vai yksityissnäpit – kumpaa hyödynnetään?.....	17
Esimerkkejä tarinoista.....	19
Miten snäppi haltuun?	20
Snapchatiin henkilökohtainen tili vai organisaatiotili?	20
Snäpin edut ja haasteet	21
Instagram.....	22
Millaista sisältöä Instagramiin?	23
Instagram Stories - mikä se on?.....	25
Miksi Instagram Storiesia kannattaa Käyttää?	26
Mikä on sun mp?.....	27
Tiedottaminen Instagramissa.....	29
YouTube.....	31
Mitä sisältöä youtubeen tehdään?	31
Esimerkkejä seurakunta-aiheisista Youtube-kanavista:.....	33
Loppusanat.....	34

Strategia ja tavoitteet

Voiko someen päivittää ihan mitä vaan? Yleisesti ajateltuna kyllä voi, mutta aina kannattaa pohtia asioita pidemmälle kuin tehdä hetken mielijohteesta. Kuten muukin työ, niin myös sosiaaliseen mediaan paneutuminen ja siellä työn tekeminen vaatii suunnittelua ja tavoitteita.

Sosiaalista mediaa päivitettäessä on hyvä pohtia seuraavia asioita:

- Mitä haluaa tavoitella sosiaalisessa mediassa työskentelyssä?
- Mitkä asiat edistäisivät tavoitteeseen pääsemistä?
- Miten ilmaisen asian kohderyhmälle niin, että se olisi kiinnostavaa?
- Mitä haluan päivittämisellä viestillä viestittää kohderyhmälle?



Sosiaalista mediaa haltuun otettaessa nämä asiat varmasti ovat mielessä päällimmäisenä koko ajan, mutta kun työskentely tulee tutuksi, niitä pohtii jo alitajuisesti. Paineita somessa työskentelystä ei kannata ottaa, sillä työskentely on kokeilemista ja testaamista hyvinkin pitkälle.

Työtä somessa voidaan tehdä monella eri tavalla, joten kannattaa ensin kokeilla, mikä tyyli itselle sopii. Kaikkien ei tarvitse tehdä sisältöä sosiaaliseen mediaan täydellä persoonalla tai näyttää kasvojaan, mutta suunnitellessa päivityksiä kannattaa miettiä, miten päivityksestä saisi helposti lähestyttävän.

Pitkäaikainen tavoitteellinen työskentely

Vaikka sosiaalinen media on hetkessä elämistä, on silti hyvä suunnitella sometyöskentelyä myös pidemmälle aikavälille. Mitkä tulevat tapahtumat ovat sellaisia, että niistä voisi päivittää? Miten päivittäminen tapahtuu? Millä alustoilla? Kuinka laajasti päivitetään? Mikä on hyvä aika etukäteen alkaa kertomaan tulevista tapahtumista? Tällainen suunnittelu edistää tasaista, laadukasta päivittämistä. Pitkän aikavälin suunnittelu on yhtä tärkeää kuin hetkien päivittäminen, joten muista hyödyntää molempia tapoja somessa!

Tämä voi lisätä suunnittelua jo valmiiksi kovan työmäärän lisäksi, mutta ei hätää! Kun suunnittelee työtiimissä yhdessä muiden asioiden ohella, miten some saadaan mukaan kuvioon, niin suunnitteluun ei muutamia minuutteja kauempaa mene. Sometyöskentelyn ei tarvitse viedä tunteja, ja etenkin aluksi kannattaa aloittaa pienistä muutoksista ja ottaa somea pikkuhiljaa mukaan, kunnes se tuleeekin jo luonnostaan.

Yksi asia kannattaa myös muistaa - työskentelet tiimissä! Miettikää yhdessä työtiimin kanssa omaa somesisältöänne ja suunnitelkaa, miten saisitte kehitettyä sitä. Somen päivittäminen usein on jokaisen työntekijän omalla vastuulla, mutta miettikää yhdessä työn kehittämisen periaatteita. Näitä asioita voi miettiä yhdessä tiimin kesken:

- Onko paras vaihtoehto, että jokainen päivittää, kun siltä tuntuu? Olisiko päivitysvuorot hyvät?
- Mitä tiiminä haluaisitte sosiaaliselta medialta?

- Millaisia asioita kukin on valmis tekemään?
- Oletteko valmiita henkilökohtaisiin tileihin, vai onko yhteinen tili hyvä?
- Mitkä olisivat yhteiset periaatteet somen päivittämiseen?

Koska sosiaalisen median pitäisi näyttää käyttäjänsä tai käyttäjiensä näköiseltä, emme voi antaa vastausta siihen, mikä on teille oikea tapa. Kokeilkaa erilaisia menetelmiä ja keskustelkaa niistä työkavereidenne kanssa, niin sopiva tapa työskennellä löytyy!

Mitä sisältöä someen?

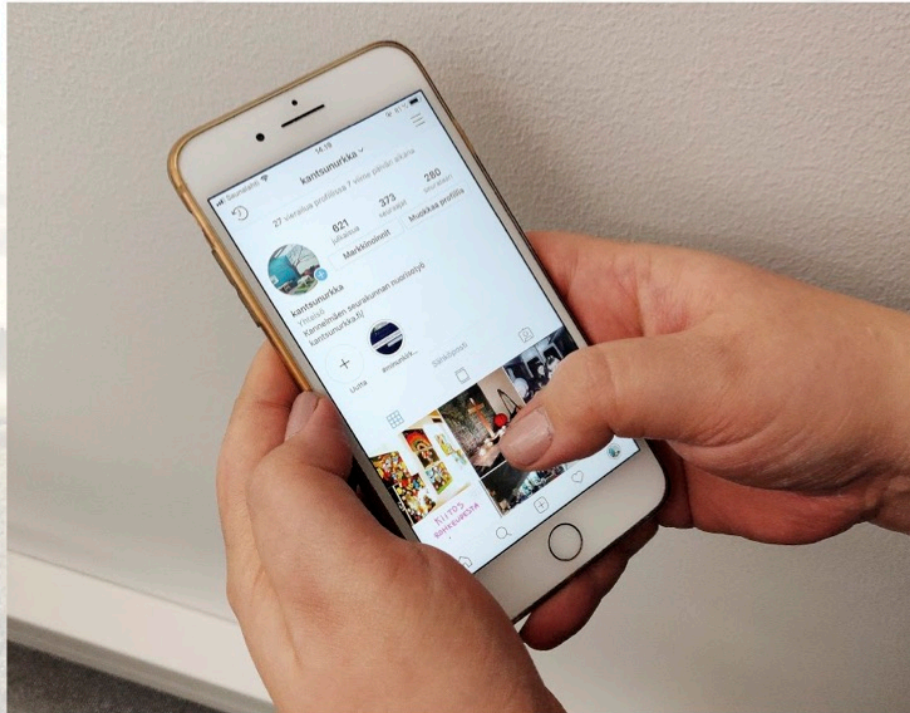
Joskus sosiaalisen median käyttö työssä voi tuntua haastavalta. Sisällön pitäisi olla mielenkiintoista, näkyvää ja vuorovaikutteista. Mistä aloittaa ja miten tehdä sisältöä niin, että se kiinnostaa kohdeyleisöä?

Ensimmäiseksi kannattaa miettiä, minkälaisen kuvan haluaa antaa sosiaaliseen mediaan. Miltä Kannelmäen seurakunnan nuorisotyö näyttää? Suunnitellessa voi kehittää vaikka ajatuskarttaa aiheesta, jotta kuva hahmottuu myös selkeästi itselle tai työtiimille.

Kannattaa kysyä kohderyhmältä eli nuorilta, sille sisältöhän on tarkoitettu heille. Somekyselymme mukaan nuoret kaipaavat eniten kuvia ja tiedottamista sekä stories-päivityksiä ja videoita. Kyselyitä on helppo muodostaa itse tai tehdä esimerkiksi yksittäisiä palautekyselyitä Instagramin Stories -osiossa. Tästä lisää myöhemmin!

On myös hyvä joskus katsoa taaksepäin: mitä asioita on jo päivitetty ja millä tavalla? Jatkuvasti samanlaiset, samalla tavalla tehdyt päivitykset käyvät pidemmän päälle pitkäveteisiksi. Esimerkiksi jos nuorisotyön sosiaalinen media on täynnä kuvia kahvikupeista eri tapahtumissa, voisi luulla, ettei nuorisotyössä sitten mitään kauhean ihmeellistä tapahdu. Säännöllinen välitsekkaus ja uuden pohtiminen siis kannattaa, ihan niin kuin omassa arkipäiväisessä työssä.

Sosiaalisen median päivittämisessä kannattaa käyttää maalaisjärkeä: mitä asioita et puhuisi julkisesti ihmisten edessä, ei kannata myöskään puhua sosiaalisessa mediassa. Myös sosiaalisessa mediassa olet vaitiolovelvollinen ja sidoksissa työnantajalajiteettiin.



Miten olla somessa?

Päivitetessä sosiaalista mediaa on tärkeää muistaa, että kuten ihmisten parissa tehtävässä työssä yleensäkin, käytät persoonaasi työskennellessäsi. Tästä ei kannata ottaa paineita - käytät sitä juuri samalla tavalla kuin nuorisotyössä kasvokkain, et yhtään enempää. Tärkeää sosiaalisessa mediassa on miettiä, miten ilmaiset itseäsi.

Kameralle puhuminen voi olla jännittävää. Tämä vaikuttaa siihen, miten ilmaiset itseäsi. Yritä rentoutua, olla oma itsesi ja ilmaista itseäsi selkeästi. Selkeää ilmaisua voi auttaa lähes valmiiden vuorosanojen kirjoittaminen, jolloin kokonaisuudesta tulee johdateltu ja selkeä.

Jokainen ei halua aina näyttää itseään tai kasvojaan työpaikan sosiaalisessa mediassa. Tämä on ymmärrettävää, eikä se ole pakollista. Joskus verkossa lähestyminen on helpompaa, kun ihmiset tietävät kuka siellä päivittää. Pienellä suunnittelulla ja vaivalla kuitenkin päivityksestä kuin päivityksestä voi saada helposti lähestyttävän, näkyi siinä päivittäjän kasvoja tai ei!

Koska sosiaalinen media on yleensä melko avoin, sinua voi seurata muutkin ihmiset kuin vain paikalliset seurakunnan jäsenet, vaikka kyse olisikin työhön käytettävästä tilistä. Tämän takia kannattaa muistaa, että kaikenlaiset inside-jutut kannattaa joko avata yleisölle tai jättää käyttämättä.

Kuinka jaksaa työssä?

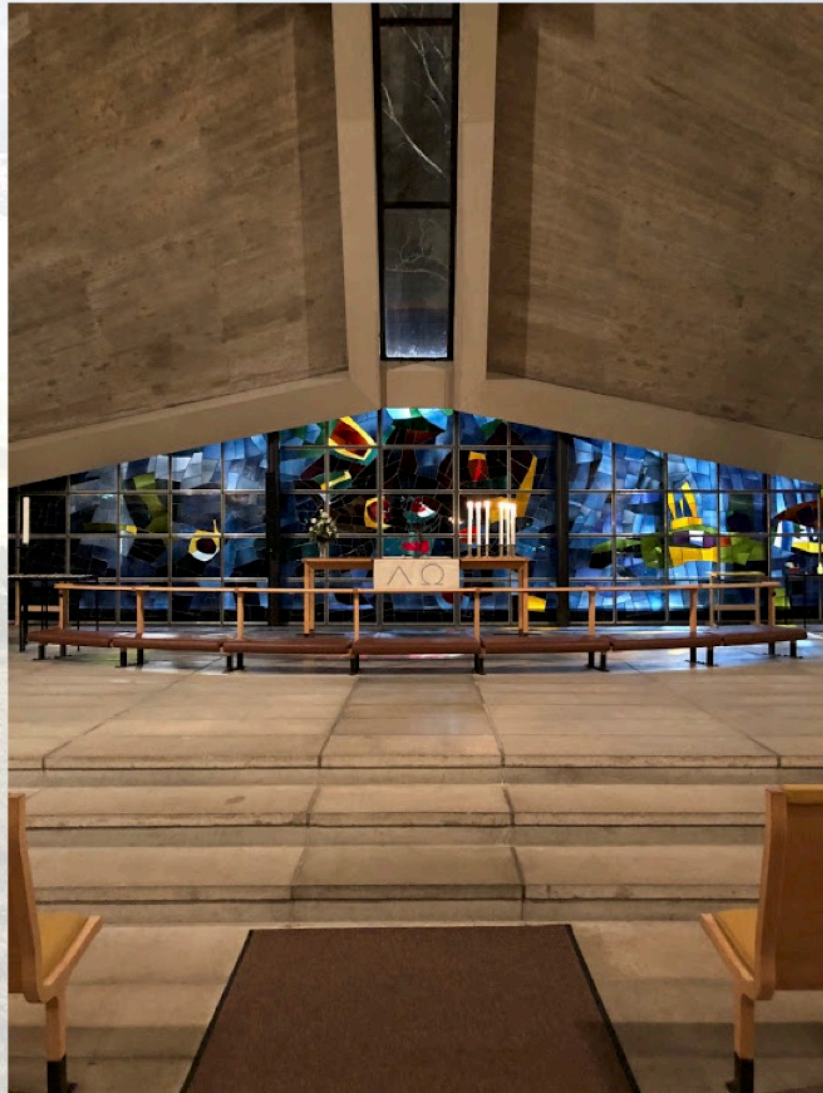
Sosiaalisen median valtava viestivirta voi aiheuttaa joskus paineita. Miten rajata somen käyttöä niin, että työsome ei tule yöuniin?

Kuten muussakin työskentelyssä, oman jaksamisen rajaaminen ja työn organisointi on tärkeää. Sosiaalinen media on vain yksi työkalu. Yleensä töistä lähdettäessä työpaikka ja sen jutut jätetään kodin ulkopuolelle. Näin ollen myös työpaikan sosiaalinen media kannattaa jättää sinne. Seurakunnissa haasteena voi olla työajattomuus, mutta on tärkeää määritellä itselleen, milloin työt loppuvat tältä päivältä.

Vapaa-ajalla on tärkeä keskittyä palautumiseen töistä niillä asioilla, jotka miellyttävät ja auttavat rentoutumaan. Näin myös työpaineet ja stressi unohtuvat, koska se sitten sosiaalista mediaa tai muuta työstressiä. Esimerkiksi liikunta, ystävät, pelit, käsityöt, musiikki, elokuvat tai sarjat ja ulkoilu ovat hyviä tapoja palautua töistä. Muista huolehtia itsestäsi!

Muun muassa Whatsappissa on mahdollista tehdä tilapäivitys, jossa voi kertoa, milloin on lomalla, onko töissä tai onko vapailla. Myöskin muihin sovelluksiin voi kertoa, jos on esimerkiksi pidemmän aikaa poissa.

Hyvä suunnittelu vähentää myös työstressiä. Kun asiat ovat jo valmiina ylhäällä, mitä, missä ja milloin tehdään, työtaakka vähenee, eikä tarvitse alusta asti vääntää kaikkea.



Miten pysyä virrassa mukana?

Sosiaalinen media päivittyy koko ajan. Uudet alustat vievät suosiota vanhoilta, ja se mikä on voinut olla uutta ja siistiä viikko sitten, on jo tänä päivänä vanhentunutta tietoa. Miten pysyä mukana alati vaihtuvassa mediavirrassa?

Ole avoin. Uudet asiat voivat vaikuttaa ihmeellisiltä ja jopa hankalilta, mutta avoimuudella pääset jo pitkälle. Uskalla ottaa vastaan uutta ja lähteä rohkeasti kokeilemaan, vaikka asia ei heti ensimmäisenä vaikuttaisi sinun jutulta.

Uskalla kysyä. Jos jonkun sovelluksen käyttö on hankalaa tai et oikein tiedä, mitä pitäisi tehdä, kysy työkaverilta, tutuilta, nuorilta tai keneltä tahansa, joka asiasta voi tietää enemmän. Kysyvä ei tieltä eksy!

Kokeile ja opettele. Sosiaalisessa mediassa ei koskaan tiedä, mikä juttu on hitti ja mikä huti. Joku sovellus ei ehkä heti ole kova juttu, mutta taas viikon päästä se voi olla täysi hitti. Kokeilemalla ja opettelemalla oppii siihen, millaiset päivitykset toimivat kohderyhmälle, ja sovellusten haltuunotto nopeutuu, kun kokeilee erilaisia sovelluksia.

Tutki. Joskus on hyvä itsekkin ottaa selvää, mitä juttuja on tulossa ilmoille. Mitkä ovat nyt niin sanotusti in ja missä ihmiset viettävät aikaansa. Näin pysyy mukana erilaisissa jutuissa. Ammatikseen sisältöä tuottavat ovat myös hyviä opettajia ja antavat sinulle vinkkejä siitä,

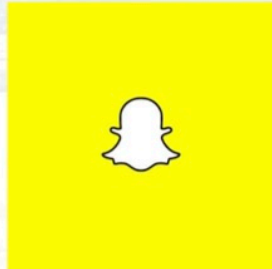
miten asioita voi myös tehdä, joten heidän tuottamiinsa sisältöihin kannattaa myös tutustua.

Opi ja opeta. Kuten alussa sanoimme, tämä opas tulee olemaan muokattavissa. Ota selvää, mitä muut ovat oppineet ja anna vuorostasi omasta opistasi muille. Näin työyhteisönä voitte kaikki oppia lisää ja kehittyä sosiaalisen median käytöstä.

Ja ennen kaikkea: **ota rennosti ja pidä hauskaa.** Sosiaalisen median päivittäminen ei ole haudanvakavaa, eikä sen tarvitse olla pakkopullaa. Yritä löytää itsellesi tapa tehdä sosiaaliseen mediaan sisältöä, jolloin pystyt pitämään hauskaa soimen parissa. Pitkälle suunnitellut työt varmasti vievät aikaa ja hermoja joskus, mutta kun itse työ on mukavaa, paineitakin aiheuttavat työt eivät paina taakassa niin paljon.

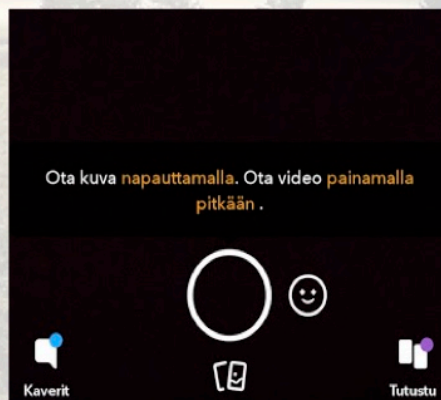
Sosiaalisen median haltuunotto voi alkuun viedä vähän aikaa. Ole kärsivällinen, sillä työ palkitaan myöhemmin. Kun saat sosiaalisen median perustoiminnot haltuun, opit itsenäisesti käyttämään erilaisia sovelluksia ja kehittämään sisältöä sosiaaliseen mediaan.

Snapchat



Snapchat eli "Snäppi" on kamerasovellus, jolla voi ottaa kuvia hetkistä ja jakaa niitä kavereillesi julkisesti tai yksityisesti. Snäpissä voit myös keskustella chatissa, pelata hauskoja pelejä kavereiden kanssa ja seurata ihmisiä ympäri maailmaa.

Kameran toimintaperiaate on helppo. Ota haluamastasi asiasta kuva, lisää siihen halutessasi teksti tai muuta sisältöä (filteri, kellonaika, lämpötila yms.) ja lähetä se kavereillesi. Muokkausvaihtoehtoja löydät kuvan oikeasta reunasta löytyvästä palkista! Seuraavaksi pientä ohjetta Snäpin perustoiminnoista, joilla pääset alkuun:





Eri työkaluilla voit lisätä snäppiisi erinäistä sisältöä, esimerkiksi emojeita, bitmojeja, lämpötilan, kellonajan, erilaisia tekstejä ja paljon muuta. Lähde rohkeasti kokeilemaan, mitä työkaluista löytyy! Erilaisia filttareita ja geotägejä voit lisätä kuvaan pyyhkäisemällä kuvasta oikealle tai vasemmalle.

Vieressä näet esimerkin erilaisista työkalun tuotoksista. Emme kuitenkaan suosittele kaikkia härpäkkeitä ja filttareita puskemaan yhteen kuvaan, vaan käyttämään niitä maltillisesti tehostamaan pointtia!

Tekstityökalulla voit lisätä kuviisi erilaisia tekstejä.

Piirtotyökalulla voit itse piirtää paint-tyylisesti kuvaan

Emojityökalulla voit lisätä kuviisi tarroja, emojeita, bitmojeja, ajan, lämpötilan ja paljon muuta.

Leikkaustyökalulla voit tehdä itse tarroja kuvastasi. Kannattaa joskus kokeilla!

Linkkityökalulla voit lisätä snäppiisi, jonka vastaanottaja tai tarinan katsoja saa auki katsoja pyyhkäisemällä ylöspäin. Tämä voi esim. ilmoittautumisissa olla näppärä!

Ajansäätötyökalulla voit säätää snäp-kuvasi kestoja 1 sekunnista 10 sekuntiin tai siihen asti, kunnes katsoja itse sulkee kuvan pois.

PROTIP #1: Jos haluat lisätä kuvaasi kaksi filteriä, lisää ensin toinen, paina kuvaa sormella ja pyyhkäise toisella samaan aikaan, niin saat kaksi filteriä kuvaasi. eotägit ja filterit toimivat samalla periaatteella, joten joskus tämä on hyödyllinen taito!

Mihin sitä Snapchatia sitten käytetään?

Snäp on pääsääntöisesti tarkoitettu hetkien jakamiseen - lähetetyt kuvat häviävät bittiavaruuteen, ellei niitä erikseen tallenneta. tarinat poistuvat 24 tunnin jälkeen, joten mitään pitkälle aikatähtäimelle ei siellä kannata mainostaa. Tarina-osio on kuitenkin hyvää mainostusta esim. juuri tälle tai huomiseksi päivälle. Esimerkiksi nuorteniltoja tai muuta toimintaa, joka tapahtuu juuri tänään tai huomenna, voi julkaista Tarinassa, jolloin sen voi kaikki halukkaat käydä katsomassa.

Tarina vai yksityissnäpit - kumpaa hyödynnetään?

Tarinaa on hyvä hyödyntää arjessa. Kun on tekemässä jotain muuta, esimerkiksi toimistolla suunnittelemassa, voi siitä vihjaista vähän tarinassa.

Edellä mainitun lisäksi Snäpissä on mahdollisuus esitellä toimintaa, työntekijöitä, tapahtumia, arkea, opettaa, tehdä minihartauksia, Q&A-hetkiä eli ns. kyselyhetkiä tai ihan mitä vaan! Tämän voi tehdä valokuvina, videoina, tekstinä tai vaikka piirroksena. Snäpissä on paljon mahdollisuuksia räätälöidä oman näköistä sisältöä.

Yksityissnäpit menevät vain valikoiduille yksittäisille ihmisille. Työtiimissä kannattaa sopia, onko niiden käyttäminen tarpeellista, ellei nuori itse lähesty Snäpin kautta työntekijöitä. Pääpaino kannattaa siis pitää tarinan puolella, mutta ei kannata yksityissnäppien lähettelyä kokonaan sulkea pois! Se voi olla avain tärkeään kohtaamiseen.

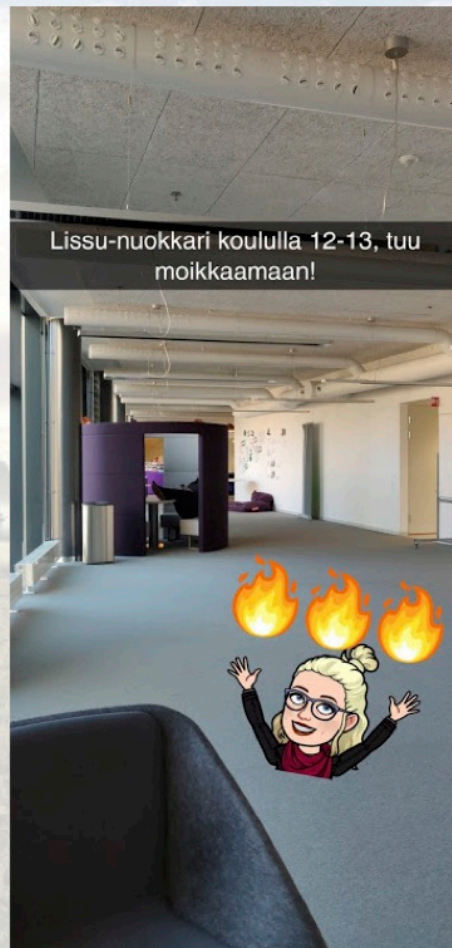
PROTIP #2:

Tarina on myös hyvä paikka ilmoittaa, missä ja milloin nuorisotyön työntekijöitä voi tavata, esim. koulupäivystyksissä tai muussa jalkautuvassa työssä.

PROTIP #3:

Instagramin ja Snapchatin tarinatyökalua voi käyttää yhdessä lisäämällä saman tarinan molempiin sovelluksiin, jolloin näkyvyyttä tulee lisää. IG:n kyselytoiminnot yms. eivät tosin toimi Snapchatissa, joten kannattaa miettiä, miten tarinan rakentaa, jos haluaa katsojien vuorovaikuttavan tarinaan.

Esimerkkejä tarinoista



Miten snäppi haltuun?

Snäpin käyttö voi tuntua aluksi aika vaativalta, sillä ominaisuuksia on paljon. Suosittelemme lämpimästi aloittamaan kokeilemalla eri toimintoja. Laita snäppejä joillekin tutuille tai työkavereille ensin, ennen kuin aloitat pääsääntöisen ja julkisen käytön. Lisäksi nuoret ovat parhaita opettajia tässä tapauksessa, joten kannattaa kysyä heiltä!

PROTIP #4:

Vaikka Snapchatista löytää vaikka mitä hauskaa filteriä ja härpäkettä, kannattaa ottaa huomioon, että liika on liikaa. Lisäksi kasvofilttereissä voi olla äänenmuuntimia, joten videoita julkaistessa kannattaa huomioida, ettei ääni muutu sellaiseksi, että sitä ei ymmärrä.

Snapchatiin henkilökohtainen tili vai organisaatiotili?

Snapchat on ensisijaisesti luotu henkilökohtaiseksi sovellukseksi. Yhtä tiliä voi käyttää vain yhdellä laitteella. Kuitenkaan se ei sulje mahdollisuutta siitä, etteikö Snapchatia voisi käyttää niin sanotusti "organisaationa".

Henkilökohtaiset tilit ovat siinä vaiheessa etu, kun sisällöstä halutaan tehdä helposti lähestyttävää. Tietenkään omaa henkilökohtaista elämää sinne ei tarvitse jakaa, vaan hetkiä arjesta ja omasta työstään. Myöskin työntekijän lähestyminen nuoren näkökulmasta on helpompaa, kun tili on henkilökohtainen.

Kaikille työntekijöille yhteinen tili muuttaisi toimintatapaa hieman. Silloin tulisi sopia, toimiiko snäpissä vain yksi vastuhenkilö, jonka vastuulla on se, että tili tulee käyttöön, vai toimiiko Snap

työntekijävuoroissa, jolloin joku työntekijöistä vastaa esimerkiksi viikon siitä, että tili on käytössä.

Sisältö molemmissa tilin käyttötavoissa sinänsä voi pysyä samana, mutta kaikkien työntekijöiden tilissä työntekijöiden täytyy selkeästi tuoda esille, kuka on vastuussa tilistä sillä hetkellä.

Snäpin edut ja haasteet

Etuja Snäpissä on opetteluun jälkeen helppokäyttöisyys, sisällön räätälöinti, monipuolisuus ja yksityisyys. Näillä on helppo luoda arkinen rutiini Snäpin käytölle työpaikalla, jolloin päivittämisestä tulee arkinen osa omaa työtä. Yksityisyys takaa sen, että snapit eivät jää kellekään talteen ilman tietoa siitä, ja siellä voi käydä esimerkiksi yksityisen keskustelun, joka häviää heti keskustelun loputtua.

Haasteena Snäpissä on sen nopeatahtinen mediavirta ja henkilökohtaisuus. 24 tuntia voi olla lyhyt aika nuorelle tai työntekijälle selata tarinaa muiden menojen takia, jolloin tiedottaminen ei välttämättä tavoita kaikkia. Henkilökohtaisuus luo haasteita tilin rakentamisessa, mutta hyvällä suunnittelulla ja valmistelulla Snäpin saa kyllä toimimaan työpaikallakin.

Instagram

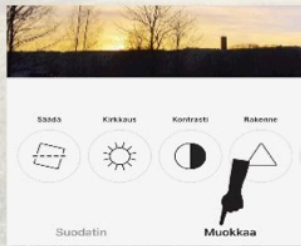


Instagram eli "IG" on maksuton kuvien ja videoiden jakosovellus. Sovelluksessa on mahdollista jakaa itse kuvia ja videoita sekä seurata ja kommentoida muiden jakamia julkaisuja. Instagramissa voi myös lähettää pikaviestejä toisille käyttäjille. Snapchatin tavoin on mahdollista päivittää myös omaa tarinaa

Instagram Storiesiin.

Instagramiin voi lisätä kuvia sovelluksen alareunassa keskellä näkyvästä plusmerkistä. Huonolaatuiset kuvat eivät houkuttele seuraajia varsinaisesti pysähtymään kuvan kohdalla, vaan monet saattavat vain selata kuvan ohi. Kaikista parhaimmat kuvat saa, kun on tarpeeksi valoa.

PROTIP #5:



Kuvaa voi muokata siinä vaiheessa, kun sitä ollaan laittamassa Instagramiin. Jo pelkästään esimerkiksi kirkkautta ja kontrastia säätämällä kuvasta voi saada paremman ja kiinnostavamman näköisen. Aina ei tarvitse välttämättä käyttää suodattimia. Nykyään Instagramin omia suodattimia käytetään aika vähän, vaan

kuvat muokataan jopa erillisellä editointisovelluksella. Parhaimmat kuvat vaativat vähän editointia, mutta usein riittää pelkkä pieni helppo säätö!

PROTIP #6:

Jos haluat oikein hifistellä, lataa jokin kuvan editointisovellus! Snapseed, Aviary sekä Afterlight ovat hyviä esimerkkejä, ja löytyvät

sekä Androidille että iPhonelle. Kun opit käyttämään sovellusta, saat kuvan editoitua tosi nopeasti.

EXTRA PROTIP #1:

Lotkut superhifistelijät luovat jonkin teeman omaan profiiliinsa. Se ei ole välttämätöntä, mutta joillekin se voi olla tärkeä juttu. Jos haluat tutkailla, sopiiko kuva fiidiisi, voit ladata puhelimeen Preview -sovelluksen. Sinne kirjaututaan omilla Instagram-tunnuksilla. Se näyttää nykyisen profiilisi kuvat, ja voit sinne ladata kuvan ja esikatsella, miltä se näyttäisi sinun profiilissasi! Mutta tämä on *erittäin* vapaaehtoista.

Millaista sisältöä Instagramiin?

Kantsunurkka on aktivoitunut Instagramissa tämän prosessin aikana, pisteet siitä! Instagramissa on mahdollista näyttää seuraajille, mitä kaikkea muuta nuorisotyö on pelkkien nuorten iltojen lisäksi.

Olemme usein uteliaita ja kiinnostuneita siitä, mitä toiset ihmiset tekevät päivän aikana. Oletteko tiimikokouksessa porukalla? Koululla välkkähommissa? Nuorten parlamentin kanssa suunnittelemassa? Paikassa päivystämässä? Hukkumassa paperihommiin? Pakkaamassa leirikamoja? Ota kuva! Jos epäröit, onko tästä järkeä ottaa kuvaa Instagramiin, niin todennäköisesti on.



Kantsunurkan Instagram-tilillä on jo selkeä rajaus, sillä se keskittyy nuorisotyöhön. Näin ollen sisällön rajausta ei tarvitse kauheasti pohtia. Mahdollisimman monipuolinen sisältö on vain plussaa.

Instagramiin olisi hyvä päivittää kuva vähintään kerran viikossa. Maksimimäärää emme halua määritellä, sillä *luovuus on voimavara*, mutta kymmenen kuvaa päivässä voi olla jo liikaa. Kuva voi olla siinä hetkessä otettu kuva, tai kuvia voi ottaa varastoon ja käyttää sieltä aina tarvittaessa. Mutta muista, kuvan laittamisen ei tarvitse tuntua

pakkopullalta. Jos mitään materiaalia ei ole, sitten sitä ei ole. Pakko ei ole päivittää mitään.

Instagramissa on tiedostettava se, että kuvavirta ei näyttydy seuraajille aikajärjestyksessä, vaan Instagramin oman algoritmin mukaan (esim. tykättyimpien tilien kuvat näkyvät ennen muita tms). Tästä syystä voi kestää, että kuvapäivitys tavoittaa seuraajat. Tällä ei varsinaisesti ole merkitystä, mutta tämä on otettava huomioon esimerkiksi tiedottamisessa.

PROTIP #7:

Seurakunnan nuorisotyö on paljon muutakin kuin nuorten iltoja. Näytä se! :)

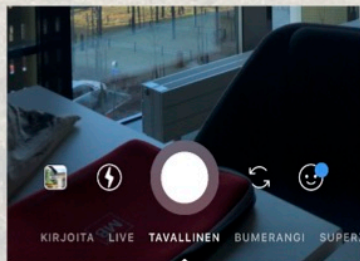
PROTIP #8: Kuvan laadulla on merkitystä! Älä lisää suttuista tai epätarkkaa kuvaa. Yritä ottaa kuvia aina hyvässä valaistuksessa.

Instagram Stories - mikä se on?

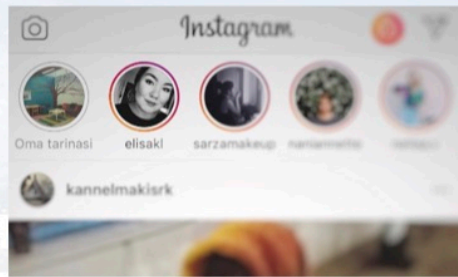


Instagram Stories on "tarina", johon voit päivän mittaan päivittää niin usein kuin itse haluat. Jokainen stories-päivitys pysyy tarinassa näkyvillä 24 tuntia, jonka jälkeen se häviää näkyvistä ja siirtyy arkistoon. Instagram Stories löytyy helpoiten Instagramin etusivun vasemmasta yläreunasta, kamerakuvakkeen takaa. Omat Instagram Stories -päivitykset taas löytyvät esimerkiksi Instagram Stories -kamerakuvakkeen alta pyöreästä pallosta tai omasta profiilista klikkaamalla profiilikuvaa.

Instagram Storiesilla pystyy tekemään monia erilaisia päivityksiä: tekstipäivityksiä, kuvia, tavallisia 15 sekunnin mittaisia videoita sekä videoita erilaisilla tehosteilla. Storiesin kautta pystyy pitämään myös live-lähetyksiä. Kuten Snäpissä, myös Instagram Storiesissa on erilaisia muokausvaihtoehtoja ja hassunhauskoja suodattimia.



Toisin kuin Instagramin tavallinen kuvavirta, Instagram Storiesit näkyvät aina aikajärjestyksessä ja uusimmat päivittäjät pomppaavat Stories-listalla aina ensimmäiseksi. Näin ollen, jos Instagram Storiesin puolella on aktiivinen, niin Kantsunurkka näkyy seuraajille Stories-listan kärkipäässä.



Esimerkki: Elisa on juuri päivittänyt omaan Instagram Storiesiin, ja se pomppaa Kantsunurkan seurattujen Stories-listan kärkeen.

Miksi Instagram Storiesia kannattaa käyttää?

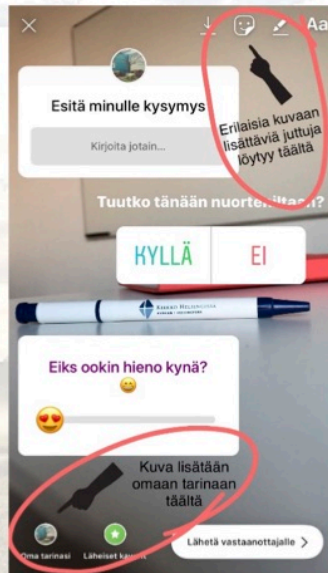
Instagram Stories on hyvä lisä päivityksille, joita laitetaan omalle tilille. Storiesiin voi esimerkiksi laittaa kevyempää sisältöä - pieniä pätkiä työpäivän lomassa ja esimerkiksi "nopeita" tiedotusasioita, kuten tulevan tapahtuman mainostaminen tai muistutus ilmoittautumisesta.

Ihmisten uteliaisuutta voi hyödyntää myös Stories-päivityksissä. Muutamat kuvat työpäivältä voivat lisätä kiinnostusta tilin seuraamiseen. Instagram Storiesiin voit kuvata esimerkiksi leirivalmisteluja tai yhteisöruokailun valmistamista. Storiesiin voi laittaa myös hauskoja päivityksiä - siellä voi pelata omalla persoonalla hyvinkin paljon halutessaan.

Kuten normaaleissa Instagram-päivityksissä, myös Stories-päivityksissä voi käyttää hashtageja! Niiden avulla myös ne, jotka eivät seuraa tiliä, voivat bongata Stories -päivitykset ja näin ollen näkyvyys lisääntyy.

Mikä on sun mp?

Instagram Storiesissa on myös mahdollista osallistaa seuraajia lisäämällä kyselyitä kuvaan tai videoon (esimerkkikuva).



Kysymyksiä ja kyselyitä on helppo muokata ajankohtaiseksi aina sen mukaan, kun niitä käyttää. Sekä kysymyksiä että vastausvaihtoehtoja voi mukauttaa tarkoitukseen sopivaksi. Kysymykset voivat olla hyvin yksinkertaisiaakin: miten päiväsi on mennyt? Oletko jo käynyt uimassa tänä kesänä? Odotatko jo joulua innolla? Kysymysten kannattaa olla kevyitä ja sellaisia, että niihin on helppo vastata (kuvassa keskimäinen ja alimmainen). On mahdollista käyttää myös työkalua, jolla seuraajat voivat esittää kysymyksiä tilin käyttäjälle (kuvassa ylimmainen), mutta vastauksen tekstikenttä on todella pieni, joten ota se huomioon!

Kysymystyökalua voi hyödyntää myös vaikuttamiseen ja nuorten mielipiteen kysymiseen. Haluatko nuorilta mielipiteen johonkin simppeleihin juttuun? Hyödynnä tätä arkipäiväisten päätösten teossa!

Esimerkkejä:

Instagram Storysiin voit päivittää myös esimerkiksi samoja juttuja, kuin Snapchatin Storyyn. Näin voit tavoittaa entistä enemmän ihmisiä. **Ota kuitenkin huomioon**, että esimerkiksi kyselytoiminnot eivät toimi Snapchatissa.

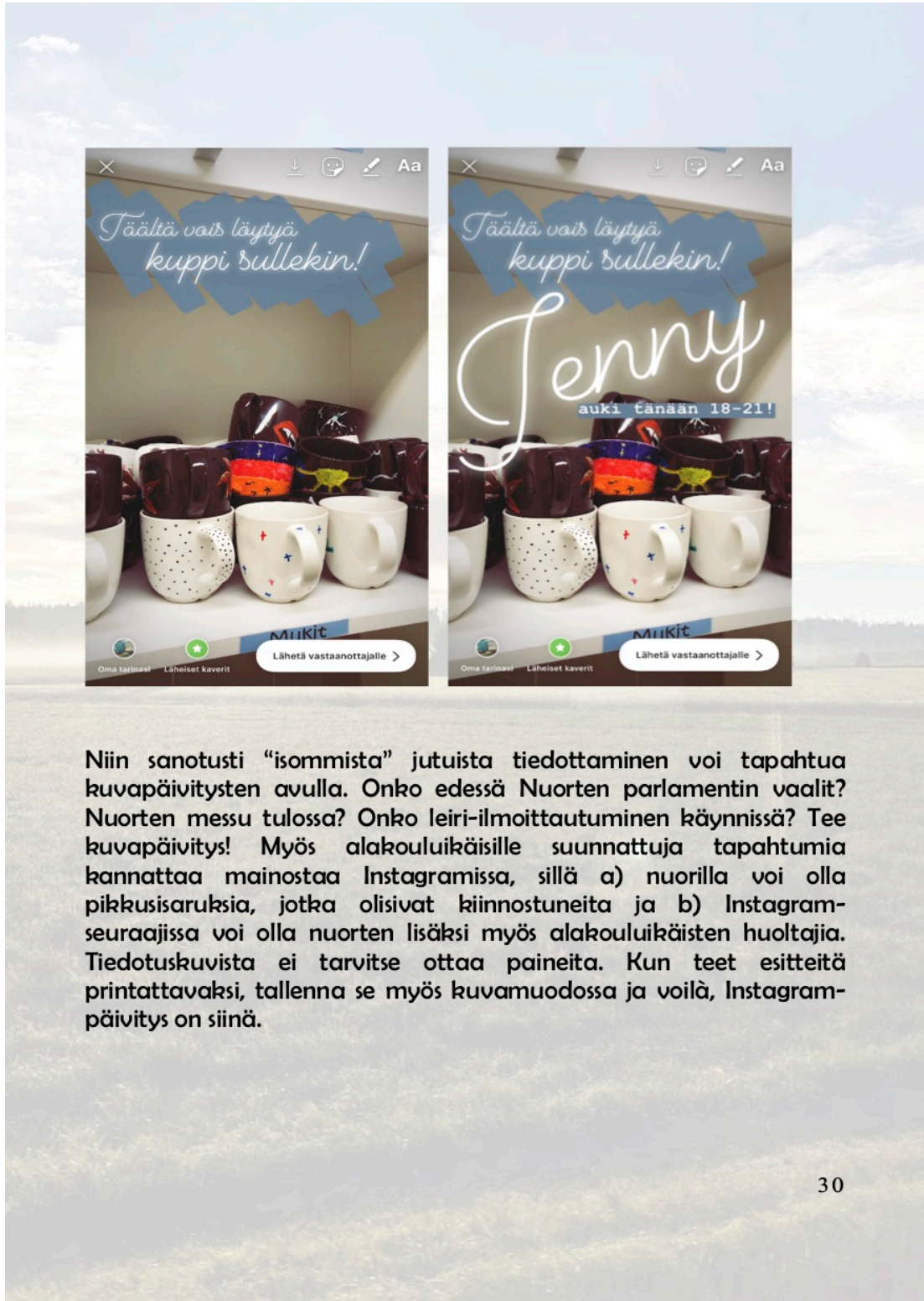
Esimerkkejä:

Tiedottaminen Instagramissa

Instagramia kannattaa myös edelleen hyödyntää toiminnasta tiedottamiseen. Kun Instagramissa on muutakin sisältöä, tiedottaminen voi jopa erottua edukseen. Myös tiedottamisen täytyy olla kiinnostavalla tavalla tehtyä. Kiinnostavaan mainostukseen täytyy nähdä jonkin verran vaivaa, mutta ei välttämättä paljon. Jos olet esimerkiksi tehnyt tiedotteen nettisivuja varten tai printattavaksi, tallenna se kuvamuotoon ja lataa se myös Instagramiin!

Ota kuvia mahdollisimman paljon. Tiedottamisessa ei ole myöskään väärin käyttää jo olemassa olevaa materiaalia. Jos sinulla on tallessa vaikka jokin kiva kuva tapahtumasta edellisvuodelta, hyödynnä kuvaa tiedottamisessa. Helpotat omaa työtäsi sillä, kun räpsit kuvia varastoon kaikissa mahdollisissa tilanteissa ja tapahtumissa.

Vaikka nuorten illat eivät olekaan ainoa, mitä nuorisotyössä tapahtuu, ovat ne kuitenkin aika olennainen osa sitä. Nuorten illat ovat toistuvia ja ajankohta pysyy usein samana, joten niistä voisi tiedottaa Instagramin Storiesissa. Instagram Storiesit näkyvät aina aikajärjestyksessä, joten joku nuori voi bongata niitä katsellessaan vinkin nuorten illasta ja tulla paikalle.



Niin sanotusti “isommista” jutuista tiedottaminen voi tapahtua kuvapäivitysten avulla. Onko edessä Nuorten parlamentin vaalit? Nuorten messu tulossa? Onko leiri-ilmoittautuminen käynnissä? Tee kuvapäivitys! Myös alakouluikäisille suunnattuja tapahtumia kannattaa mainostaa Instagramissa, sillä a) nuorilla voi olla pikkusisaruksia, jotka olisivat kiinnostuneita ja b) Instagram-seuraajissa voi olla nuorten lisäksi myös alakouluikäisten huoltajia. Tiedotuskuvista ei tarvitse ottaa paineita. Kun teet esitteitä printattavaksi, tallenna se myös kuvamuodossa ja voilà, Instagram-päivitys on siinä.

YouTube



Youtube on suosittu sosiaalisen median väline, jossa jaetaan tietoa, opetetaan, keskustellaan, viihdytetään ja ties mitä muuta. Tämä pohjaton kultakaivos on työpaikoillekin tuttu työväline, jossa on mahdollista tehdä tavoitettavaa nuorisotyötä.

Seurakunnat voivat Youtubea hyödyntää monin tavoin, eikä aloittaminen vaadi hirveästi. Riittää, että on puhelin, jossa on toimiva kamera ja jonkin sortin editointiohjelma. Editointiohjelmaa löytyy niin Androidille kuin iOSille ilmaiseksi. Tämä toki vaatii hieman syventymistä, mutta on pidemmällä akselilla erittäin kannattavaa!

PROTIP #9:

FilmoraGo on hyvä editointisovellus Androidille. iMovie on peruskäyttöön hyvä iOS-järjestelmissä.

Mitä sisältöä Youtubeen tehdään?

Youtube on mainio kanava esitellä laajemmin seurakuntaa ja sen toimintaa. Kun Snapchat ja Instagram on enemmän hetkittäistä päivittämistä varten, Youtubessa on mahdollisuus tehdä sisältöä, joka on ajankohtaista pidemmän aikaa. Lisäksi erilaisia tapahtumia on mahdollisuus taltioida ja esitellä Youtubessa.

Hartaudet, pienet opetushetket ja raamattuhetket sopivat myös Youtubeen. Videolla on mahdollisuus pitää pieni hartaus opetuksen kera. Lisäksi erilaiset tempaukset, esimerkiksi joulukalenteri tai videosarja haluamasta aiheesta voi olla hyvä tapa saada lisää katsojia.

Niin sanotut “my day”-videot eli suoraan suomennettuna “minun päiväni” ovat monelle myös kiinnostavaa sisältöä. Tämä voi työntekijälle olla helppo tapa esitellä omaa työtään ja kertoa vähän arjesta työntekijänä seurakunnassa. Tämän lisäksi myös keskustelua herättävät videot, joissa puhutaan ajankohtaisesta aiheesta, voivat olla mahdollisuus lisätä keskustelua.

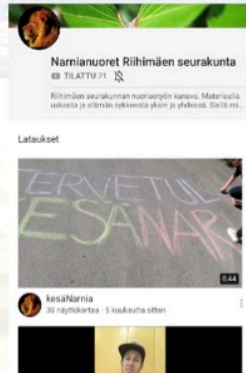
PROTIP #10:

Videoissa, joissa ilmaistaan mielipiteitä, kannattaa ottaa huomioon, että ihmiset voivat olla eri mieltä. Jotkut osoittavat sen kivasti, jotkut vähän vähemmän kivasti. Kommentteihin kannattaa suhtautua huumorimielellä, eikä ottaa pahasti. Provosoiivat kommentit kannattaa ottaa vain huumorilla.

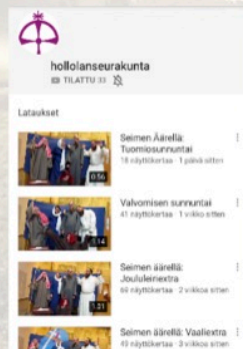
PROTIP #11:

Youtube on väline, joka vaatii vähän aikaa ja vaivautumista. Kannattaa siis suunnitella Youtubeen tehtäviä videoita hyvissä ajoin ja varata aikaa työkalenteriin videon koostamiselle.

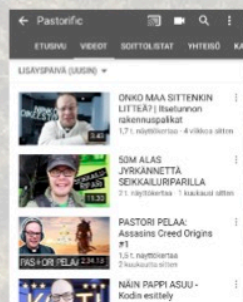
Esimerkkejä seurakunta-aiheisista Youtube-kanavista:



Riihimäen seurakunnan nuorisotyöllä on käytössään oma Youtube-tili, josta löytyy mm. minihartauksia ja videoita työntekijöiden päivistä.



Hollolan seurakunnan nuorisotyön tiimi tekee Youtubeen videosarjaa nimeltään Seimen Äärellä. Videosarjassa käsitellään ajankohtaisia asioita huumorin keinoin.



Pastorific eli Jussi Koski on nuorisopappi Espoosta, joka tekee videoita elämästä pappina. Hänen kanavallaan on hyvin monipuolista sisältöä: mm. my day -videoita, asiavideoita sekä pelivideoita.

Loppusanat

Duunari somettaa-oppaan tekeminen oli meille pitkä, mutta antoisa ja hauska prosessi. Kiitämme Kannelmäen seurakuntaa ja erityisesti nuorisotiimiä mahdollisuudesta tehdä opinnäytetyömme teille.

Toivomme, että opas auttaa teitä, Duunarit, löytämään uuden näkökulmaan sosiaalisen median työn tekemiseen työssänne. Tavoittemme on, että saatte jotain uutta annettavaa sille hienolle työlle, jota teette.

Muistutamme vielä, että somessa työskentely on jatkuvaa ihmettelemistä, oppimista ja kokemista. Olkaa siis avoimia ja ottakaa ilo irti somesta!

Kiittäen,

Elisa Lemmetty & Sara Mahlamäki