

OPINNÄYTETYÖ⁺

Sote-järjestöjen digitaalisen viestinnän osaamistarpeet

Oona Marjamäki

Yhteisöpedagogi (AMK)

Järjestö- ja nuorisotyö

(210 op)

12/2023

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu

Koulutuksen nimi: Yhteisöpedagogi (AMK), Järjestö- ja nuorisotyö

Tekijät: Oona Marjamäki

Opinnäytetyön nimi:

Sivumäärä: 38 ja 8 liitesivua

Työn ohjaaja: Kristiina Vesama

Työn tilaaja: Moniosajat-hanke

Digitaalinen viestintä on tämän päivän yhteiskunnassa olennainen toimintakenttä niin kansalaisten kuin järjestöjenkin näkökulmasta. Viimeisen kymmenen vuoden aikana esimerkiksi viestinnässä käytettävien välineiden ja alustojen määrä on kasvanut huomattavasti. Tämä kehitys tarkoittaa toisaalta siis sitä, että kaikkien yhteiskunnan jäsenten, myös järjestöjen, on huomioitava digitaaliseen viestintään liittyvät käyttömahdollisuudet.

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin digitaaliseen viestintään liittyvä kehittämistyö Moniosajat-hankkeelle. Hankkeen tavoitteena on edistää ja kehittää sosiaali- ja terveysjärjestöjen toimijoiden osaamista digitaaliseen viestintään liittyen, ja sen toiminta-alueita ovat Kanta-Häme ja Uusimaa hyvinvointialueet. Pääpaino tässä kehittämistyössä oli digitaaliseen viestintään liittyvän koulutusehdotuksen laatiminen, jota hankkeessa voitaisiin tulevaisuudessa hyödyntää sote-järjestöjen koulutuksissa.

Marraskuussa järjestettiin työpaja, jossa sote-järjestöissä työskentelevät henkilöt pohtivat digitaalista viestintää eri kohderyhmien osalta. Kohderyhmiä olivat hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät, toimittajat, rahoittajat sekä potentiaaliset uudet toimijat. Tarkoituksena oli kerätä järjestötoimijoiden näkemyksiä järjestöjensä digitaaliseen viestintään liittyen sekä käytössä olevien menetelmien että tulevaisuuden kannalta käyttökelpoisten uusien tapojen suhteen. Näistä näkemyksistä muodostui aineisto, jota analysoitiin luokittelemalla näkemykset toisintaviin sekä ennakoiviin ja uudistaviin.

Aineiston pohjalta tehtyjen havaintojen pohjalta laadittiin tuotoksena koulutusehdotus, johon sisältyi viisi eri viestinnän osa-alueita. Ehdotuksen mukaan koulutuksessa olisi tarkoitus käsitellä kaikkia eri osa-alueita, jolloin esimerkiksi osallistuvien järjestöjen osaaminen ja kehitystarpeet digitaalisen viestinnän osalta tulevat näkyviksi myös osallistujille itselleen.

Asiasanat: sosiaali- ja terveysjärjestöt, digitaalinen viestintä, osaamistarpeet

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences

Name of the Degree Programme: Community educator, NGO and youth work

Author: Oona Marjamäki

Title: Social welfare organisations for digital communication competence needs

Number of Pages: 38 and 8 attachment pages

Supervisor: Kristiina Vesama

Commissioned by: Multitalents-project

In today's society, digital communication is an important area of activity for all citizens and NGOs alike. For example, the last ten years have seen a considerable increase in the number of tools and platforms used for communication. This development means, on the one hand, that all members of society, including organisations, need to take into account the possibilities of using digital communication.

In this thesis, digital communication development work was carried out for the Multitalent project. The project aims to promote and develop the digital communication skills of social and health care organisations, and its area of operation is the welfare regions of Kanta-Häme and Uusimaa. The focus of this development work was to develop a training proposal on digital communication, which could be used in future trainings for social welfare organisations.

In November, a workshop was organised where people working in social welfare organisations discussed digital communication for different target groups. The focus groups included welfare decision-makers and employees, journalists, sponsors and potential new participants. The aim was to gather the views of organisations on their NGOs' digital communications, both in terms of existing methods and new ways that could be used in the future. These views were analysed by classifying them as alternative, future-oriented and innovative.

Based on the findings from the data, a training proposal was developed as an output, including five different areas of communication. The proposal was that the training should cover all the different fields, so that, for example, the knowledge and development needs of the participating organisations in the field of digital communication become visible to the participants themselves.

Keywords: Social and Health organization, digital communications, competence needs

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	6
2	KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHDAT.....	8
	2.1 Työn tarve ja tavoitteet	8
	2.2 Moniosaajat-hanke tilaajan roolissa.....	8
	2.3 Sosiaali- ja terveystieteiden järjestöt Suomessa	11
	2.4 Hyvinvointialueet järjestöjen näkökulmasta.....	13
3	JÄRJESTÖJEN VIESTINTÄ	15
	3.1 Viestintä nykyisissä välineissä.....	15
	3.2 Järjestön vaikuttava viestintä sosiaalisessa mediassa	17
	3.3 2020-luvun uudet haasteet viestinnässä	18
4	KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS.....	21
5	AINEISTON ANALYYSI	23
	5.1 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät.....	24
	5.2 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä toimittajat.....	25
	5.3 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä rahoittajat	26
	5.4 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä potentiaaliset uudet toimijat.....	27
6	TUOTOKSET JA TULOKSET	28
	6.1 Sote-järjestöt tulevaisuuden tekijöinä -kyselyn keskeiset tulokset: viestintä ja digitalisaatio	28
	6.2 Työpajassa kerätyt tulokset verrattuna kyselyn tuloksiin	31
	6.3 Tuotos: koulutussuunnitelma aiheesta järjestöviestintä.....	32

7	POHDINTA.....	36
	7.1 Johtopäätökset/Kehitysehdotukset.....	36
	7.2 Tilaajan palaute.....	37
	7.3 Kehittämistyön tutkimuseettisistä tarkasteluna ja saavutettavuus	39
	7.4 Prosessin itsearviointi	40
	LÄHTEET	42
	LIITTEET	45

1 JOHDANTO

Tämän päivän yhteiskunnassa digitaalisuus ja digitaalinen ympäristö ovat muodostaneet erittäin olennaisen ja tärkeän alueen ihmisen elämän ja toiminnan kannalta. Toisin sanoen ihmiset viettävät yhä enemmän aikaa erilaisten laitteiden ja koneiden ääressä niin tiedon kuin viihdykkeenkin pariin syventyen. Digitaalisen maailman merkityksen kasvu on kuitenkin tapahtunut niin nopeasti, että siinä mukana pysyminen on ammattilaisellekin haastavaa, saati esimerkiksi järjestössä toimivalle tai vapaaehtoistyötä tekeväälle. Kasvokkain tapahtuvan kohtaamisen sijaan onkin korostunut yhä enemmän verkon ja digitaalisten alustojen kautta tapahtuva viestintä ja kommunikaatio. Näin ollen esimerkiksi Suomessa toimivien järjestöjen toimijat tarvitsevatkin apua ja neuvoja digitaalisen toimintaympäristön hyödyntämiseen niin uusien jäsenten kuin rahoituksenkin hakemisen näkökulmista.

Tätä kehittämistyötä on toteutettu Moniosaajat-hankkeelle. Kehittämistarve oli noussut esille hankkeen tekemässä kyselyssä, jonka kohderyhmänä oli Kanta-Hämeen ja Uudenmaan hyvinvointialueella toimivat sosiaali- ja terveysjärjestöt. Näihin kuuluvat niin kaikki vammais-, potilas- ja kansansairausjärjestöt kuin lasten ja nuorten hyvinvointia tukevat järjestöt, joten järjestöjen kirjo on suuri. Kehittämistyön aihe keskittyy sosiaali- ja terveysjärjestöjen digitaaliseen viestintään, joka oli Moniosaajat-hankkeen tekemässä kyselyssä noussut yhdeksi kehittämisteemaksi. Järjestöt ovat olleet keskeisessä roolissa suomalaisessa yhteiskunnassa hyvinvointipalvelujen kehittämisen suhteen (SOSTE 2020). Hankkeen tekemän kyselyn mukaan moni sotejärjestö kaipaa kuitenkin kehittämistä toiminnan jatkuvuuden varmistamisen suhteen, ja yksi esimerkki kehittämistarpeesta on uusien vapaaehtoisten sitouttaminen toimintaan. Vapaaehtoisten keski-ikä on myös noussut viimeisten vuosien aikana korkeaksi, mikä saattaa vaikuttaa osaamis- ja kehittämistarpeeseen esimerkiksi digitaaliseen viestintään liittyen.

Kehittämistyössä keskitytään digitaaliseen viestintään. Sosiaali- ja terveysjärjestöjen toimintakenttä on viimeisten vuosien aikana muuttunut digitalisaation sekä soteuudistuksen ja hyvinvointialueiden aloittamisen myötä. Digitaaliseen viestintää liittyen on tullut myös uusia erilaisia apuvälineitä, joista yksi on Chat GBT -tekoälyohjelma. Tekoälyn hyödyntäminen on vielä lapsen kengissä, koska sen luotettavuutta ja hyötyä ei vielä välttämättä osata nähdä. Asiantuntijat toteavat kuitenkin, että tekoäly kannattaa ottaa mahdollisimman aikaisin käyttöön, jotta sitä osaa hyödyntää oikein. Erilaisten apuvälineiden lisäksi myös lainsäädäntö

vaikuttaa esimerkiksi digitaalisen viestinnän saavutettavuuteen ja ymmärrettävyyteen liittyvään toimintaan.

Tämän kehittämistyön tavoitteena on siis laatia Moniosaajat-hankkeen hyödynnettäväksi koulutusaihe-ehdotus, jossa esitellään digitaaliseen viestintään liittyviä ja koulutuksissa hyödynnettäviä teemoja. Tämänlaisen koulutuksen tavoitteena voisi olla esimerkiksi juuri järjestöjen digitaalisen viestinnän osaamisen ja taitojen kehittäminen. Tässä kehittämistyössä edellä mainituista järjestöistä käytetään sotejärjestöt -käsitettä, joka on sisällöllisesti samanlainen kuin sosiaali- ja terveysjärjestöt -käsite.

2 KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Työn tarve ja tavoitteet

Keväällä 2023 aloittanut Moniosaajat-hanke, jonka toiminta-alueena ovat Kanta-Häme ja Uudenmaan hyvinvointialueet, ja hankkeen kohderyhmänä ovat alueella toimivat sotejärjestöt. Hankkeen tarkoituksena on parantaa sotejärjestöjen omaa osaamista ja auttaa kehittämään järjestöä. Keväällä 2023 hankkeessa toteutettiin Sote-yhdistykset tulevaisuuden tekijöinä-niminen kysely, jonka tarkoituksena oli kartoittaa sotejärjestöjen osaamista. Sotejärjestöjen toimintakenttä on viimeisten vuosien aikana muuttunut digitaalisuuden ja soteuudistuksen myötä, minkä takia Moniosaajat-hankkeen kaltaisille hankkeille on tarvetta. (Moniosaajat 2023b.)

Tämän kehittämistyön teemaksi ja aiheeksi valikoitui yhteiskunnallisestikin tärkeä aihe: viestintä. Viestinnän laajuuden ja monipuolisuuden takia kehittämistyön aihetta rajattiin yhdessä tilaajan kanssa, jolloin päähuomio suunnattiin digitaalisen viestinnän sekä erityisesti sosiaalisen median erilaisten alustojen hyödyntämiseen. Lisäksi huomiota kiinnitetään tässä kehittämistyössä erityisesti sote-järjestöjen ulkoiseen viestintään erilaisten kohderyhmien suuntiin. Tavoitteena on luoda kehittämistyön aikana Moniosaajat-hankkeelle suunnitelma digitaaliseen viestintää liittyvää koulutusta ajatellen. Suunnitelman tarkoitus on auttaa digitaaliseen viestintään liittyvän koulutuspäivän koulutusten suunnittelussa, jotta koulutus kykenisi vastaamaan järjestöjen kehittämis- ja osaamistarpeisiin. Koulutussuunnitelmaan löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta (Liite 9).

2.2 Moniosaajat-hanke tilaajan roolissa

Kehittämistyön tilaajana toimii keväällä 2023 startannut Moniosaajat-hanke, jonka tarkoituksena on vahvistaa osaamisen kehittämistä sosiaali- ja terveysjärjestöissä sekä ja lisätä työkaluja kehittämisen suhteen. Hankkeessa on mukana kaksi organisaatiota, Humanistinen ammattikorkeakoulu ja Kuntoutussäätiö, jotka jakavat vastuun tasapuolisesti hankkeen aikana. (Moniosaajat 2023a.) Humanistinen ammattikorkeakoulu tarjoaa opetusta ja tutkintomahdollisuuksia ympäri Suomen ja osallistuu ja tuottaa opetuksen ohella erilaisia projekteja, joilla edistetään tutkimus-, kehittämis- ja innovaatio toimintaa. (Humak 2023).

Kuntoutussäätiö puolestaan on kuntoutuksen suunnannäyttjä ja organisaation tavoitteissa on kerrottu, että he visioivat vetovoimaisia kuntoutukseen tarkoitettuja kehittämissympäristöjä. Osaamisalueena säätiöllä on työkykyä, toimintakykyä ja sosiaalista osallisuutta edistävä toiminta ja sen kehittäminen. Toiminnassaan kuntoutussäätiö yhdistää asiakaskokemuksen korkeatasoiseen monitieteellisiin tutkimuksiin, joilla he uudistavat kuntoutusmalleja ja kuntoutusjärjestelmää sekä innostavat kehittämiseen asiantuntijoista asiakkaisiin. (Kuntoutussäätiö 2022.)



Kuva 1 Moniosaaajat-hankkeen logo. Kuva: Moniosaaajat 2023a.

Moniosaaajat-hanke on kolmivuotinen ESR+ -rahoitteinen vuosina 2023–2025 toimiva, joka on jaettu suunnitelmallisesti porrasmaisiin askelmiin. Hankkeen toiminta-alueina ovat Kanta-Hämeen ja Uusimaan hyvinvointialueet, ja tavoitteena on edistää ja kehittää alueiden sotejärjestöjen osaamistarpeita sekä luoda järjestöille työkaluja osaamisen ylläpitämiseen. Jotta hanke saisi mahdollisimman realistisen ja päivitetyn kuvan sotejärjestöjen tilasta, toteutettiin vuoden 2023 keväällä laajamittainen kysely hankealueella (Kanta-Häme ja Uusimaa) toimiviin sosiaali- ja terveysjärjestöihin. Kyselyn tulosten perusteella esiin nousi useisiin eri kategorioihin liittyviä huomioita, joista tässä opinnäytetyössä keskitytään digitaalisen viestinnän teemaan. (Moniosaaajat 2023c, 4; 2023b.) Kyselyn tuloksiin palataan myöhemmin tarkemmin.

Moniosaaajat-hanke on kolmivuotinen ja ESR+ -rahoitteinen. Hankkeen rakenne koostuu valmistelusta, suunnittelusta, toteuttamisesta ja projektin päättämisestä ja keskeisenä tarkoituksena on kehittää ja innovoida suunnitelmallisesti hankkeeseen valittua teemaa. Tämän

takia hankkeen aikataulu on tiukka ja suunnitelmat sekä tavoitteet asetetaan niin, että kaikki on mahdollista suorittaa aikataulussa.

ESR+ -rahoitus on Euroopan sosiaalirahaston antama rahoitus, joka myönnetään EU jäsenmaille vuosittain anomusten perusteella. Rahoitusta voi hakea vain tiettyyn teemaan liittyvää projektiin tai kehitys- tai innovaatioideaan neljästä erilaisesta rahoitusvälineestä: Euroopan sosiaalirahastosta (ESR), vähävaraisimmille suunnatun eurooppalaisen avun rahastosta (FEAD), nuorisotyöllisyysaloitteesta (YEI) ja Euroopan työllisyyttä ja sosiaalista innovointia koskevasta ohjelmasta (EaSI). ESR+ -rahoitus tulee yhteisrahoituksella EU:n talousarvioista ja ESR+:n määrärahoja on vuosina 2021–2027 tarkoituksena jakaa lähes 99,3 miljardia euroa erilaisille hankkeille, projekteille, yrityksille tai kouluille (European social fund 2021). Tämä kaikki raha on mennyt EU:n työllisyys-, sosiaali-, koulutus- ja osaamispolitiikan toteuttamiseen ja näiden alojen rakenneuudistuksiin (Euroopan komissio 2021). Erilaisiin hankkeeseen on mahdollista saada myös muunlaisia rahoituksia, joita voi tarjota niin EU kuin myös valtio tai jotkin muut hankkeeseen osallistuvat toimijat. (Mäntyneva 2016).

2.3 Sosiaali- ja terveysjärjestöt Suomessa

Järjestöt ja yhdistykset ovat ihmisten yhteisen tavoitteiden, arvojen tai intressin pohjalta muodostettuja yhteisöjä, joiden määrä Suomessa lasketaan tuhansissa. Rekisteröityjen järjestöjen ja yhdistysten lisäksi Suomessa toimii runsaasti rekisteröimättömiä ryhmiä, kerhoja, klubeja ja muita ihmisten muodostamia yhteisöjä. Yhdistyksen toimintaan ei kuulu taloudellisen voiton tavoittelu eli yhdistyksen toiminta ei saa tuottaa yhdistykselle rahallista hyötyä samalla tavalla kuin yrityksellä. (Harju 2020.)

Sosiaali- ja terveysjärjestöt ovat voittoa tavoittelemattomia yhdistyksiä, joiden tehtävänä on tukea hyvinvointialueen palveluita kolmannen sektorin toimijoina. Vuonna 2020 Suomessa oli runsaat 11 000 sosiaali- ja terveysalan järjestöä, minkä lisäksi lukuisia liikunta-, kulttuuri- ja pelustusalan järjestöjä. Sotejärjestöjen tarkka määrittely on haastavaa järjestöjen moninaisuuden ja toiminnan tavoitteiden monipuolisuuden takia. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023.)

Sotejärjestöjen työ keskittyy haavoittuvassa asemassa oleviin ryhmiin ja heidän toimintakykynsä tukemiseen ja järjestöjen tehtäviin kuuluu muun muassa organisoida vapaaehtoisia ja vertaistoimintaa, tarjota erilaisia neuvontapalveluita, arjessa selviytymiseen apua ja tukea, yksinäisyyden ehkäisyä sekä virkistys- ja harrastustoimintaa. Järjestöjen rooli onkin erittäin keskeinen suomalaisessa hyvinvointiyhteiskunnassa, ja järjestöt ovatkin olleet keskeisesti mukana kehittämässä ja tuottamassa palveluita ja tulevaisuutta. Lisäksi järjestöt ovat vaikuttaneet sosiaali- ja terveysalan ammatilliseen kehitykseen ja nostaneet esille eri ihmisryhmien tarpeita sekä yhteiskunnallisia epäkohtia. (SOSTE, 2020.)

SOSTE eli Suomen sosiaali ja terveys ry on valtakunnallinen kattojärjestö sosiaali- ja terveysalan järjestöille. Se on koonnut yhteen yli 10 vuoden ajan yli 250 sosiaali- ja terveysalan järjestöä sekä yhteistyöjäsentahoja. SOSTE on vuodesta 2018 tehnyt järjestöbarometriä, jossa he mittaavat ja kartoittavat sosiaali- ja terveysjärjestöjen tilannetta Suomessa. (SOSTE, 2020; SOSTE 2023.)

Järjestöjen tulevaisuutta kartoittanut Tulevaisuuden näkymät järjestöissä -kyselyn Osana yhteistä ratkaisua Oy:n toimesta ja viimeisimmän kerran kysely on tehty vuoden 2023 keuhällä (25.5.–22.6. 2023). Kysely suunnattiin 500 suurimmalle järjestölle, joista vastasi n=133, joka on siis vastausprosenttiltaan 26,6 %. Näistä 37 % oli sosiaali- ja terveysalan järjestöjä, joissa on ollut enemmän kuin 10 palkattua työntekijää. (Toikkanen 2023, 3.)

Edellinen kysely samasta teemasta tehtiin vuonna 2021, jolloin elettiin vielä koronapandemian aikaa. Todennäköisesti korona vaikutti tuloksiin enemmän kuin vuonna 2023 tehdyssä kyselyssä, jossa nousi esiin samanlaisia vastauksia kuin Moniosajat-hankkeen tekemässä kyselyssä. Sosiaali- ja terveysjärjestöjen viestinnällinen osaaminen on siis valtakunnallisesti melko hyvällä tai kohtalaisella tasolla (Toikkanen 2023).

Osana yhteistä ratkaisua Oy teki jutun omaan kyselyynsä liittyen, jossa he nostavat suuren huolen kaikkien Suomessa toimivien yhdistyksien ja järjestöjen puolesta. Jutussa kerrottiin, kuinka heidän mielestään järjestöt ovat juuttuneet vanhoihin toimintamalleihinsa. Selvityksen perusteella järjestöjen toimintaympäristöt ovat muuttuneet niin vauhdilla, että järjestöt ovat jääneet jälkeen tai jopa pudonneet kehityksen kyydistä. (Toikkanen 2021.)

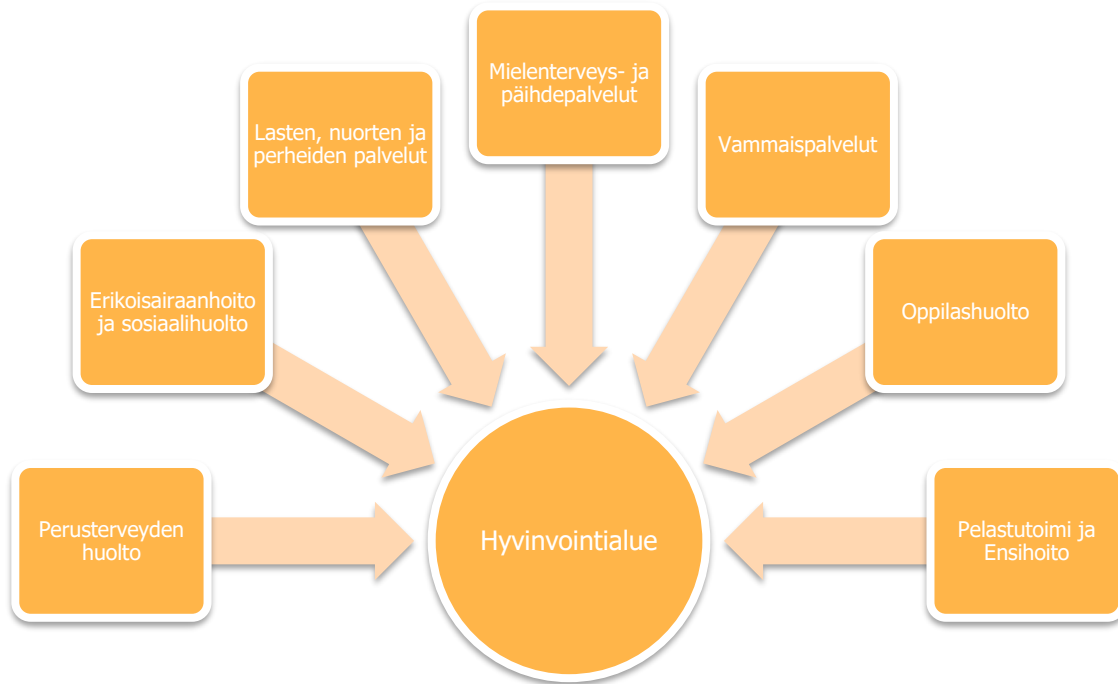
Monimutkaisuuden kasvaessa järjestöissä pitää osata entistä useampia asioita”, summaa järjestöjen strategiavalmentaja Petri Toikkanen. ”Perinteinen järjestötoiminta kaipaa uudistamista pysyäkseen vetovoimaisena. (Toikkanen 2023.)

Toikkasen mukaan keskeisimmät tulevaisuuden haasteet järjestöille ovat avustusrahoitusten väheneminen, työntekijöiden jaksaminen sekä vapaaehtoisten heikko sitoutuminen tehtäviinsä, jäsenmäärän lasku ja viestinnän vaatimusten ja odotusten muutokset. Koronapandemia vaikutti joltain osin järjestöjen toimintaan, esimerkiksi digitaalisiin toimintaympäristöihin siirtymisen kautta. Samalla pandemia aiheutti digitaalisen etäpalveluiden hyödyntämisen kehitysloikan, jossa kaikki eivät ole pysyneet mukana. Tulevaisuuden näkymät järjestöissä- kyselyssä, joka suoritettiin vuonna 2021 ensimmäisen kerran, kerättiin harvinaislaatusesti koko järjestökentältä, minkä takia on vaikeaa hahmottaa, mitä juuri sosiaali- ja terveysjärjestöt ovat kyselyssä vastanneet. Järjestöjen yleinen osaaminen viestinnässä on kuitenkin nostettu tapetille jo muutama vuosia aiemmin. Olennaista olisi selvittää järjestöjen digitaalisen osaamisen tarkka taso. Digitaalisen viestinnän osaaminen ei siis näillä tiedoilla kosketa vain sotejärjestöjä vaan koko Suomen järjestökentän järjestöjä taustasta riippumatta. (Toikkanen 2021.)

2.4 Hyvinvointialueet järjestöjen näkökulmasta

Suomessa tehtiin vuonna 2021 lakiuudistus, jossa kuntien lailla säädetyt sosiaali- ja terveyspalvelut siirrettiin hyvinvointialueiden vastuulle (Valtioneuvosto 2023). Hyvinvointialueet ja kunnat ovat kuitenkin tämän muutoksen jäljiltä yhdessä vastuussa kansalaisten hyvinvoinnin ja terveyden edistämisestä (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023b). Hyvinvointialueet ovat kunnista ja valtiosta erillisiä julkisoikeudellisia yhteisöjä, jolla on alueellinen itsehallinto, ja hyvinvointialueet luovat keskenään tytäryhteisöjen kanssa hyvinvointialueenkonseptin (mt. 2023). Hyvinvointialueen päättäjät valitaan aluevaaleilla, jotka pidetään vuodesta 2025 eteenpäin samaan aikaan kuntavaalien kanssa (Oikeusministeriö 2022). Hyvinvointialueella on valtuuston lisäksi myös kolme muuta vaikuttamiselintä: nuorisovaltuusto, vanhusneuvosto ja vammaisneuvosto (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023a). Hyvinvointialueiden ja kuntien odotetaan tekevän yhteistyötä myös paikallisten järjestöjen toimintaedellytysten takaamisen suhteen, sillä järjestöt tavoittavat laajasti ihmisiä, ja niiden toiminnalla edistetään ja vahvistetaan asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja turvallisuutta. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023b.)

Hyvinvointialueen tarkoituksena on vakauttaa ja parantaa terveys- ja sosiaalipalveluita ja tehdä palveluista yhdenvertaisempia, kaventaa hyvinvointi- ja terveyseroja sekä hillitä kustannusten kasvua. Hyvinvointialueet saavat rahoituksen valtiolta, minkä takia alueilla ei toistaiseksi verotusoikeutta. Ennen hyvinvointialueita kunnat järjestivät lailla määrätyt sosiaali- ja terveyspalvelut. Suomi on jaettu 21 hyvinvointialueeseen, jotka on muodostettu maakuntien pohjalta, mutta poikkeuksena on Uudenmaan maakunta, joka on jaettu neljään hyvinvointialueeseen. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023a.)



Kuvio 1 Hyvinvointialueen tuottamat palvelut. Ks. Sosiaali- ja terveysministeriön (2023a).

Hyvinvointialueen tehtäviin kuuluvat perusterveydenhuollon, erikoissairaanhoidon sekä sosiaalihuollon järjestäminen, lasten, nuorten ja perheiden palveluiden tarjoaminen, työikäisten palvelut, mielenterveys- ja päihdepalvelut, vammaispalvelut, oppilashuolto, pelastustoimi sekä ensihoito. Näiden lisäksi yksityinen sektori sekä kunta täydentävät palveluita omilla palveluillaan. Esimerkiksi kunnan vastuulla on jatkossakin päivähoido, opetuksen tarjoaminen sekä liikunta ja kulttuuri, jotka edistävät kuntalaisten terveyttä ja hyvinvointia (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023a.)

Kaikkien näiden lisäksi sosiaali- ja terveysjärjestöjen tehtävänä on omalla toiminnallaan täydentää julkisia palveluita. Hyvinvointialueen on tärkeää tehdä yhteistyötä paikallisten sotejärjestöjen kanssa, jotta saadaan kehitettyä parempaa ja monipuolisempaa palvelua hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseksi. Hyvinvointialueella toimivat sotejärjestöt tavoittavat laajasti hyvinvointialueella asuvia asukkaita, jonka takia asukkaiden terveyttä, hyvinvointia ja turvallisuutta saadaan yhteistoiminnalla edistettyä ja vahvistettua. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2021, 23.) Sotejärjestöt ovat myös merkittäviä vaikuttajia sekä työllistäjiä, kun ne järjestävät erilaisia harrastus- ja virkistys toimintaa, joka edistää hyvinvointia ja terveyttä (Sosiaali- ja terveysministeriö 2023b).

3 JÄRJESTÖJEN VIESTINTÄ

3.1 Viestintä nykyisissä välineissä

Viestinnän tarkoituksena on vaikuttaa toisen ajatteluun, toimintaan, tunteisiin sekä mielipiteisiin ja se muodostaa vuorovaikutuksen olennaisen tekijän. Ihmisellä on kyky tarinalliseen kerrontaan ja laumaeläimelle tyypillinen tapa kertoa asioista onkin periytynyt ihmisille historiasta tähän päivään. Nykypäivän viestintää helpottavat ja nopeuttavat huomattavasti erilaiset teknologiset ja digitaaliset laitteet, mutta ihmisille tarinallinen kertominen on edelleen hyvin luonteva tapa viestiä. Tarinallisuutta voikin nähdä kirjallisuudessa, elokuvissa ja sarjoissa sekä erilaisissa peleissä ja esimerkkinä tarinallisuudesta voisi olla somejulkaisu, jossa käytetään #-merkkiä kertomaan, millaisia tunteita, ajatuksia ja kokemuksia julkaisu on herättänyt. (Juholin 2022; Lassila-Merisalo 2020.)

Viestintä on tietoinen tapa vaikuttaa toiseen ihmiseen erilaisilla keinoilla, kuten edelläkin ilmaistiin. Tämän takia yleisimmät kysymykset viestinnän yhteydessä ovatkin: mitä, miten, kenelle ja miksi. Vaikuttamisessa keskeistä on nähdä hyöty, joka vastaanottajalle tulee viestin saamisesta. (Strellman & Svinhufvud 2020.) Viestin ymmärrettävyyteen vaikuttavat myös erilaiset sanalliset valinnat, jotka korostuvat erityisesti digitaalisessa viestinnässä. Ihmisellä on kieli, jonka kautta hän voi ymmärtää itseään ja muita sekä tulla ymmärretyksi, minkä takia kielellinen saavutettavuus reaali- ja digimaailmassa on tärkeä ymmärtää. (Heikkinen 2020.)

Viestinnässä yksi tärkeimmistä tavoista levittää informaatiota on disseminaation hyödyntäminen. Disseminatio tarkoittaa siis mallia, jossa viestiä levitetään laajasti monella erillisellä kanavalla. Sitä käytetään niin tieteellisissä tutkimuksissa kuin normaalissa tiedonvälityksessä ja tarkoituksena on varmistaa, että tieto saavuttaa mahdollisimman hyvin kohderyhmän. Disseminaatiossa on myös keskeistä se, että viesti ymmärretään oikein. Mallin tavoitteena on vähentää kohderyhmän tuntemaa epävarmuutta ja mahdollisen disinformaation käyttöä sekä tuoda selkeyttä viestintään. Tärkein asia disseminaation käytössä on se, että jaettava viesti on kohderyhmälle sekä saavutettava että ymmärrettävä. Tekstin muotoilla, räätelöimisellä ja selkeydellä viesti on helpommin ymmärrettävissä. Nykyisessä yhteiskunnassa ja erityisesti sosiaalisessa mediassa tekstin lisäksi on erilaisia audiovisuaalista sisältöä. (Juholin 2022.)

Muutos viestinnässä on jatkuvaa, jolloin etiikan ja vastuullisuuden merkitykset korostuvat. Viestintää ohjaavat lait ja asetukset sekä etiikkaan liittyvät kysymykset oikeasta ja hyvästä sekä vastuusta kohderyhmää ja yhteiskuntaa kohtaan. Etiikkaa tarvitaan ennakoivaan suunnitteluun sekä toimintaan ja toiminnan seurausten jälkipuintiin. Vastuullisuudella viitataan velvollisuuteen kohderyhmälle, mutta se tarkoittaa myös kohderyhmän odotuksiin vastaamista. Organisaatiot ovat osa yhteiskuntaa ja niiden pitäisi tuoda toimintaansa näkyväksi viestimällä selkeästi ja ennakoivasti. (Juholin 2022.)

Professori Leif Åberg (1948–2020) on luonut kuuluisan viestintä-pizzamallin, jossa viestinnän käsitteestä tehdään yhteisöllinen. Viimeisinä elinvuosinaan hän päivitti vielä pizzamalliaan ja muutti määritelmiä niin, että toimintaympäristö ja organisaatio määrittävät viestinnän tehtävät; strateginen, operatiivinen, yhteisöllistävä viestintä ja luotaavaa viestintää. Malli on edelleen toimiva ja siihen on päivitetty nykypäiväisiä toimintatapoja. Viestinnässä näkyy edelleen myös se, että halutaan tiedostaa viestintään panostamisen ja viestinnän ymmärtämisen arvot. Siirtymä kokonaisvaltaiseen strategiseen ja yhteisöviestintään on vahvistunut trendi eri organisaatioissa, mikä osaltaan on hämähäyttänyt toimintojen rajoja viestinnän, markkinoinnin sekä journalismin välillä. (Juholin 2022.)

Saavutettavuus tarkoittaa samaa kuin yhdenvertaisuus, mutta sen painopiste on enemmän palveluissa tai fyysisessä esteettömyydessä esimerkiksi verkkosivujen suhteen. Historiallisesti saavutettavuus on ollut huimassa kehityksessä 2000-luvulla, vaikkakin siitä on mainittu ensimmäisiä kertoja esimerkiksi vammaisten omatoimisuuden, itsenäisyyden ja itsensä toteuttamisen osalta Euroopan yhteisössä vuonna 1974. Saavutettavuudessa on kuitenkin aina kehitettävää sillä digitaalisten palveluiden ja alustojen hyödyntäminen saattaa ajaa ihmisiä eriarvoiseen asemaan. Lisäksi saavutettavuuden osalta pitäisi myös huomioida monikulttuurisuuden lisääntyminen maahanmuuton ja muuttoliikkeiden vaikutuksesta. (Hirvonen, Kinnunen & Tiittula 2020.) Muutamilla erityisaloilla on myös kokeiltu edistää saavutettavuutta avaamalla käsitteitä erilaisten julkaisujen kautta. Samalla myös audiovisuaalisen julkaisujen hyödyntäminen on lisääntynyt sosiaalisen median erilaisilla kanavilla. Järjestöjen haasteena saatakin olla se, miten he voisivat saavuttaa kohderyhmänsä myös näiden alustojen kautta. (Pasanen 2020, 271; Juholin 2022.)

Viestintä ei kuitenkaan tavoita kaikkia ihmisten erilaisuuden takia ja tämä kannattaa huomioida erityisesti digitaalisessa ympäristössä (Hirvonen ym. 2020). Saavutettavuudesta puhutaan

paljon ja Suomessa on myös laadittu laki digitaalisen viestinnän saavutettavuudesta vuonna 2019 (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019). Laki ohjaa osaltaan yhteiskunnan saavutettavuuden parantamiseen, mutta osa saavutettavuudesta toteutuu vapaaehtoisten palveluntuottajien käsien kautta (Hirvonen ym. 2020).

3.2 Järjestön vaikuttava viestintä sosiaalisessa mediassa

Vaikuttaminen on keskeinen teema myös järjestöjen viestinnässä ja viestintäympäristönä sosiaalinen media on järjestöjen kannalta sekä tavoittava että varsin helppokäyttöinen. Sosiaalinen media luo loistavan ja nopean tavan vaikuttaa erilaisiin ihmisiin ja 2010-luvulla syntyikin uudenlainen ammatti sekä käsite, somevaikuttaja (social media influencer), jota on käytetty strategisen ja organisaatioiden viestinnän tutkimuskirjallisuudessa. Sosiaalisen median vaikuttajiin luetaan bloggaajat, tubettajat sekä muut sisällöntuottajat erilaisilla sosiaalisen median alustoilla, joita ovat esimerkiksi Instagram ja TikTok. Somevaikuttajaksi voidaan toisaalta käsittää kaikki henkilöt, jotka käyttävät sosiaalista mediaa. Tässä kontekstissa puhutaan kuitenkin ammattimaisista somevaikuttajista. (Reinikainen 2023,14.)

Sosiaalisen median kanavat ovat siis muodostuneet olennaisiksi viestinnän suhteen ja niiden merkityksen ja tavoitavuuden kasvaessa syntyy myös uudenlaisia työpaikkoja erilaisille ihmisille. Sosiaalinen media on siis viestintäympäristö, jonka kautta järjestöt ja muut organisaatiot voivat kommunikoida omista lähtökohdistaan, mutta myös osana laajempaa avointa yhteisöä (Juholin 2022; Reinikainen 2023, 17.) Organisaatiot, yksittäiset ihmiset ja palvelun tarjoajat ovat siirtyneet hybridimalliseen viestintään. (Lahti & Mernetniemi 2022.)

Somekanavien toiminta pohjautuu algoritmeihin, joiden toimintaperiaatteeseen kannattaa kiinnittää huomiota. Algoritmi kiteytettynä ohjaa esimerkiksi somealustan toimintaa sen mukaan, minkälaisista asioista ihminen tykkää, seuraa ja tilaa, ja suosittelee sen mukaan sisältöä käyttäjälle. Sosiaalisen median käyttäjien ja viestijöiden kannattaakin tuntea kohderyhmänsä jopa niin hyvin, että tietää millaisia kanavia he käyttävät. Monipuolinen ja säännöllinen sisällön tuottaminen kiinnostaa yleisöä ja vaikuttaa myös kohderyhmän sitoutumiseen. Algoritmeihin vaikuttavat kuitenkin myös maailmalla uutisoivat ja pinnalla olevat asiat, joista ihmiset ovat sillä hetkellä kiinnostuneita. (Lahti & Mernetniemi 2022.) Sosiaalisen median kautta tapahtuva viestintä on lähtökohtaisesti vaikuttamisviestintää ja siinä onnistumiseksi on syytä huomioida

erinäisiä asioita, kuten vuorovaikutusta, johdonmukaisuutta, aitoutta, avoimuutta ja ammattimaisuutta. (Lahti ym. 2022; Strellman ym. 2020).

3.3 2020-luvun uudet haasteet viestinnässä

Viestintämaailma muuttuu muun maailman tavoin kovaa vauhtia digitaalisuuden kehityksen ja kehitys- ja tutkimustiedon myötä. Digitaalinen viestintä on monipuolistanut, nopeuttanut ja muokannut viestinnän tapoja esimerkiksi siten, että toisella puolella maapalloa asuva henkilö on mahdollista tavoittaa reaaliaikaisesti. Samalla digitaalisuus on tehnyt yhteiskunnastamme haavoittuvan, minkä takia erilaiset digitaalisuuteen liittyvät haasteet ja uhat tulevat vaikuttamaan viestimisen tapaan. (Juholin 2022.)

Elisa Juholinin (2022) nostaa kirjassaan, *Communicare*, ota viestinnän ilmiöt ja strategiat haltuun, 2020-luvun erilaisia viestintään liittyviä haasteita. Alla olevan piirakkamallin avulla onkin mahdollista havainnoida viestintään liittyviä käsitteitä ja hahmottaa niihin liittyviä yhteyksiä ja vaikutussuhteita. (Juholin 2022.) Kuvion on tarkoituksena olla havainnollistavana tekijänä viestinnän rakentumisen ja muodostumisen suhteen.



Kuvio 2 Tulevaisuuden viestinnän haasteet. Elisa Juholinin (2022) pohjalta.

Ensimmäisenä teemana kuviossa on merkityksen antaminen ja näkyväksi tekeminen. Tämä Juholinin korostama teema keskittyy viestinnän tarinnallisuuden merkitykseen, jolla pyritään vaikuttamaan ja tekemään näkyväksi omaa organisaatiota tai yhteisöä. Yhteisöt viestivät

tavoitteillaan, toiminnallaan, tuotteillaan ja palveluillaan sekä päätöksillä ja taustoillaan yhteisön sekä sen jäsenten tarinoita. Esimerkkinä voisi nostaa yleisesti tunnettu käsite hissipuhe, jonka tarkoituksena on pystyä kertomaan organisaation tausta ja merkitys muutaman minuutin aikana ymmärrettävästi henkilölle, joka ei tunne organisaatiotasi. Organisaation näkyväksi ja erilaiseksi tekeminen liittyy paljon yritysmaailmaan, mutta se pätee kuitenkin kaikkiin organisaatioihin ja toimijoihin. (Juholin 2022.)

Toisena teemana kuviossa on esitelty yhteisöllisyyden vahvistamisen ja kulttuurin kehittäminen. Viestintä vahvistaa yhteenkuuluvuudentunnetta ja sitoutumista, mutta samalla sen avulla rakennetaan ja kehitetään kulttuurisia toimintatapoja. (Juholin 2022.) Kulttuurillinen kehittäminen viestinnässä voi tavoitella esimerkiksi disinformaation vähentämistä tai kiusaamisen sekä häiriökäyttäytymisen vähentämistä ympäristössämme. (Strellman ym. 2020). Tästä esimerkkinä toimii muutaman vuoden takainen ja onnistunut Black lives matter –kampanja, joka toi esille mustien ja tummaihoisten ihmisten huonon kohtelun Yhdysvalloissa. Kulttuurisen kehittämisen kautta myös yhteisöllisyys vahvistuu positiivisten kokemusten kautta. (mt.)

Kolmantena kohtana kuviossa on tavoitteellisuus ja vuorovaikutteinen strategiatyö, joka luo keskeistä pohjaa viestinnän toiminnallisuudelle. Strategia rakentuu ja toteutuu yhteydessä vuorovaikutuksen kanssa, jolloin toteutuneiden toimintojen arvioiminenkin tapahtuu myös vuorovaikutuksen kautta. Strateginen viestintä on trendiksi muodostunut ilmiö, jossa tehdään tarkka ja yksityiskohtainen suunnitelma siitä, miten, missä, kenelle ja miksi viestintää. Tavoitteellisuus on strategisessa ajattelussa tulevaisuuteen liittyvää ja ennakoivaa, ja se tukee myös organisaation kehitystä muuttuvassa maailmassa. Strateginen viestintä on tärkeää myös saavutettavuuden näkökulmasta, sillä vain tarkasti enakkoon suunniteltua viestintää on mahdollista suunnata kaikille halutuille kohderyhmille. (Juholin 2022.)

Luotaus, tulkinta ja reagointi muodostavat neljännen sektorin kuviossa. Luotauksen avulla yhteisöjen havaitsevat ja tulkitsevat heikkoja ulkoisia ja sisäisiä muutossignaaleita, jotka ovat toiminnan kannalta olennaisia. Signaaleiden huomaaminen ajoissa auttaa yhteisöä tekemään päätöksiä ja suunnittelemaan sekä ennakoimaan viestintäänsä ja toimintaansa. (Juholin 2022.) Toisin sanoen yhteiskunnan ja maailman tapahtumien seuraaminen mahdollistavat onnistuneen toiminnan esimerkiksi koronapandemiaan verrattavissa olevan poikkeustilanteen aikana. Tämän osan huomiotta jättäminen voi pahimmillaan aikaansaada esimerkiksi organisaation

toiminnan halvaantumisen poikkeustilanteen aikana, mikä ei organisaation tulevaisuuden näkökulmasta ole hyvä asia.

Viidenteen sektoriin, viestinnän sisällöt, rakenteet ja verkostot, kuuluu monipuolisesti viestinnän konkreettista toimintaa kuin siihen vaikuttavia vuorovaikutussuhteitakin. Viestinnän sisällöllisestä näkökulmasta viestinnän toteuttajan vastuulla on olennaisen tiedon tuottaminen ja sen tulkinta sekä jalostaminen. Samalla on kuitenkin huolehdittava viestinnässä hyödynnettävien rakenteiden ylläpitämisestä ja kehittämisestä. Laaja-alaisuus ja vuorovaikutteisuus viestinnässä auttavat luomaan yhteistä näkemystä viestijän ja kohderyhmän välillä olennaisiksi katsottuihin asioihin liittyen. (Juholin 2022.)

Lisäksi tavoitteellisuus ja suunnitelmallisuus haastavat digitaalisessa maailmassa tapahtuvaa viestintää. Onnistuneen viestinnän arvo voi näkyä aineettomana asiana, joka vaikuttaa organisaation viestintään, kunhan se onnistutaan ensin tunnistamaan. Globaalissa toimintaympäristössä viestinnästä voidaan puhua myös mahdollistajana, vaikka viestinnän perustavoite saattaa tällöin hieman unohtua. (Juholin 2022.)

4 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS

Opinnäytetyössäni hyödynnetään kahta aineistoa; Ensimmäinen on valmiiksi kerätty aineisto, joka on valmiiksi analysoitu, kysely. Toinen aineisto, jota hyödynnän opinnäytetyössäni, on työpajassa kerätty aineisto, joka pidettiin lokakuussa 2023 Hämeenlinnassa. Hankkeen aikana on suunniteltu pidettävän aiheiltaan ja teemoiltaan erilaisia työpajapäiviä, joissa tavoitteena on kehittää yhdessä osaamista (Moniosaajat 2023b). Näin ollen tähän kehitystyöhön aineiston hankkimisen tavaksi valikoitui työpajan toteuttaminen, minkä lisäksi tarjoutui mahdollisuus hyödyntää hankkeessa toteutetun kyselyn vastausaineistoa. Tämä kyselyaineisto on analysoitu hankkeen toimesta, joten se muodostaa osaltaan vertailukohdan työpaja-aineistolle.

Työpajassa käsiteltävän teeman näkökulma on, miten järjestö viestii nyt ja tulevaisuudessa esille nostetuille kohderyhmille digitaalisen viestinnän kautta ja vaikuttavasti. Kohderyhmiksi valikoituivat hyvinvointialueiden päättäjät ja työntekijät, rahoittajat, toimittajat sekä potentiaaliset uudet toimijat. Nämä kohderyhmät ovat järjestöille tärkeitä niin rahoituksen, toimintojen kehittämisen ja toiminnan jatkuvuuden kuin toiminnasta tiedottamisenkin näkökulmista.

Työpaja on myös hyvä tapa kerätä aineisto, sillä sen kautta on mahdollista kerätä erilaisia aineistoja niin omiin havaintoihin kuin kirjallisiin tehtäviinkin liittyen. Työpajaan osallistui avustavina henkilöinä hankkeen työntekijöitä, joiden tehtävänä oli ohjata keskustelua ja esittää tarkentavia kysymyksiä aiheeseen liittyen. Työpajaan osallistui 15 henkilöä, jotka jaettiin kolmeen ryhmään. Teemana työpajaan oli valittu järjestöjen digitaalinen viestintä, jota siis tarkasteltiin erilaisista näkökulmista. Näihin näkökulmiin on hyödynnetty Erkkä Lainisen oppimisen mallia, jossa puhutaan toisintavasta, ennakoivasta ja uudistavasta lähestymistavasta (Laininen 2023, 10).



Kuvio 3 Työpajapäivässä hyödynnetty kuvion Erkka Lainisen (Laininen 2023, 10) pohjalta.

Lainisen mallia muokattiin siten, että tulokulmia on vain kaksi selkeyden vuoksi. Työpajoihin valitut näkökulmat olivat siis toisintavat ja ennakoivat sekä uudistavat. Toisintavilla tarkoitetaan nykyhetkessä tapahtuvaa viestintää esimerkiksi nykyisille toimittajille tai yhteistyötahoille. Ennakoivat ja uudistavat -näkökulma tarkoittaa tulevaisuuden ajattelua eli esimerkiksi sitä, miten järjestö voisi viestiä potentiaalisille uusille toimijoille tai rahoittajatahoille. Työpajan tarkoituksena oli siis pohtia, miten järjestöt viestivät eri kohderyhmille tällä hetkellä ja minkälaisia uusia viestintätapoja ja menetelmiä tulevaisuudessa olisi mahdollista hyödyntää digitaalisen viestinnän suhteen.

5 AINEISTON ANALYYSI

Aineiston analyysillä tarkoitetaan kerätyn datan ja materiaalin läpikäyntiä sopivaksi katsotulla tavalla tutkimuksen tai kehittämistehtävän tavoitteen saavuttamiseksi. Seuraavaksi käyn läpi kehittämistyössä kerätyn aineiston sekä sen analysointia. Analysointitapana käytetään luokittelua, mikä sopii kehittämispäivänä kerätyn aineiston analysointiin hyvin, sillä kyseinen aineisto koostuu niin lapuille kerätyistä osallistujien ajatuksista kuin myös Padlet -alustalle kootuista kirjoituksista. Luokittelulla tarkoitetaan aineiston läpikäyntiä siten, että esimerkiksi asiasisällöltään samanlaiset ajatukset jaotellaan luokkiin eli asiaryhmiin. Tämän kehittämistyön aineisto löytyy liitteinä opinnäytetyön lopusta.

Kuten edellä kerrottiin työpajapäivään, osallistui 15 järjestötoimijaa sekä kolme henkilöä hanketiimistä. Kehitystyössä tarvittavaa aineistoa kerättiin työpajapäivään suunnitellulla erillisellä toimintarastilla, jolla sotejärjestöjen toimijat yhdessä toistensa kanssa peilasivat omaa toimintaansa annettuun aiheeseen liittyen. Työpajan teemana oli digitaalinen viestintä järjestöissä. Työpajapäivänä osallistujat kirjasivat vastauksiaan annettuun teemaan, digitaalinen viestintä järjestöissä, ja käsittelivät sote-järjestöjen digitaalista viestintää eri kohderyhmien osalta. Työpajaan valitut kohderyhmät olivat siis hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät, toimittajat, rahoittajat sekä potentiaaliset uudet toimijat. Nämä kohderyhmät valikoituivat sen takia, että ne ovat keskeisimpiä tahoja, joille järjestöt viestivät omasta toiminnastaan. Ne ovat myös tahoja, joiden viestintää tulisi erityisesti kehittää.

Seuraavaksi analysoidaan työpajan aikana kerätty aineisto, joka sisältää kohderyhmiin liittyneitä ja esiin nousseita ajatuksia. Analysointi tapahtuu luokittelun kautta ja luokittelussa hyödynnetään aiemmin esiteltyä Lainisen kehittämää jakoa toisintaviin ja ennakoiviin ja uudistaviin (Kuvio 3). Toisintavat -teeman alle asetettiin kaikki sellaiset vastaukset, joissa ilmaistiin järjestön nykyisiä toimintamalleja digitaaliseen viestintään liittyen. Ennakoivat ja uudistavat -teemaan puolestaan luokiteltiin kaikki sellaiset vastaukset, joissa viitattiin tulevaisuuden toimintaan tai mahdollisuuksiin digitaalisen viestinnän suhteen. Työpajan aineiston analyysin tulosten kautta johtopäätösten tekemisessä on kuitenkin huomioitava se, että aineisto kuvaa vain koko osallistujajoukkoa. Toisin sanoen järjestöjen väliset erot eivät aineistossa tule näkyviin, mutta kokonaisuuden kannalta aineisto antaa suuntaviivoja.

5.1 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät

Työpajassa kerätty aineisto on luokiteltu, kuten edellä kerrottiin, toisintaviin ja ennakoiviin ja uudistaviin. Ensimmäisenä rastilla kohderyhmänä oli hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät. Taulukossa 1 (Liite 5) on kirjattu kaikki rastilla nousseet ajatukset, jotka liittyivät digitaaliseen viestintään, jonka kohteena on hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät. Ennakoivien ja uudistavien tapojen määrä oli vain yhden ajatuksen suurempi kuin toisintavien. Vastauksista valtaosa oli selkeästi digitaaliseen viestintää liittyviä ja loput ovat digitaaliseen viestintää sekä yleisesti viestintää liittyviä vastauksia. Vastauksia koottiin ryhmittäin, joten jokainen ryhmä sai täydentää edellisen ryhmän ajatuksia tai esittää kokonaan omiaan.

Toisintavissa tavoissa nousi esiin tuttuja viestinnän muotoja, kuten esimerkiksi sähköpostin hyödyntäminen, mainosten jakaminen sekä uutiskirjeiden hyödyntäminen. Käytössä on myös ollut sosiaalisen median erilaisia alustoja esimerkiksi Facebook. Ennakoiviin ja uudistaviin kertyi esimerkiksi ajatuksia sosiaalisen median alustojen hyödyntämisen lisäämiseen liittyen. Lisäksi oli kuvattu, millaisia julkaisujen tulisi olla ja miten järjestön profiilia voisi levittää eri tavoilla, mutta kaikki kuvatut tavat eivät kuitenkaan olleet digitaalisia. Ennakoivissa ja uudistavissa nousi esille myös se, miten sotejärjestöt voisivat julkaisuissaan nostaa myös profiiliaan hyvinvointialueen päättäjien tietoisuuteen. Tätä kautta eli tietoisuutta lisäämällä olisi mahdollista vaikuttaa päättäjiin ja hyvinvointialueeseen. Toki hyvinvointialueet ovat toimineet vasta vuoden eli yhteistyörakenteiden muodostuminen on vielä kesken. Viestinnällisestä näkökulmasta hyvinvointialueelle itseään palvelisi myös se, että he saisivat mahdollisimman nopeasti kehitettyä toimivan viestintä tavan järjestöihin. Nykytilanteessa sotejärjestöjen on vaikea viestiä ja tavoittaa hyvinvointialueita, koska ei ole selkeää, mihin heidän tulisi viestiä.

5.2 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä toimittajat

Taulukossa 2 (Liite 6) kohderyhmänä on toimittajat. Tämä kohderyhmä kattaa perinteisen lehdistön kuin mediavaikuttajatkin. Mediavaikuttajilla tarkoitan kaikkia median kautta vaikuttavia henkilöitä esimerkiksi tubettajia ja muita ammattilaisia, jotka käyttävät sosiaalista mediaa vaikuttamisen alustana. Perinteinen lehdistö kattaa puolestaan niin paperilehtiin kuin nettiuutisiin kirjoittavat toimittajat.

Taulukkoa 2 tarkastellessa huomaa, että toisintavissa pohdinnoissa nostetaan esille lehdistötiedotteet ja perinteinen soittaminen ja sähköpostin laittaminen. Toisintavia tapoja on myös huomattavasti vähemmän kuin uudistavia ja ennakoivia tapoja. Toisintavat tavat keskittyvät myös teemaltaan enemmän muun viestinnän keinoihin, kuin digitaaliseen viestintään. Tämä toisaalta selittynee sillä, että toimittajat ymmärretään lähtökohtaisesti juuri painetun lehdistön eikä niinkään digitaalisen ympäristön toimijoiksi.

Ennakoivat ja uudistavat tavoissa oli kuten edellä kerrottiin enemmän asioita nostettu kuin toisintavissa. Vastauksista nousi esiin myös paljon digitaaliseen viestintään liittyviä ajatuksia, mutta myös viestinnän tehokkuuteen ja esimerkiksi tunnettavuuden lisäämisen keinoja. Vastauksissa kuvattiin myös sitä, kuinka paljon pitäisi panostaa sotejärjestöjen verkostoitumiseen toimittajien suuntaan. Esimerkkeinä vastauksissa nostettiin paikallislehdet ja yleisesti suhteiden hyödyntäminen toimittajiin. Ennakoivissa ja uudistavissa löytyy myös vastaus, jossa nostettiin esille tubettajat ja muut vaikuttajat, joita voitaisiin hyödyntää esimerkiksi sotejärjestön markkinoinnissa. Resurssien ja resursseista löytyvän osaamisen hyödyntäminen oli myös nostettu esille ennakoivissa ja uudistavissa ajatuksissa.

Osallistujat olivat nostaneet esiin ajatuksia siis laidasta laitaan, joskin enemmän ennakoiviin ja uudistaviin tapoihin liittyviä. Tämä luokkien välinen ero on todella selkeä verrattuna muihin kohderyhmiin ja niihin tehtyihin luokitteluihin. Vastauksissa oli nostettu molempiin luokkiin samoja asioita, mikä voisi viitata siihen, että asia on toiminnassa mukana, mutta sen rakennetta tai toimintaa pitäisi vielä kehittää. Erityisesti tämän kohderyhmän osalta tämä korostui.

5.3 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä rahoittajat

Seuraava taulukko 3 (Liite 7) on samalla tavalla jaettu toisintaviin ja ennakoitaviin sekä uudistaviin asioihin. Tässä taulukossa on poikkeuksellisen vähän toisintavia asioita verrattuna ennakoiviin ja uudistaviin asioihin. Osallistujat keskittyivät tämän kohderyhmän kohdalla yksityisiin sijoittajiin ja rahoittajiin, mikä näkyy myös vastauksien sisällössä ja epätasapainona toisintavien ja ennakoivien ja uudistavien tapojen välillä.

Toisintavissa tavoissa löytyy hyvin perinteisiä malleja, kuten rahalipas ja ”näitä on haettu ennenkin”- toteamuksia. Näissä tavoissa on osittain digitaalisuutta mukana, jos kaikki hakemukset, rahalipas keräykset ja yhteydenotot rahoittajiin tapahtuu digitaalisesti. Vastauksissa näkyy myös sellaisia toimintatapoja, jotka ovat jo pitkältä ajalta juurittanut järjestöjen rahoitusmalliin.

Ennakoivissa ja uudistavissa malleissa on nostettu esille paljon erilaisia asioita rahoittamiseen liittyen, kuten yksityisten ja yksittäisten rahoittajien löytäminen ja hyödyntäminen. Vastauksissa näkyy myös huoli uusien rahoittajien löytämisestä yleisesti. Lisäksi vastauksissa näkyy päättäjien rooli järjestöjen rahoituksessa sekä miten järjestön roolista pitäisi kertoa, jotta löydetäisiin uusia rahoittajia ja tukea järjestötoiminnalle. Ennakoivissa ja uudistavissa kuvattiin useampia eri rahanhankintatapoja, kuten esimerkiksi myyjäiset. Vastauksissa korostettiin paikallisuutta ja sen hyödyntämistä myös rahoittajiin kohdistuvassa viestinnässä.

Ennakoivissa ja uudistavissa vastauksissa nousi myös esiin hissipuhe, joka tarkoittaa lyhyttä muutaman minuutin kestävästä esittely puhetta, jossa on tarkoituksena kertoa omasta organisaatiostaan, niin että toinen kiinnostuu siitä ja haluaa kuulla lisää organisaatiostasi. Yllättävää oli, että tätä ei ollut aikaisemmin tuotu muiden kohderyhmiin kohdistuvassa viestinnässä esille.

5.4 Järjestöjen digitaalinen viestintä, kohderyhmänä potentiaaliset uudet toimijat

Viimeisessä taulukossa 4 (Liite 8) kohderyhmänä ovat uudet potentiaaliset toimijat, joihin kuuluvat esimerkiksi uudet jäsenet ja yhteistyötahot. Toisintavissa tavoissa oli hyvin monipuolinen kattaus niin digitaalista viestintää kuin muitakin viestinnän teemoja. Sieltä löytyi myös osaamisen lisäämistä vapaaehtoisille, jotka ovat keskeisessä osassa tässä kohderyhmässä. Mielenkiintoinen asia on, että useammassakin nostettiin erilaisen sovellusten hyödyntäminen esiin.

Ennakoivissa ja uudistavissa nousi esiin myös yrityksiin, vapaaehtoisiin (uusiin sekä vanhoihin) ja maahanmuuttajiin liittyviä mainintoja. Samalla on useampia mainintoja niin nettisivuista, sovelluksista kuin POP UP- tapahtumista ja suorasta markkinoinnista. Vastauksissa korostui monipuolisuus sekä konkretian suurempi määrä muihin kohderyhmiin verrattuna. Ennakoivat ja uudistavissa vastauksissa oli myös mainittu uudenlaisia rooleja, joita sotejärjestö voisi olla tulevaisuudessa.

6 TUOTOKSET JA TULOKSET

6.1 Sote-järjestöt tulevaisuuden tekijöinä -kyselyn keskeiset tulokset: viestintä ja digitalisaatio

Aiemmin tässä työssä kerrottiin hankkeen sotejärjestöille tekemästä kyselystä. Kysely toteutettiin 12.4.-15.5.2023 ja siihen pystyi vastaamaan avoimen verkkolinkin kautta ja siitä tiedotettiin avoimesti hankealueen yhdistyksille mm. verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien kautta. Kyselyssä oli yhteensä 23 kysymystä, joista osa oli monivalintakysymyksiä, asteikollisia sekä avoimia kysymyksiä, jotka käsittelivät hankkeen keskeisiä teemoja. Kokonaisvastaajamäärä kyselyssä oli N=111. Kyselystä vastasi hankkeen toinen organisaatio Kuntoutussäätiö ja se oli osa hankkeen osallistavaa selvitystyötä. (Moniosajat 2023c, 4.) Seuraavaksi selosta hieman, minkälaisia tuloksia kyselyn kautta saatiin.

Kyselyn avulla kerättiin sekä määrällistä että laadullista aineistoa. Määrällisen aineiston analyyseissä käytettiin SPSS-ohjelmistoa. Analyysimenetelmässä hyödynnettiin ristiintaulukointia ja tulokset esitetään esiintyvyyksinä (montako prosenttia vastaajista on valinnut kyseisen vaihtoehdon) ja keskiarvoina. Laadullinen aineisto, joilla tarkoitetaan avokysymyksiin annettuja vastauksia, luokiteltiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin kautta. Aineisto luokiteltiin aluksi pienempiin luokkiin, jonka jälkeen luokkia yhdistettiin siten, että jokaiseen luokkaan kuuluu useampi vastaus. Luokittelussa hyödynnettiin Microsoft Excel-ohjelmaa. (Moniosajat 2023c, 8.)

Kyselyyn vastanneista järjestöistä 39 % oli kansanterveys-, potilas- ja vammaisyhdistys. Vähän alle neljännes oli muita hyvinvointiin ja terveyteen keskittyviä järjestöjä. Päihde-, mielenterveys- ja muista riippuvuusjärjestöistä sekä vanhus- ja eläkeläisyhdistyksistä kummastakin oli noin 8 % vastaajista. 12 % vastaajista oli muun alan yhdistyksistä (esim. omaishoito-, verkosto- tai monialajärjestöistä). (Moniosajat 2023c, 10.) Järjestöjen toiminta-alueen perusteella Kanta-Hämeestä vastasi kaikista eniten (29%). Toiseksi eniten vastaajista oli Keski-Uusimaalta 20 %. Sen jälkeen tuli muu Uusimaa (13 %), Helsinki (19 %) ja valtakunnallinen (20 %). (Moniosajat 2023c, 11.)

Kyselyssä tiedusteltiin myös järjestöjen kokoa, joka tässä tapauksessa määriteltiin palkattujen työntekijöiden määrän perusteella. Kolmasosa kyselyyn vastanneista järjestöistä kertoi olevansa hyvin pieniä järjestöjä (33 %), joissa ei ole yhtään palkattua työntekijää. Lähes yhtä

moni (31 %) kertoi heidän olevan suuria järjestöjä, joissa oli palkattua henkilökuntaa (11 tai enemmän). Loput vastaajista (36 %) kertoi heidän sijoittuvan näiden kahden järjestökategorian väliin. Samalla kysyttiin, missä roolissa vastaaja toimii yhdistyksessä ja suurin osa toimii järjestöössään vapaaehtoisena, luottamushenkilönä tai hallituksessa. Loput toimivat joko palkattuna henkilönä tai toiminnanjohtajana tai muussa johtoasemassa. (Moniosajat 2023c, 12.)

Kyselyssä kysyttiin, miten järjestö näkee oman osaamisensa ja millaista osaamista järjestössä mahdollisesti tarvittaisiin tulevaisuudessa enemmän. Tämänhetkistä osaamista käsittelevät kysymykset sisälsivät 16 osaamisen osa-alueita. Kyselyn raporttiin on laskettu jokaisen osa-alueen keskiarvo, sillä kyselyn tämä osa oli muodoltaan monivalintainen, jossa osaamisen vastausvaihtoehdot olivat: 1. En osaa lainkaan, 2. Osaan vähän, 3. Osaan melko paljon, 4. Osaan erittäin hyvin ja 5. En osaa sanoa. Keskiarvollisesti, mitä suurempi keskiarvo sitä isompi osaaminen on. Kaikki keskiarvot, jotka ovat 2,5 yläpuolella on hyvän puolella. Kyselyssä oli myös mahdollista vastata omasta näkökulmasta (n= 63), yhdistyksen näkökulmasta (n=40) tai vastata erikseen molemmista näkökulmista (n=8). (Moniosajat 2023c, 14.)

Tarkastellaan hieman digitaaliseen viestintään liittyviä kysymyksiä. Viestintää järjestöt kokivat osaavansa ”melko paljon”, samoin vastaajat kokivat omaavansa myös melko hyvät digitaaliset taidot ja sosiaalisen median käyttötaidot (Moniosajat 2023c, 15). Vastausten suhteen pitää huomioida myös se, että osa on vastannut omaan osaamiseensa peilaten eikä suoraan järjestöjen osaamiseen. Järjestöt kokivat osaavansa digitaitoja, mutta yhdistyksen osalta viestinnän osaamisen määrä oli paljon parempi. Valtavaa ero näiden lukujen välillä ei tosin ole, jonka takia tämä pitää huomioida myös tuloksia analysoidessa. (Moniosajat 2023c, 17;18.)

Alueellinen osaamisen tarkasteleminen paljastaa mielenkiintoisia yksityiskohtia. Kanta-Hämeessä toimivien järjestöjen vastausten perusteella osaaminen heikompaa kuin muiden. Helsingissä toimivien järjestöjen osaaminen, kaikilla osa-alueilla oli huomattavasti paljon parempaa kuin muilla järjestöillä. Muualla Uudellamaalla toimivat järjestöt sijoittuvat kaikissa osaamisalueissa näiden kahden väliin. (Moniosajat 2023c, 19.) Viestinnän ja digitaalisuuden osaamisessa kuitenkin 70 % yhdistyksistä koki haasteita (Moniosajat 2023c, 39). Alueellisesti tuloksia tarkasteltaessa selviää, että Kanta-Hämeessä oli eniten haasteita viestinnän ja digitaalisuuden kanssa (81 %). Prosentuaalisesti melkein saman verran haasteita oli Helsingissä (76 %). Pienissä yhdistyksissä, jossa ei ollut palkattuja henkilöitä, oli hieman useammin heikompaa osaamista viestinnän ja digitaalisuuden suhteen, mutta vastaavasti pienehköissä

yhdistyksissä (1–3 palkattua työntekijää), haasteita digitaalisuuden ja viestinnän kanssa koettiin vähemmän. (Moniosajat 2023c, 40.) Ne yhdistykset, joilla ei ilmoitettu olevan viestintään tai digitaalisuuteen liittyviä haasteita, ovat palkanneet henkilön viestintää varten tai henkilökunnalla on hyvät digitaalisuuteen ja viestintään liittyvät taidot. (Moniosajat 2023c, 41.) Myös ikä herätti huolta järjestöjen sisällä, sillä iäkkäämpien järjestötoimijoiden digitaalisen osaamisen tasoa pidettiin haasteena monessa järjestössä. Tämä näyttäytyy esimerkiksi siinä, että Microsoft Teams –sovelluksen hyödyntäminen on tuottanut osalle vastanneista järjestöistä haasteita. (Moniosajat 2023d.)

6.2 Työpajassa kerätyt tulokset verrattuna kyselyn tuloksiin

Työpajan jälkeen toteutettiin palautekysely hankkeen toimesta ja osallistuneista 73 % vastasi siihen. Palautteen perusteella työpaja oli onnistunut ja osallistuneet olivat saaneet paljon uusia näkökulmia järjestöjensä digitaaliseen viestintään liittyen. Palautteessa nousi myös esille se, kuinka hyvin he saivat verkostoiduttua päivän aikana toisten järjestötoimijoiden kanssa. (Moniosajat 2023e.)

Suurin osa työpajaan osallistuneista järjestön toimijoista toimijat toimivat valtakunnallisesti (55 %), toiseksi eniten osallistujista oli Kanta-Hämeestä (27 %) ja loput (18 %) olivat Vantaan – Keravan sekä Keski-Uudenmaan hyvinvointialueella toimivia järjestöjä. Mielenkiintoinen havainto oli myös se, että suurin osa työpajaan osallistuneista järjestöistä oli isoja järjestöjä, joissa työskentelee paljon palkattua henkilökuntaa. Kuitenkin työpajaan osallistui myös pieniä järjestöjä, joissa ei ollut yhtään palkattua työntekijää.

Työpajassa nousi samankaltaisia asioita, kuin keväällä 2023 tehdyssä kyselyssä. Kiteytettynä työpajan aineiston analyysin perusteella voidaan todeta, että osallistuineissa järjestöissä oli varsin hyvää osaamista perustaitojen suhteen, vaikkakaan kaikissa vastauksissa ei pitäydytty vain digitaalisessa kontekstissa. Toisaalta on rohkaisevaa, että järjestöt hahmottavat osaamispuutteitaan, sillä sen kautta on mahdollista lähteä hahmottelemaan esimerkiksi koulutuspäiviä tai –paketteja digitaalisen viestinnän koulutusta silmällä pitäen. Lisäksi työpajassa järjestöiltä nousi ehdotuksia hankkeen tuleviin ohjelmiin ja koulutuksiin liittyen, mikä vahvistaa edeltänyttä, aineistosta kummunnutta havaintoa. Työpajat siis koettiin hyvänä tapana viestintään liittyvän koulutuksen toteuttamiseksi.

6.3 Tuotos: koulutussuunnitelma aiheesta järjestöviestintä

Moniosaajat-hanke käynnistää syksyllä 2024 sotejärjestöjen työntekijöille, luottamushenkilöille ja vapaaehtoisille erilaisia koulutuksia. Ideointi näiden koulutusten sisältöön liittyen rakentuu sekä selvitysvaiheiden tulosten, työpajatyöskentelyn että järjestölähtöisen prosessin kautta. Koulutuksissa muodostetaan tarpeen mukaan kokonaisuuksia ja niitä toteutetaan sekä kasvokkain että verkkovälitteisesti. Hankkeen verkkosivuilla kerrotaan tarkemmin koulutuksista hankkeen edetessä. (Moniosaajat 2023b.)

Tämän opinnäytetyön tuotoksena laaditaan hankkeen hyödynnettäväksi koulutussuunnitelma, jota hanke voi hyödyntää koulutusten suunnittelussa. Koulutussuunnitelma sisältää aiheita, joita kehittämistyön aineiston ja tulosten kautta on noussut, ja kyseinen suunnitelma löytyy liitteestä 9. Tuotoksen keskeisimmäksi lähteeksi muodostui työpajassa kerätty aineisto.

Palautetaan vielä luvussa 3.3. esitettyyn kuvioon, joka on muistin virkistämiseksi liitetty myös tähän lukuun. Sekä työpajan että aiemmin toteutetun kyselyn aineistoja on mahdollista tarkastella kuvion pohjalta. Yhdistelmän kautta on mahdollista luoda rakentava ja ajankohtainen viestinnän koulutussuunnitelma, sillä siinä nostetaan esille keskeiset viestintään liittyvät ilmiöt. Kuvion jälkeen esitellään tiiviisti ehdotuksia ja suunnitelmaa koulutukselle, jonka voisi toteuttaa yhtenä koulutuspäivänä tai sijoittaa esimerkiksi viikonlopun mittaiselle koulutus ajankohdalle. Mikäli koulutukseen on käytettävissä enemmän aikaa, on mahdollista lisätä esimerkiksi käytännön harjoitteita ja tehtäviä. Näiden avulla voitaisiin harjoitella esimerkiksi erilaisilla sosiaalisen median alustoilla tapahtuvaa viestintää.



Kuvio 4 Tulevaisuuden viestinnän haasteet. Elisa Juholinin (2022) pohjalta.

Merkityksen antaminen ja näkyväksi tekeminen eli järjestön tarkoituksen ja merkityksen selkeytys: mitä varten järjestö on olemassa. (Kuvio 2.)

Työpajassa nostettiin useammassa kohtaa oman järjestönsä profiilia, jonka on kuviossa nouseva ensimmäiseen kohtaan liittyvä asiaa: merkityksen antaminen ja näkyväksi tekeminen. Olennainen osa järjestön toimintaa on hahmottaa se, miksi järjestö on olemassa. Monille työpajaan ja kyselyyn annetuista vastauksista oli huomattavissa, että punainen lanka järjestön olemassaololle on puutteellinen tai hämärä. Digitaalisuuden lisääntyminen on osittain vaikuttanut tähän järjestöjen merkityksen katoamiseen, mutta järjestöjen on kuitenkin pystyttävä todistamaan järjestönsä merkitys niin nettiä käyttävälle kansalaiselle kuin digitaalisen kentän ulkopuolella olevalle toimijalle. Tämä on tärkeä asia saada järjestöjen toimijoiden tietoisuuteen.

Yhteisöllisyyden vahvistaminen ja kulttuurin kehittäminen eli avoimen yhteisön ja kulttuurin näkeminen; Digitaalisuus on hyödyllinen jokaiselle järjestössä olevalle (Kuvio 2.)

Digitaalinen ympäristön monipuolisuus tuntui olevan vaikea hahmottaa. Digitaalisuudella voidaan lisätä esimerkiksi mahdollisuuksia osallistua järjestön kokouksiin ja tapahtumiin tai parantaa järjestön julkisuuskuvaa. Samalla se kuitenkin edellyttää, että järjestö on aktiivinen

toimija digitaalisessa ympäristössä. Sotejärjestöjen keskeinen ongelma tuntui olevan kyselyn ja työpajan aineiston pohjalta se, että digitaalisuus koetaan vain nuorten asiaksi. Kyselyssä nostettiin vastauksissa moneen kertaan, että ”vanhempien vapaaehtoisten osaaminen ei riitä”, minkä takia järjestön osaaminen digitaalisessa viestinnässä koettiin heikoksi. Avoimen yhteisönkulttuurin luominen tulisi tapahtua jokaisessa järjestössä. Vanhempien ihmisten osuus Suomessa kasvaa suurien ikäluokkien myötä, mutta se ei poista mahdollisuutta löytää vanhemmista ikäluokista vapaaehtoisia toimimaan nuorten kanssa yhdessä järjestöissä. Monella nuorella on myös vaikeuksia digitaalisten laitteiden käytössä, mitä ei kaikissa tapauksissa huomioida tarpeeksi. Sotejärjestöt voisivat olla myös edistämässä vanhempien ihmisten digitaalista osaamista, mutta myös yhteisöllisyyttä eri ikäryhmien välillä.

Tavoitteellinen ja vuorovaikutteinen strategiatyö: viestintä strategia on selkeä kaikille (Kuvio 2).

Kuten aikaisemmin taisin tuoda esille, viestintästrategioiden tekeminen on ollut varsin tavallista monen eri järjestön suhteen. Sotejärjestöiltä kannattaisi löytyä strateginen suunnitelma viestintään liittyen, sillä se voi esimerkiksi helpottaa järjestön vuorovaikutusta. Strategiassa on hyvä tiedostaa esimerkiksi se, minkälaisia tavoitteita järjestöllä on asetettu lähitulevaisuutta silmällä pitäen. Kunnolla tehty strategia helpottaa järjestön toimintaa niin järjestön sisäisen kuin ulkoisenkin viestinnän suhteen, ja se voi mahdollistaa esimerkiksi sosiaalisen median alustoilla tapahtuvan viestinnän onnistumisen.

Luotaus, tulkinta ja reagointi: strateginen suunnitelma kriisiviestintään (Kuvio 2.) Järjestöjen tulee jonkin verran keskittyä viestinnässä myös yhteiskunnassa ja toimintaympäristössä esiintyvien heikkojen signaalien tulkintaan. Nämä signaalit voivat olla esimerkiksi lehdistön kautta leviävät, joskin vahvistamattomat tiedot määräyksistä tai ohjeista rahoituksen saamisen suhteen. Digitaalinen toimintaympäristö luo haasteita näiden signaalien tulkinnalle, sillä ympäristön viestintä ja vuorovaikutus tapahtuvat nopeasti ja uutta informaatiota tulee jatkuvasti lisää. Monella järjestöllä ei riitä resurssit myös tulkita tai perehtyä niiden tulkitsemiseen. Kuitenkin esimerkiksi koronaviruksen kaltainen yllättävä muutos toimintaympäristössä voi pahimmassa tapauksessa estää järjestön toiminnan, joten selkeä ja hyvin laadittu strategia muodostaa edellytyksen myös poikkeustilanteiden viestinnässä. Muussa tapauksessa viestintä tapahtuu liian myöhään aikaansaaden järjestölle enemmän vahinkoa.

Viestinnän sisällöt, rakenteet ja verkostot: verkostojen hyödyntäminen sisältöjen luonnissa ja tarinallinen julkaisun harjoittelu. (Kuvio 2.)

Työpajan vastauksissa nostettiin esille mediaan liittyvät verkostot, joita sotejärjestöt eivät ole tarpeeksi hyödyntäneet. Tämä näyttäytyy osaltaan viestinnän lyhytnäköisyytenä ja kapeutena, sillä järjestöjen verkostojen monipuolinen hyödyntäminen ja uusien verkostojen luominen on aktiivista toimintaa, jota sotejärjestöjenkin tulisi tehdä jatkuvasti. Verkostojen kautta on mahdollista markkinoida järjestön omaa osaamista ja saada tukea järjestön toiminnalle esimerkiksi rahallisesti. Tutun ja turvallisen hyödyntämistä on kuitenkin myös tärkeä ylläpitää, vaikka se ei kuitenkaan saa olla este päivittää osaamista ja verkostoja. Somevaikuttajat ja muut ammattilaisviestijät haluavat tehdä yhteistyötä heille merkityksellisten organisaatioiden kanssa, ja esimerkiksi tubettajien toiminta perustuu vahvasti yhteistyöjulkaisuille, joissa toki raha vaihtaa omistajaa (Leppälä 2018).

Tarinallinen kertominen nousi kommenttina esille työpajassa kerätyssä palautteessa. Tarinallinen kertominen oli lyhyesti osana työpajapäivän teemaa, mutta ajan vähäisyyden vuoksi se jätettiin hyvin pieneen osaan. Tarinallisuus tuo myös luovan ja vuorovaikutteisemmän sävyn viestintään, ja tarinallisen viestinnän harjoitteluun tarvitsee luovuutta parantavan ympäristön. Tarinallisuudella kautta voidaan luoda esimerkiksi koskettavia kokemustarinoita omasta järjestöstä. Tarinallinen kerronta viestinnässä tarkoituksena on luoda vuorovaikutuksellinen ja inhimillinen viesti.

7 POHDINTA

7.1 Johtopäätökset/Kehitysehdotukset

Viestintä on moniulotteinen, monipuolinen ja kehittyvä ilmiö, jonka ulottuvuuksiin kuuluu arvaamattomuus, vaikuttaminen ja yhteisöllisyys. Samalla se on monipuolinen tapa tavoittaa ihmisiä erilaisilla väylin ja keinoin. Moniosajat-hanke pyrkii edistämään ja kehittämään näitä keinoja ja löytämään osaamisen kehittämisen ja parantamisen muotoja (Moniosajat 2023a). Erilaiset maailmalla tapahtuvat asiat vaikuttavat siihen mistä viestitään ja miten. Kuitenkin on nousemassa suuntauksia, joissa yritetään maailman laajuisesti löytää keinoja saada viestintä saavuttamaan tasa-arvoisemmin kaikki ihmiset. Sotejärjestöt ovatkin vain yksi taho, joka painii tällaisten asioiden kanssa samalla, kun monen muun alan viestinnälliset tarpeet saattavat keskittyä vain osaamisen kartoittamisen ja kehittämisen tarpeessa. Tekoälyn kehittyminen ja kehittäminen ovat vielä kesken, joten sen hyödyntäminen on vielä alkutekijöissään. Siitä huolimatta sen tarjoamia mahdollisuuksia tulisi pyrkiä hyödyntämään myös järjestöjen toimesta.

Digitaalisuutta kannattaa hyödyntää järjestöjen toiminnassa ja erilaisten hybridi- ja etäkokoustapojen käyttäminen on yhä helpompaa. Sosiaalisen median julkaisujen suhteen kannattaa huomioida resurssien ja toiminnan vaatima aika. Samalla järjestöjenkin toiminnassa olevien on syytä muistaa se, että kaikkea ei tarvitse tehdä yksin vaan tehtäviä voi tehdä yhdessä toisten järjestöjen kanssa ja sopia esimerkiksi yhteisistä markkinoinnista tai sosiaalisen median ryhmistä.

Jatkoehdotuksena hankkeelle suositellaan kannustavaan ja tulevaisuuskeskeiseen ajatteluun keskittymistä, sillä viestintä on laaja käsite ja ilmiö ja tämä kehittämistyö sijoittui vain osaan siitä. Sisäisen viestinnän kehittäminen voisi olla seuraava aihe, johon hankkeessa voisi keskittyä. Järjestöjen tulevaisuuskeskeisen ajattelun suhteen voisi olla paikallaan siis kiinnittää huomiota esimerkiksi positiivisiin mahdollisuuksiin ennemmin kuin uhkakuviin. Innostuksella ja kokeilemisen rohkeudella voidaan saavuttaa esimerkiksi järjestöjen toimijoiden työtä helpottavia toimintatapoja.

7.2 Tilaajan palaute

Tässä kappaleessa kerrotaan kehittämistyön tilaajan antamasta palautteesta. Työ annettiin tilaajalle 27.11.2023 ja palaute saapui kirjallisena 30.11.2023. Opinnäytetyöntekijän pyynnöstä tilaaja kommentoi työtä, joka on toteutettu Moniosajat-hankkeelle linkittyen osaksi hankkeen kehittämistyöpajoja ja viestinnän kehittämistä. Palaute on annettu vielä hivenen keskeneräiseen työhön, jolloin käsitys kokonaisuudesta ja lopullisesta työstä on ollut vielä muotoutumatta ja tämä seikka osin vaikuttaa palautteeseen.

Opinnäytetyö on käytännönläheinen ja sen tekeminen oli sidottu hyvin hankkeen toimintaan. Tämä kuitenkin asetti työlle varmasti myös omat haasteensa, jotka tekijä on tuonutkin työssä esille. Kehittämistyö on hyvää, että se on viety konkretiaan ja sisältää ehdotuksen koulutussuunnitelmasta. Hanke pystyy tästä kehittämistyöstä tekemään omia jatkotoimenpiteitä.

Aiheen rajaaminen sote-järjestöjen ulkoiseen ja digitaaliseen viestintään sosiaalisen median alustoilla tuntuu perustellulta ja järkevältä huomioiden työn laajuuden ja kehittämistyön tavoitteen. Se nostaa esille myös yhden kehittämisen kannalta oleellisen näkökulman. Sosiaalinen media on sote-järjestöille osa ammattilaisten ja vapaaehtoisten tekemää työtä ja siten on yksi keskeinen työväline, mikä tulisi hallita ja ymmärtää, vaikka sovellukseen ja sen kehittämissuuntaan ei voida vaikuttaa. Tämä vaatii osaamisen kehittämistä ja tietojen päivittämistä. Järjestökentän ja vaikuttamisviestinnän moninaisuus tekee aiheesta ja kehittämistehtävästä myös osaltaan haasteellisen. Aiheen pohdintaa eri kokoisten järjestöjen näkökulmasta olisi voinut tekijä tuoda rohkeammin esille. Työlle toi lisäarvoa, että tekijä oli selkeyttänyt ja tiivistänyt teoriatietoa kuviksi, esim. kuvio 2. Tämä on hyvin linjassa lopun pohdintaosuuden kanssa, missä tekijä kertoi kiinnittäneensä huomiota työn selkeyteen ja ymmärrettävyyteen. Myös sote-järjestöjen määritelmästä on erilaisia versioita, eikä ymmärtääkseni ole vain yhtä oikeaa määritelmää, joten tämän voisi vielä huomioida järjestökenttää kuvatessa.

Viestinnän nykyisistä välineistä koostuvassa kappaleessa (3.1.) tulee esille tekstin ja viestin ymmärrettävyyden merkitys. Tarinallisuuden, kielen ja sanojen merkityksen rinnalle myös oli tuotu näkökulma, miten sosiaalisen median viestinnässä on kuvien ja videoiden rooli ja miten se peilautuu tekijöiden osaamiseen ja toimintaan. Yleisesti on hyvä viimeistelyssä. Tilaaja on toivonut huolellisuutta.

7.3 Kehittämistyön tutkimuseettisesta tarkasteluna ja saavutettavuus

Kehittämistyössä tutkimuseettisyys on otettu huomioon ennen työn aloittamista esimerkiksi vaadittavien lomakkeiden kautta. Kehittämistyöstä on myös tiedotettu kehittämistyöhön osallistuvia ja osallistuvilta on pyydetty luvat aineiston keräämistä varten. Tiedotus on tapahtunut sähköpostiviestillä ennen työpajaa ja suullisesti sekä kirjallisesti tapahtumaa ennen, sillä työpajaan osallistuminen ei ole tarkoittanut, että osallistuu automaattisesti kehittämistyöhön. Muut tiedot, joita kehittämistyössä hyödynnettäviksi on saatu ovat sellaisia, että niistä ei pysty yksilöimään vastaajia tai henkilötietoja. Työn päättymisen jälkeen kaikki tähän kehittämistyöhön saadut tiedot poistetaan, lukuun ottamatta hankkeelle annettuja tietoja.

Kehittämistyön lähdemateriaalit on valittu sopiviksi ja aineiston sekä sen analysointitavan valitseminen on tehty kehittämistyön tavoitteen kautta. Tietoperustaa on kerätty mahdollisimman erilaisista ja luotettavista lähteistä. Viitatus kyselyn aineisto on tilaajan puolelta arvioitu kriittisesti ja työpajan kautta saatu aineisto on analyysivaiheessa käsitelty objektiivisesti ja lähdekriittisesti.

Saavutettavuuteen on kiinnitetty huomiota esimerkiksi lisäämällä kuviin, kuvioihin ja taulukoihin ALT-tekstit, jotka lukuohjelmalla pystyy kuuntelemaan halutessaan. Kielellisessä ilmaisussa on pyritty selkeään ja ymmärrettävään kirjalliseen ilmaisuun, jotta ulkopuolinen pystyisi lukemaan tekstiä sekä samalla ymmärtämään, millaista kehittämistyötä tässä kyseisessä opinnäytetyössä on tehty. Kuvioden ja kuvien avulla on pyritty avaamaan kehittämistyössä käytettyjä ja havaittuja kehittämiskohteita sekä elävöittämään tekstiä. Kehittämistyössä tietoturvasuus on otettu huomioon tietojen säilyttämisessä ja käsittelyssä. Kehittämistyön päätteeksi tekijä tuhoaa kaikki paperilliset ja digitaaliset luottamukselliset materiaalit.

7.4 Prosessin itsearviointi

Tässä luvussa kirjallinen ilmaisu muutetaan muusta työstä poiketen yksikön ensimmäiseen persoonaan, sillä se soveltuu itsearviointiin paremmin kuin passiivimuotoinen ilmaisutapa. Tässä kehittämistyön itsearvioinnissa käsittelen kehittämistyöprosessia omasta näkökulmastani. Kehittämistyön tekeminen meni kokonaisuutena hyvin. Prosessi alkoi hyvin nopeasti heti elokuussa sähköpostiviestien vaihtamisen jälkeen ja syyskuun puolella pidimme tilaajan kanssa palaverin ja aloimme suunnitella aiheen rakentamista hankkeen tavoitteiden ympärille. Pitkälti kehittämistyö toteutettiin hankkeen tavoitteiden mukaan, mutta sain itse vaikuttaa mihin aiheeseen haluan keskittyä. Ideointi ja suunnitelmanteko venyivät syyskuun ja lokakuun välillä, mutta se ei minua haitannut. Hanke on kuitenkin sellainen, että se elää koko ajan kohderyhmää ja tavoitteita lukuun ottamatta.

Aloimme suunnittelemaan Hämeenlinnassa pidettävää työpajapäivää, mikä ei ollut haastavaa, mutta haastavampaa oli ymmärtää, mitä tarkalleen halusimme työpajalta tilaajan kanssa ja miten saisimme halutun tiedon eli aineiston kerättyä osallistujilta. Suunnittelussa pidimme muutaman palaverin, minkä lisäksi hankin suunnitelmaa varten lähteitä ja suunnittelin kehittämistyön runkoa. Sain heti käsiini hankkeen keräämän materiaalin, joten sen avulla oli helppo lähteä keräämään aiheanastoa ja tärkeimpiä käsitteitä. Käsitteiden määrää piti kuitenkin rajata aika raa'alla kädellä, koska ne alkoivat olemaan niin isoja kokonaisuuksia. Viestinnän suhteen en halunnut keskittyä sisäiseen vaan ulkoiseen, esimerkiksi järjestöjen ja hyvinvointialueiden väliseen viestintään.

Keväällä 2023 kerätyn kyselyn tulosten perusteella nousi kuitenkin esille tarve sisäisen viestinnän uudistamisen tarpeesta. Olin kuitenkin päätökseni tehnyt jo ennen materiaalin näkemistä enkä lähtenyt valintaani muuttamaan. Kirjallisuutta ja lähdemateriaali löytyi yhdessä tilaajan kanssa hyvin ja kirjallisuuden valitsemisessa pyrin korostamaan mahdollisimman tuoreita ja soveltuvia näkökulmia esimerkiksi viestintään liittyen.

Sain kerättyä hyvin aineistoa ja sain paljon aineistoa myös valmiina tilaajalta, mikä nopeutti prosessia jonkin verran. Viestintä on aiheena laaja ja mielenkiintoinen, joten hankaluuksia itselleni tuli aiheen rajaamisessa tarpeeksi selkeäksi ja sopivan kokoiseksi alemman ammattikorkeatutkinnon rajoihin. Oma mielenkiintoni viestintään on työn edetessä vain kasvanut, mikä kertoo aiheen valinnan onnistumisesta.

Kehittämisen prosessi oli hyvin nopeatahtinen ja aikataulutusta sekä motivaation ylläpitäminen koko prosessin ajan on ollut haastavaa. Samalla pakosta on tullut hyvä motivaation lähde erityisesti niinä hetkinä, kun on ollut vaikeaa saada itsestään ja lähdemateriaaleista ulos olennaista ja tärkeää tietoa. Pieniä takaiskuja on matkan varrella tapahtunut ja vaikeita valintoja olen joutunut tekemään. Vaikein valinta, jonka tein oli aiheen rajaaminen sosiaalisen mediaan vaikuttamisviestintään, jota voi tehdä digitaalisesti ja reaaliaikaisesti, mutta isojen kuvien maalaaminen on haastavaa puristaa näin pieneen pakettiin. Samalla huomasin, että aloin aluksi kirjoittamaan liikaa historiasta ja peilaamaan siellä tapahtuneita aiheita ja ajatuksia nykytilanteeseen. Viestintä on tänä päivänä monin tavoin erilaista kuin vuosisata sitten, mutta joitakin asioita on pysynyt ja niistä on pidetty kiinni, vaikka digitaalisuus ja sosiaalinen media ovatkin tulleet jäädäkseen.

Kehittämistyötä tehdessä oli myös havainnollistavaa huomata, kuinka paljon aikaa kuluu tutkimiseen, lähdemateriaalien kehittämiseen ja siihen, kun vain pohtii asioita pään sisällä. Samalla on pitänyt jäsenellä kaikkea muuta kehittämistyön ohella esimerkiksi tutkittavien suunnattuja lomakkeita sekä osallistua tilaajan tarjoamiin tilaisuuksiin, jossa pääsi syvemmälle ja tarkemmin selville siitä, mitä tämä hanke tekee. Tilaajaan tutustuminen oli mahtava kokemus ja oli antoisaa tutustua uusiin ihmisiin. Samalla saada tukea myös sieltä kehittämistehtävän tekemiseen, suunnitteluun ja toteutukseen.

LÄHTEET

Euroopan komissio 2021. Mikä on Euroopan sosiaalirahasto plus. viitattu 5.10.2023
<https://ec.europa.eu/european-social-fund-plus/fi/mika-euroopan-sosiaalirahasto-plus>

European social fund 2021. A new, stronger European Social Fund Plus. viitattu 1.11.2020
<https://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=62&langId=en>

Harju, Aaro 2020. Suomalainen kansalaisyhteiskunta. viitattu 3.12.2023
<https://kansalaisyhteiskunta.fi/tietopankki/suomalainen-kansalaisyhteiskunta/>

Heikkinen, Vesa 2020. Tekstianalyysi. Miksi Kielellisillä Valinnoilla on Merkitystä? Helsinki. Gaudeamus. 2020.

Helsinki. Infor/Management Institute of Finland MIF Oy.

Hirvonen, Maija & Kinnunen, Tuija & Tiittula, Liisa 2020. Viestinnän saavutettavuuden lähtökohtia. Teoksessa Maija Hirvonen & Tuija Kinnunen (toim.) Saavutettava Viestintä. Yhteiskunnallista Yhdenvertaisuutta Edistämässä. Helsinki. Gaudeamus. 2020.

Humak 2023. Aidosti vaikuttavasti TKI-työtä – valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. viitattu 3.10.2023 <https://www.humak.fi/tutkimus-ja-kehityspalvelut/projektit/>

Juholin, Elisa 2022. Communicare. Ota viestinnän ilmiöt ja strategiat haltuun. 8. painos.

Kuntoutussäätiö 2022. Tieto meistä. viitattu 3.10.2023 <https://kuntoutussaatio.fi/tietoa-meista/>

Lahti, Inna-Pirjetta & Meretniemi, Tuomo 2022. Muuta Maailmaa Somessa. Hyväntekijän Käsikirja. Helsinki. Alma Talent. 2022.

Laininen, Erkki 2023. Yhteiskuntaa uudistava järjestö. Kestävän tulevaisuuden indikaattorit muutoksen työvälineenä. Powerpoint. Ei julkaistu.

Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019. viitattu 6.10.2023
<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306>

Lassila-Merisalo, Maria 2020. Tarinallinen Journalismi. Tampere. Vastapaino. 2020.

Leppälä, Joonas 2018. Miksi pelkää yhteistyö videoita? viitattu 30.11.2023
<https://www.youtube.com/watch?v=4tSKp9OL5Do>

Moniosaajat 2023a. Tervetuloa Moniosaajat -hankeen sivuille. viitattu 3.10.2023 <https://moniosaajat.humak.fi/>

Moniosaajat 2023b. Hankkeesta. viitattu 3.10.2023 <https://moniosaajat.humak.fi/hankkeesta/>

Moniosaajat 2023c. Sote-yhdistykset tulevaisuuden tekijöinä- kyselyraportti. Powerpoint. viitattu 3.10.2023 <https://moniosaajat.humak.fi/wp-content/uploads/sites/106/2023/10/Sote-yhdistykset-tulevaisuuden-tekijoina-kysely%E2%80%8Bn-raportti-valmis-saavutettava.pdf>

Moniosaajat 2023d. Kyselyn tuloksia. Ei julkaistu.

Moniosaajat 2023e. Moniosaajat työpajan palautekysely. Peruseraportti. Ei julkaistu.

Mäntyneva, Mikko 2016. Hallittu projekti. Jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. 1. painos. Helsinki. Kauppakamari.

Oikeusministeriö 2022. Aluevaalit. viitattu 22.10.2023 <https://vaalit.fi/aluevaltuustot>

Pasanen, Päivi 2020. Internetissä julkaistut erikoisalojen sanastot tiedon saavutettavuuden edistäjinä. Teoksessa Maija Hirvonen & Tuija Kinnunen (toim.) Saavutettava Viestintä. Yhteiskunnallista Yhdenvertaisuutta Edistämässä. Helsinki. Gaudeamus. 2020.

Reinikainen, Hanna 2023. Somevaikuttajat ja organisaatioiden strateginen viestintä. Teoksessa Hanna Reinikainen & Salla-Maaria Laaksonen (toim.) ProComma Academic 2023. Vaikuttava viestintä. PDF-julkaisu. viitattu 25.11.2023 <https://helda.helsinki.fi/bitstreams/47b1db32-e194-4c10-b496-3a5fb7143697/download>

Sosiaali- ja terveysministeriö 2021. Aluevaltuutetun opas. Hyvinvointialueen suhde järjestöihin. viitattu 22.10.2023 <https://soteuudistus.fi/documents/16650278/17455303/Aluevaltuutetun+opas.pdf/92005f95-de3e-f595-1a97-777922d59f4f/Aluevaltuutetun+opas.pdf?t=1635837086225>

Sosiaali- ja terveysministeriö 2023a. Hyvinvointialueet vastaavat sote-palvelujen ja pelastustoimen järjestämisestä. viitattu 25.11.2023 <https://stm.fi/hyvinvointialueet>

Sosiaali- ja terveysministeriö 2023b. Järjestöt ja yhdistykset osana sosiaali- ja terveydenhuollon järjestelmää. viitattu 25.11.2023 <https://stm.fi/jarjestot-ja-yhdistykset>

SOSTE 2020. Mitä järjestöt tekevät. viitattu 22.11.2023 <https://www.soste.fi/mita-sote-jarjestot-tekevät/>

SOSTE 2023. Tietoa meistä. viitattu 22.11.2023 <https://www.soste.fi/meista/tietoa-sostesta/>

Strellman, Urpu & Svinhufvud, Kimmo 2020. Kupliva Kirjoittaminen. Iloa Ja Tehoa Työelämän Teksteihin. Helsinki. Art House, 2020.

Taivalkoski-Shilov, Kristiina 2020. Vanhojen ja uusien käännösklassikoiden saavutettavuus. Mitä lapset ja nuoret ymmärtävät lukemastaan. Teoksessa Maija Hirvonen & Tuija Kinnunen (toim.) Saavutettava Viestintä. Yhteiskunnallista Yhdenvertaisuutta Edistämässä. Helsinki. Gaudeamus. 2020.

Toikkanen Petri 2021. Lue tuore Tulevaisuuden näkymät järjestöissä -selvitys. viitattu 24.11.2023 <https://osana.fi/tnj2/>

Toikkanen Petri 2023. Tulevaisuuden näkymät järjestöissä. PowerPoint. Osana Yhteistä Ratkaisua Oy 2023. Viitattu 9.10.2023. <https://osana.fi/tnj2/>

Valtionneuvosto 2023. Sote- uudistus. Mikä on hyvinvointialue. viitattu 22.10.2023 <https://soteuudistus.fi/mika-on-hyvinvointialue>

LIITTEET

Liite 1. Sote-yhdistykset tulevaisuuden tekijöinä- kyselyraportti

<https://moniosaajat.humak.fi/wp-content/uploads/sites/106/2023/10/Sote-yhdistykset-tulevaisuuden-tekijoina-kysely%E2%80%8Bn-raportti-valmis-saavutettava.pdf>

Liite 2. Sote-yhdistykset tulevaisuuden tekijöitä- kysely https://moniosaajat.humak.fi/wp-content/uploads/sites/106/2023/09/Moniosaajat_kysely_2023.pdf

Liite 3. [Tutkittavien suostumuslomake](#)

Liite 4. [Tutkittavien informointi](#)

Liite 5. Taulukko 1 työpajapäivän rastilta 1

Hyvinvointialueen päättäjät ja työntekijät	
<i>Toisintavat</i>	<i>Ennakoivat ja uudistavat</i>
Palvelutiedotus ja markkinointi (esitteet, sähköpostit, esittelytilaisuudet)	Instagram ja infografiikat (Canva)
Lähellä.fi + Ptv	Miten meidän työemme helpottaa sinun työtäsi? Asennemuutos työntekijöille
Tutkimustieto ja tilastot	Työn kuvissa rajapinta - henkilöiden olemassaolo
Uutiskirjeet	Julkinen sektori, tietojärjestelmä, 3. sektori
Sosiaalinen media alustat (Facebook)	OLKA-toiminta-yhteistyö, Toivo-sovellus, Vertaistuen tason varmistaminen
Mielipidekirjoitukset	Eri toimijoiden (järjestöt, kaupunki, hyvinvointialue) yhteistyö järjestöneuvottelukunnassa (järjestöjen ääni kuuluviin)
Puhelut ja sähköpostit / yhdyshenkilö	Tunteisiin vetoavat käytännön tarinat (mielikuva toiminnasta)
Tiivis yhteistyö vaikuttamiseen ja tapaamisia	Lobbaaminen (Päättäjät) digitaalisesti ja livenä

Liite 6. Taulukko 2 työpajapäivän rastilta 2

Toimittajat	
<i>Toisintavat</i>	<i>Ennakoivat ja uudistavat</i>
Sähköposti ja soitto	Tuodaan voimakkaammin esille mielipiteitä/kannanottoja
Kutsutaan tapahtumiin	Tubettajat + vaikuttajat (paikalliset, asiasisällön tuottajat, teemaan liittyvät)
Lehdistötiedotteet	Vaivatonta toimijalle
Harkittu ja johdettu kriisiviestintä	Yhteydenpito tulevaisuutta varten: "Soittakaa meille, jos tarvitsette tietoa..."
Tunnista uutisarvo: uutta ja poikkeuksellista	Paikallismediat (isot ja pienet), kuten Yle paikalliset, kuntamediat...
Ammattilaisten digitiedottajien hyödyntäminen (somevaikuttajat)	Ammattilaisten digitiedottajien hyödyntäminen (somevaikuttajat)
Mielipidekirjoitukset	Vapaaehtoisten laajempi hyödyntäminen
Suhteet	Mielipidekirjoitukset
	Somehaaste toimittajille suoraan ja suhteet
	"Tuote testaaminen" ja "reality"
	Miten sitoutetaan esim. nuoret toimintaan, jotka voivat olla tulevaisuuden toimittajia tai vaikuttajia
	Ilmiöiden tunnistaminen: juttuvinkki toimittajalle heti
	Lehdistötiedote tekoälyn avulla

Webinaari toimittajille järjestötoimijoiden kanssa
"Välikäsi", meillä kontakteja
Artikkeleihin ja uutisiin vastaaminen suoraan medialle

Liite 7. Taulukko 3 työpajapäivän rastilta 3

Rahoittajat	
<i>Toisintavat</i>	<i>Ennakoivat ja uudistavat</i>
Testamenttilahjoitukset	Etsiä uusia rahoittajatahoja
Pydetään rahaa laajalti yleisiin kohtaisiin lahjoittamo.fi tyyliset kanavat	Kutsutaan rahoittajat tutustumaan
Rahalipas	Itsensä myyminen
Päättäjiin vaikuttaminen	Hissipuheet
"Näitä on haettu ennenkin"	Valmiiksi mietityt konseptit ja "tuotteet", rajatut
Henkilökohtaiset kontaktit sponsoreihin	Ennaltaehkäisyn avaaminen ja näkyväksi tekeminen
	Paikallisuus, ajankohtaisuus, tarkka rajaus, selkeä tarve juuri nyt (somekampanjat)
	"Mitä järjestötyö on?!" Tärkeää avata päättäjille!
	Myyntiä ilman vartiointia. Omatunto pistää, jos varastat
	Myyjäiset ym. Pitäisi ajatella uudella tavalla: aineettomien asioiden myynti/lahjoittaminen
	Aktiivinen vaikuttaminen eri suuntiin
	Työn näkyväksi tekeminen
	Joskus nopea liike pitää tehdä. Uutiskynnys. Tartu toimeen

Liite 8. Taulukko 4 työpajapäivän rastilta 4

Potentiaaliset uudet toimijat	
<i>Toisintavat</i>	<i>Ennakoivat ja uudistavat</i>
Valikkoverkosto	Digitaalisuuden käyttö/kehittäminen
Mahdollisuuksien tori	Yritysten vastuullisuusohjelmat
Verkkosivut ja some, uutiskirje	Yhteistyö yhdistysten kesken, osaamisen jakaminen (oma osuuskunta)
Vapaaehtoisten kouluttautuminen	Yhteisömanageri, joka on oma tai yhteinen
Tapahtumat (uusien illat)	Lähellä.fi - jatkokehittäminen
Oppilaitosyhteistyö	Henkilökohtaisuus
Potilasjärjestöt: Ensietopäivät tuoreena diagnosoiduille	Pop up & vapaaehtoisten resurssien huomioiminen ja siitä viestiminen
Facebook-markkinointi (omat sivut ja ryhmät)	Mahdollisuudet esiin
Commu- app	Vapaaehtoisten osaamisen laajempi hyödyntäminen
	Matalan kynnyksen videotuotannot
	Alueellinen maahanmuuttajien toimintakartta.
	Hello Hämppy! -info toiminnasta muunkielisille
	Vapaaehtoisten ja muiden toimijoiden tarinat (työ ja tekeminen) näkyväksi
	Commu -app
	Vapaaehtoistoiminnan markkinointi suoraan yrityksiin
	Ensietopäivän tiedonannot verkkoon

Liite 9. Tuotos tilaajalle koulutuspäivän aihe suunnitelma




Koulutussuunnitelma aihe-ehdotukset

Merkityksen antaminen ja näkyväksi tekeminen:	• Järjestön tarkoituksen ja merkityksen selkeytys: mitä varten järjestö on olemassa.
Yhteisöllisyyden vahvistaminen ja kulttuurin kehittäminen:	• Avoimen yhteisön ja kulttuurin näkeminen; Digitaalisuus on hyvä osata jokaisen.
Tavoitteellinen ja vuorovaikutteinen strategiatyö	• Viestintä strategia on selkeä kaikille; vuorovaikutteinen ja tavoitteellinen viestintä
Luotaus, tulkinta ja reagointi:	• Strateginen suunnitelma kriisiviestintään
Viestinnän sisällöt, rakenteet ja verkostot	• Verkostojen hyödyntäminen sisältöjen luonnissa ja tarinallinen julkaisun harjoittelu

Marjamäki, 2023

Koulutuksen suunnitelman harjoitteet

- Teen kaksi dia liittyen aiheisiin:
 - Perustelut, miksi aihe on tärkeä (1. diassa)
 - Keskeiset haasteet (1. diassa)
 - Harjoitusehdotus koulutuspäivälle (2. diassa)
- Aihe-ehdotuksien jälkeen, teen yhden tai useamman aiheeseen liittyvän toiminta ehdotuksen, miten asian voisi koulutuksessa toteuttaa.




1. Merkityksen antaminen ja näkyväksi tekeminen:

- Järjestön tarkoituksen ja merkityksen selkeytys: mitä varten järjestö on olemassa.
- Järjestöjen suunnitelmallinen ja tavoitteellinen tapa tavoittaa kohderyhmää on mielestäni puutteellinen, jonka takia tähän tulisi keskittyä koulutuksessa.
- Järjestöjen tavoitteelliseen suunnitelmaan auttaa se, että järjestöillä on selkeä kuva omasta toiminnastaan.

1. ”Hissi”-puheen suunnittelu

- Harjoite, jolla edistettäisiin sotejärjestöjen tekijöitä, on hissi-puheen rakentaminen ja esittäminen.
- Jokaisella osallistujalla on 10-20 minuuttia aikaa kehittää hissi-puhe omasta järjestöstä.
- Sen jälkeen jokainen menee tuntemattoman ihmisen luo ja esittelee oman hissi puheensa. Pareittain tai max. 3 hlö ryhmiä.
- Sen jälkeen jokainen kirjoittaa yhteiselle isolle paperille, millainen kuulemma järjestö teki.
- Sääntö: Se kuka kuuntelee esittelyn. Ei saa esittää lisäkysymyksiä liittyen kuulemaansa järjestöön.

2. Yhteisöllisyyden vahvistaminen ja kulttuurin kehittäminen

- Avoimen yhteisön ja kulttuurin näkeminen; Digitaalisuus on hyvä osata jokaisen.
- Digitaalisen viestinnän kulttuurin luominen kannustavaksi ja rakentavaksi kaikille tulee tukea ja panostaa. Osaamisen kehittäminen järjestön sisällä jokaisen kohdalla.
- Yhteisöllisyyden luominen aktiivisen viestinnän kautta luo näkyvyyttä ja antaa järjestöstä vakaan kuvan.
- Ikäihmisten viestinnällisen osaamisen vahvistaminen voi olla ratkaisu oman järjestön resurssi pulaan.



Millainen digitaalisen viestinnän kulttuuri tavoitteellista? Millainen on yhteisöllinen viestiminen?

Digitaalisen viestintä kulttuurin keskeinen viestiympäristö on sosiaalinen media, mutta myös s-posti on digitaalista viestintää.

Viestintäkulttuurin vaikuttaa myös se millä tavalla me viestimme kohderyhmälle.

Yhteisöllinen viestintä on aktiivista ja vuorovaikutuksellista viestintää.

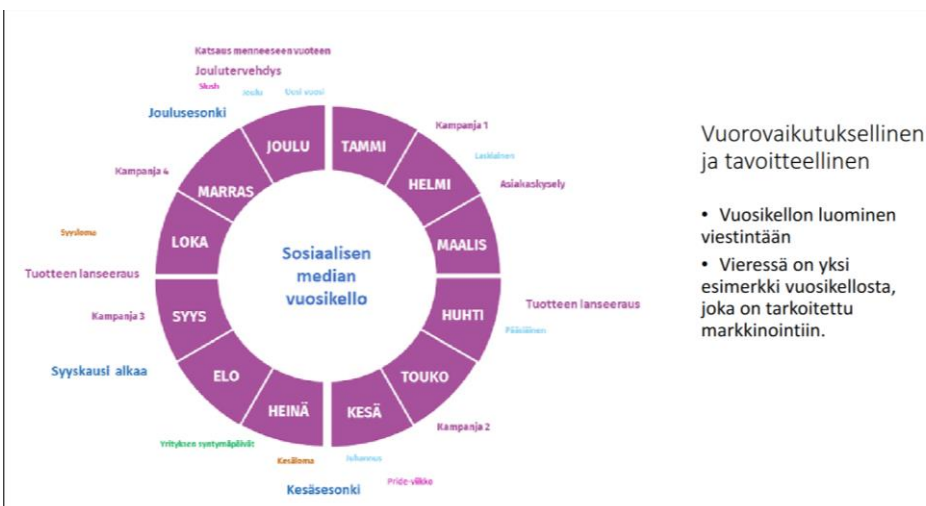
Digitaalisen viestinnässä tärkeintä on aktiivinen ja vuorovaikutuksellinen viestintä, jossa määrätään selkeät raamit vaikuttamiselle, vuorovaikutukselle ja toiminnalle.




3. Tavoitteellinen ja vuorovaikutteinen strategiatyö

- Viestintä strategia on selkeä kaikille; vuorovaikutteinen ja tavoitteellinen viestintä.
- Strategia on suunnitelma siitä, millaisia tavoitteita on asetettu esim. viestinnälle.
- Tavoitteita kannattaa olla monenlaisia: pitkiä ja lyhyt aikaisia.
- Strategiaa tulee päivittää säännöllisin väliajoin ja se kannattaa ottaa mukaan perehdytykseen niitä osin kuin se on tarpeellinen.





4. Luotaus, tulkinta ja reagointi


- Strateginen suunnitelma kriisiviestintään
- Järjestöjen tulee jonkin verran keskittyä viestinnässä myös heikkojen signaaleja tulkintaan. Sisäinen ja ulkoinen viestintään tulevat signaalit tulee olla suunnitelmassa selvitettyinä.
- Digitaalinen ympäristö luo haasteen signaalien tulkinnalle, koska viestintää tapahtuu niin nopeasti ja koko ajan.

Millainen viestintä teillä on kriisitilanteessa digitaalisessa ympäristössä?

- Kertokaa millaisia asioita tai esimerkkejä teillä on digitaalisen viestinnästä kriisi tilanteesta järjestöstänne tai olette kuulleet?
- Muutamalla lauseella voi kommentoida ja kertoa.
- Ääri-ilmiö! Miten korona aikana valtio hoiti digitaalisen viestinnän järjestön toimijoille? (Jos ryhmä ei halua kertoa omia esimerkkejä)

5. Viestinnän sisällöt ja rakenteet

- Verkostojen hyödyntäminen sisältöjen luonnissa ja tarinallinen julkaisun harjoittelu
- #-merkillä saa näkyvyyttä, mutta niiden käyttäminen voi olla sekavaa, jos niitä on kymmeniä peräkkäin. Tai lauseita kirjoitetaan yhteen.
- Esimerkkejä
 - #paras#mokkapalaohje#löytö#2023
 - #meidänyhteinsyysretkiKuhmoon
- Saavutettavuuden kannalta kannattaa laittaa #-merkit allekkain
- ALT-tekstien käyttäminen kannattaa myös sosiaalisessa medissa



5. Viestinnän sisältö, rakenne ja verkostot

- Sisällön selkeä suunniteltu ja toteutettu
- Erilaisten verkostojen hyödyntäminen: perinteinen media, somevaikuttajat, kunta tai kaupunki yhteistyö
- Esim. Rahoittajalle voi vinkata oma sosiaalinen median kanavat raporttien ja tutkimuksien lisäksi.



Harjoite sisällön ja rakenteen luontiin

- Etsikää netistä kolme erilaista toimijaa ja arvioikaa heidän julkaisuja
 - Millainen ulkoasu?
 - Saavutettavuus ja selkeys
 - Tavoite?
 - Arvosana 1-5
- Harjoitelkaa tekemään itse ryhmässä yhteinen julkaisu annetun aiheen teemaan liittyen
 - Kevättori paikallisella torilla lapsiperheille
 - Lukupiiri vammaisille
 - Vanhusten muisti-ilta
 - Joogaa odottaville äideille
 - Lemmikinäyttely