Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas

Suomen Romaniyhdistys ry:lle

Emma Ryhänen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Medianomi
Amk-opinnäytetyö
2024

Tiivistelmä

Tekijä
Emma Ryhänen

Tutkinto
Medianomi

Opinnäytetyön nimi
Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas Suomen Romaniyhdistys ry:lle

Sivu- ja liitesivumäärä
25 + 62

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Suomen Romaniyhdistys ry:lle tehtyä viestintäsuunnitelmaa ja viestinnän opasta. Raportissa käsitellään näiden sisältöä ja valmistusprosessia. Suunnitelman ja oppaan tavoitteena on antaa yhdistyksen työntekijöille selkeä näkemys viestinnän tavoitteista, toimenkuvasta ja aikatauluista ja toimia käytännönläheisenä oppaana viestinnän hoitamisessa.

Viestintäsuunnitelmassa käsitellään yhdistyksen viestinnän tavoitteet, kehityskohdat kuluvalle vuodelle, ydinviestit, kohde- ja sidosryhmät, kanavat, mittarit, vastuuhenkilöt ja aikataulut. Viestinnän oppaassa käsitellään muun muassa työyhteisö- ja organisaatioviestintää, sisäistä ja ulkoista viestintää sekä annetaan vinkkejä viestinnän hoitamiseen kuten sosiaalisen median päivityksien tekemiseen ja ohjeet tallennusmuotoihin.

Suunnitelman ja oppaan laatiminen lähti liikkeelle viestinnän alkukartoituksesta, jonka avulla kartoitettiin työntekijöiden ymmärrys viestinnän työstä ja yhdistyksen viestinnän tilanteesta. Kartoituksen jälkeen pidettävissä viestinnän koulutuksissa vahvistui ajatus siitä, mitkä asiat tarvitsevat tarkennusta oppaassa. Loppukartoituksessa arvioitiin viestinnän tilanne sekä alkukartoituksen, koulutuksien, suunnitelman ja oppaan toimivuutta. Raportissa käydään läpi suunnitelman ja oppaan lähtökohtana ollut tietopohja, viestinnän alku- ja loppukartoitukset, viestinnän koulutukset ja oppaan sekä suunnitelman tekoprosessi.

Suunnitelman ja oppaan valmistamista varten selvitettiin yhdistyksen viestinnässä tarvittavia taitoja ja ominaisuuksia alan kirjoista, aiemmista opinnäytetöistä, yhdistyksen ja yrityksien viestintäsuunnitelmista ja aihetta käsittelevistä artikkeleista. Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin marraskuussa 2023 ja se valmistui huhtikuussa 2024.

Alku- ja loppukartoituksessa nousseiden tulosten perusteella sisäinen viestintä nousi tärkeimmäksi kehityskohteeksi Suomen Romaniyhdistyksessä. Muita kehitettäviä osa-alueita nousi kolme. Yksi niistä on toimeksiantojen tärkeys. On tärkeää, että tehtäväannot ovat tarpeeksi selkeät, yksityiskohtaiset ja sisältävät kaiken tarvittavan tiedon. Toinen oli aikataulut ja suunnitelmallisuus. Onnistuneessa viestinnässä ollaan ajoissa liikkeellä ja valmistaudutaan huolella. Kolmanneksi nousi vastuiden jakaminen. Kollektiivinen vastuu ei ole toimiva tapa yhdistyksen hoidossa, vaan jokaiseen tehtävään tulee ajoissa valita vastuuhenkilö.

Asiasanat
viestintäsuunnitelma, organisaatioviestintä, romani, yhdistys, oppaat

Sisällys

1 Johdanto ... 1
1.1 Suomen Romaniyhdistys ry ... 1
1.1.1 Baňtalo phuuriba – Onnellinen vanhuus ... 2
1.1.2 Au mensa – Tule mukaan ... 2
1.1.3 Sastipe tukke – Terveyttä sinulle ... 3
1.1.4 Muu työ ... 3
1.2 Miksi viestinnän opasta tarvitaan? ... 5
2 Teoriapohja: Viestintä ... 7
2.1 Työyhteisö- ja organisaatioviestintä ... 7
2.2 Viestinnän suunnittelu ... 8
2.2.1 Sisäinen viestintä ... 9
2.2.2 Ulkoinen viestintä ... 9
2.2.3 Viestintä romanikulttuurissa ... 10
3 Empiirinen osa: Viestintäsuunnitelman ja viestinnän oppaan laatiminen ... 11
3.1 Alkukartoitus ... 11
3.2 Koulutukset ... 12
3.3 Viestintäsuunnitelman tekeminen ... 13
3.4 Oppaan tekeminen ... 13
3.5 Loppukartoitus ... 14
4 Pohdinta ... 20
4.1 Johtopäätökset ... 20
4.2 Kehittämisehdotukset ... 21
4.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi ... 22
Lähteet ... 25
Liitteet ... 26
Liite 1. Suostumuslomake ... 26
Liite 2. Alkukartoitus: Hanke- ja toimintamuotojen työntekijöiden haastattelupohja ... 27
Liite 3. Alkukartoitus: Hallinnon työntekijöiden haastattelupohja ... 28
Liite 4. Viestintäsuunnitelma-pohja ... 29
Liite 5. Viestintäsuunnitelmat ... 31
Liite 6. Viestinnän opas ... 47
Liite 7. Loppukartoituksen kysymykset ... 81

1 Johdanto

Aloitin työharjoittelun Suomen Romaniyhdistyksessä marraskuussa 2023. Haastattelutilanteessa toin ilmi mahdollisuuden tehdä heille opinnäytetyön toimeksiantona. Yhdistyksessä kiinnostuttiin tästä, koska viestintäsuunnitelman laatiminen oli heille tarpeellista. Silloin viestintää tehtiin yhdistyksessä hyvin vaihtelevasti. Osa yhdistyksen projekteista teki ulkoista viestintää esimerkiksi TikTok:ssa, kun taas osa projekteista ei tehnyt ulkoista viestintää juuri yhtään. Sisäisen viestinnän kanavana toimivat lähinnä WhatsApp-ryhmä ja SharePoint.

Yhdistyksessä ei ole erikseen työntekijää hoitamassa viestintää, joten ajatuksena oli saada jokaiselle työntekijälle selkeä näkemys viestinnän tavoitteista, toimenkuvasta ja aikatauluista. Halusin tehdä käytännönläheisen oppaan, joka pystyisi aidosti auttamaan viestinnän hoitamisessa.

1.1 Suomen Romaniyhdistys ry

Järjestö aloitti toimintansa Suomen Mustalaisyhdistys ry nimellä vuonna 1967. Siihen aikaan romaneiden sosiaalinen tilanne oli huono. Yhdistys alkoi taistella tilanteen puolesta pyrkimällä korjaamaan romaneiden asunto-, työllisyys-, koulutus- ja syrjintäongelmia. Vajaassa 60 vuodessa on tapahtunut hyviä muutoksia esimerkiksi romanien asuinoloissa ja koulutusmahdollisuuksissa, mutta yhä edelleen romaneiden sosiaalinen asema on huonompi kuin pääväestön. Näihin ongelmiin liittyvät yhdistyksen nykyiset tavoitteet: yhdenvertaisuuden edistäminen, vaikutusmahdollisuuksien lisääminen ja yhteiskunnalliseen päätöksentekoon osallistaminen. Nykyään yhdistys tunnetaan romanien omana valtakunnallisena asiantuntijaorganisaationa, jonka toimintaan kuuluvat kulttuurisen moninaisuuden edistäminen, antirasistinen työ ja syrjinnän ehkäiseminen, romaninuorten yhteiskunnallisen osallisuuden ja kansainvälisyyden vahvistaminen, romanivanhusten asumisen tukeminen kotona ja laitoksissa, romaninaisten terveyslukutaidon vahvistaminen sekä romanikulttuurin ja -kielen edistäminen. Yhdistys tarjoaa neuvontapalveluita romaneille ja viranomaisille sekä kouluttaa, välittää luennoitsijoita ja edistää romanikielen elvytystä. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022; Pulma 2012, 236–240; Majaniemi 24.4.2024.)

Järjestön hankkeistettua toimintaa rahoittavat mm. Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus (STEA), Euroopan unionin vaihto-opiskelijaohjelma Erasmus+ ja Taiteen edistämiskeskus (Taike). Toiminta on kaikille avointa, maksutonta ja uskonnollisesti sekä poliittisesti sitoutumatonta. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Harjoitteluni alkaessa käynnissä olivat vanhus- ja nuorisotyöhankkeet sekä naisten terveyslukutaitohanke. Vuoden 2024 aikana tapahtuu kolme muutosta. Ensinnäkin naisten terveyslukutaitotyö saa STEA:lta kohdennetun yleisavustuksen (ak-avustus). Toiseksi terveyslukutaitotyötä

kohdennetaan jatkossa myös romanimiehiin. Kolmanneksi vanhustyön hanke loppui rahoituksen päättymisen takia. Opinnäytetyössä tulen käsittelemään myös vanhustyön viestintää, koska toiveena on saada vanhustyöhön uusi hanke.

1.1.1 Baňtalo phuuriba – Onnellinen vanhuus

Hankkeen tarkoituksena on tukea romanivanhusten asumista kotona, hoivakodissa ja tuetussa palveluasumisessa. Baňtalo phuuriban kulmakivenä on ollut liikkuva toimisto, joka on vienyt palvelut romanivanhusten kotiin ja päivystänyt esimerkiksi palvelutaloissa. Isona osana toimintaa on myös valtakunnallinen palvelunumero, josta saa virka-aikana opastusta ja neuvontaa romanivanhuksille, omaisille ja ammattilaisille. Palvelukatveeseen jääneet romanivanhukset löydetään etsivän vanhustyön avulla ja varmistetaan, että kotona asuminen sujuu. Omaisia neuvotaan ja ohjataan hakemaan romanivanhuksille kuuluvia tukia ja palveluita sekä hoitotarvikkeita, apuvälineitä ja asunnon muutostöitä. Toiminnassa tehdään palveluntarveselvityksiä, annetaan kulttuuritulkkausta ja pyritään vahvistamaan kulttuurisensitiivisiä palveluita. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Yhteistyötä tehdään valtakunnallisesti kuntien asuntotoimen, aikuissosiaalityön, vammaispalveluiden, päihdetyön, omaishoidon ja lastensuojelun sekä Kelan kanssa. Toimintaa rahoitti Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus vuoteen 2024 asti. Yhdistyksen vanhustyö jatkuu edelleen ajamalla romanivanhusten asiaa. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

1.1.2 Au mensa – Tule mukaan

Vuonna 2014 alkaneen toiminnan tavoitteena on rohkaista ja kouluttaa romaninuoria yhteiskunnalliseen osallistumiseen osallistumalla omien ja yhteisten asioiden hoitamiseen romaniyhteisössä, sen ulkopuolella ja myös kansainvälisesti. Toiminnassa järjestetään vuosittain leirejä, koulutuksia ja kampanjoita. Lisäksi kannustetaan romaninuoria osallistumaan yhteistyökumppanien toimintaan. Nuoria kannustetaan olemaan itse suunnittelijoita ja tekijöitä kaikissa toiminnoissa. Tavoitteena on, että nuoret kokevat kuuluvansa omaan romaniyhteisöönsä ja että he tulevat kuulluiksi ja nähdyiksi oman ikäryhmänsä asiantuntijoina. Nuorisotyön teemoissa painottuvat ihmisoikeudet, yhdenvertaisuus, romanipolitiikka, romani-identiteetti, antirasismi, syrjimättömyys ja vertaistuki. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.

Vuonna 2023 nuorisotyössä on tehty erilaisia hankkeita, kuten Saste aven! -yhteistyöhanke serbialaisen Đurđevdan-romanijärjestön kanssa. Hankkeessa nuoret pohtivat, mitä romanikulttuuri heille merkitsee ja miten he ilmaisevat sitä. Amengo Europa! -osallistamishankkeen tavoitteena oli lisätä romaninuorten tietoisuutta eurooppalaisuudesta ja oppia eri vaikuttamismahdollisuuksista ja rohkaistua mukaan eurooppalaiseen yhteistyöhön. Hortto tiija! -aikuiskoulutushankkeessa

makedonialaisten romanijärjestöjen kanssa tutustuttiin sukupolvityöskentelymenetelmään ja pyrittiin sen avulla kaventamaan romaniyhteisössä ilmenevää sukupolvien välistä kuilua. Nämä hankkeet rahoitti Erasmus+ -ohjelma. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

1.1.3 Sastipe tukke – Terveyttä sinulle

Valtakunnallisessa toiminnassa pyritään lisäämään 18–64-vuotiaiden romaninaisten ja -miesten terveyslukutaitoa. Maailman terveysjärjestö World Health Organization (WHO) määrittelee terveyden lukutaidon yksilön tiedollisina ja sosiaalisina taitoina. WHO:n mukaan terveyslukutaito on henkilön kykyä ja halukkuutta löytää, ymmärtää ja käyttää tietoa terveyttä edistävällä ja ylläpitävällä tavalla. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen vuonna 2018 julkaiseman romanien hyvinvointitutkimuksen (Roosa) tulosten mukaan, romanit ovat pääväestöä heikommassa asemassa terveyden suhteen sekä alikäyttävät terveyspalveluita että kokevat syrjintää palvelujen saannissa (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2018). Yhdistyksen hankkeen tavoitteena on, että romaneilla olisi tietoa, taitoa ja itseluottamusta pysyäkseen terveinä, toipuakseen sairauksista tai oppiakseen elämään sairauksien kanssa. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022; World Health Organization 2024.)

Terveyslukutaitoryhmiä järjestetään ympäri Suomea paikallisten romanijärjestöjen ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa. Ryhmissä pohditaan oman ja perheenjäsenten terveyden ja hyvinvoinnin edistämistä. Ryhmien lisäksi toiminnassa koulutetaan kokemusasiantuntijoita, joilla on omakohtainen kokemus sairaudesta ja siitä toipumisesta sekä terveyspalveluiden käytöstä. Koulutuksen jälkeen he voivat toimia vertaistukena, kokemuskouluttajana tai asiantuntijana palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Toiminnassa tarjotaan koulutuksia, työpajoja ja aineistoja lähi- ja etäyhteyksin sosiaali- ja terveysalan ammattilaisille ja opiskelijoille sekä palveluja järjestäville viranomaisille ja päätöksentekijöille. Koulutuksissa on ammatillista osaamista täydentävää tietoa romanikulttuurista sekä ammattialakohtaista tietoa kulttuurisensitiivistä työotetta vaativista asiakastilanteista, yhdenvertaisuudesta, palveluita tehostavista erityistoimista ja hyvistä käytännöistä. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Toimintaa rahoittaa Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus STEA (Suomen Romaniyhdistys ry 2022).

1.1.4 Muu työ

Suomen Romaniyhdistys tekee työtä kulttuurin, romanikielen, kansainvälisyyden, rasismin ja maaseurantaraporttien kanssa (Suomen Romaniyhdistys ry 2022).

Kulttuurityössä yhdistys pyrkii keräämään, dokumentoimaan ja välittämään romanien kulttuuriperintöä sekä tekemään kansallisia ja kansainvälisiä merkkipäiviä tunnetuiksi (Suomen Romaniyhdistys ry 2022).

Suomen romanikieli kaalo on uhanalainen kieli. Opetushallitus julkaisi Suomen romanikielen elvytysohjelman 2023–2030 syksyllä 2022. Suomen Romaniyhdistys osallistuu elvytysohjelman toteuttamiseen sekä oman kieli- ja kulttuuritoimintansa kautta että erilaisina hankkeina yhteistyössä johtavan Suomen romanikielen tutkijan dosentti Kimmo Granqvistin kanssa. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Kansainvälistä työtä yhdistys tekee erityisesti Erasmus+ -ohjelman liikkuvuushankkeiden kanssa lähettäen romaninuoria eurooppalaisten verkostojen tapahtumiin ja koulutuksiin. Yhdistys on myös lähettänyt vuodesta 2018 alkaen suomalaisia romaninuoria Dikh He Na Bister (Katso, äläkä unohda) romanien kansanmurhan eurooppalaiseen muistamisaloitteeseen. Kyseessä on eurooppalaisen TernYpe-romaninuorten verkoston järjestämä nuorisotapahtuma, jossa lisätään nuorten tietoisuutta romanien toisen maailmansodan aikaisesta kansanmurhasta. Tämä rahoitettiin sekä Opetus- ja kulttuuriministeriön Au Mensa 2014–2021 hankkeen sekä yhdistyksen yleisavustuksen avulla. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Romaniyhdistys tekee monipuolisesti rasisminvastaista työtä esimerkiksi osallistumalla lakien ja ihmisoikeussopimusten toteutumisen seurantaan, antamalla lehdistötiedotteita, lisäämällä pääväestön romanitietoisuutta koulutuksin ja osallistamalla romaniyhteisöä rasismista ja antigypsismistä käytävään keskusteluun. Antigypsismi tarkoittaa mustalaisvihaa ja on verrattavissa islamfobiaan ja antisemitismiin eli tietyn väestöryhmän leimaamiseen. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022; Majaniemi 24.4.2024.)

Suomen Romaniyhdistys seuraa 2021–2025 romanipoliittisen ohjelman toimeenpanoa osana Euroopan laajuista Roma Civil Monitor (RCM) -hanketta. Tämä on osa Euroopan Komission seurantaprosessia, jota toteutetaan 26 maassa. Yhdistys laatii maaseurantaraportteja, joissa tarkastellaan romaniasioiden kehitystä viranomaisraporteista ja verrataan niitä romanijärjestöiltä, ruohonjuurihankkeista, romaniasioita ajavilta kansalaisjärjestöiltä ja romaniaktivisteilta kerättyyn tietoon. Raporttiin kirjoitetaan myös romanitoimijoiden omia näkemyksiä sekä kokemuksia romanipoliittisten ohjelmien toimivuudesta ja vaikutuksista. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Lisäksi yhdistyksessä on kehitetty harjoittelijaohjelma, joka mallinnettiin Kansan Sivistysrahaston tuella. Harjoitteluohjelma on tarkoitettu romaneille, jotka eivät ole vielä päässeet kiinni työelämään, etsivät omaa alaa tai kaipaavat tukea työelämätaidoissa ja edistämään heidän valmiuksiaan päästä opiskelemaan tai työllistymään. Tavoitteena on voimaannuttaa romaniharjoittelijoita

ammatti-identiteetin rakentumisessa. Ohjelmassa autetaan harjoittelijoita löytämään omat potentiaalit ja kyvyt ja viemään nämä taidot työelämään. Harjoitteluohjelma kestää enintään kuusi kuukautta. Lisäksi yhdistys on mukana Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskuksen (STEA) Paikka Auki -ohjelmassa. Sen kautta yhdistys työllistää vuosittain yhden alle 29-vuotiaan nuoren vuoden kestävään työsuhteeseen. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022; Majaniemi 24.4.2024.)

1.2 Miksi viestinnän opasta tarvitaan?

Suomen Romaniyhdistys ry tekee tärkeää työtä edistääkseen romaniväestön yhdenvertaisuutta ja vaikutusmahdollisuuksia. Toimivan viestintäsuunnitelman tekeminen ja käytännöllinen opas viestintään auttaa yhdistystä saavuttamaan laajemmin ja tehokkaammin kohderyhmänsä. Näin yhdistys voi saada enemmän osallistujia toimintaan.

Viestinnän näkyvyys on yhdistykselle tärkeää yleistoiminnan ja hankkeistetun toiminnan takia. Yhdistyksen yleistoiminnalle ei ole saatu vakituista yleisavusta vaan se joudutaan hakemaan vuosittain. Koska toiminnalle ei ole perusrahoitusta, ruohonjuuritason toiminta on hankelähtöistä ja ulkopuolisen rahoituksen varassa. Lähtökohtaisesti rahoittajat vaativat näkyvyyttä hankkeille ja hyvä näkyvyys edesauttaa hankkeiden kiinnostavuutta ja läpinäkyvyyttä. Pahimmassa tapauksessa, jos hankkeiden viestintä ei ole tehtyjen sopimuksien mukaista, voidaan rahoitus pyytää takaisin sopimusrikkeen takia.

Baňtalo phuuriban viimeisinä aikoina hankkeessa oli vain yksi työntekijä. Tämän työntekijän vastuulla oli valtakunnallinen puhelinpalvelu sekä jalkautuva että etsivä vanhustyö pääkaupunkiseudulla. Hankkeen loppuaikana viestintään ei ollut varattu henkilöresursseja, joten viestintää ei juurikaan tehty. Jos tulevaisuudessa vanhustyöhön tulee uusi hanke, tulee viestintään panostaa ja varata resursseja jo hankkeen suunnitteluvaiheesta alkaen. On tärkeää, että vanhustyön toiminnasta viestitään näkyvästi.

Koska osa hankkeista on lyhytaikaisia, rahoituskaudet vaihtelevat ja hanketyö saattaa kestää vain muutamista kuukausista muutamaan vuoteen. Tämän takia myös työntekijät voivat vaihtua hankkeiden ja harjoittelujaksojen myötä. Kattava ja helposti päivitettävä viestinnän opas on tärkeä apu työhön, jossa toiminta koostuu eripituisista hankkeista ja työntekijöiden vaihtuvuus voi olla suurta.

Oppaan tarkoituksena on kertoa jokaiselle työntekijälle, miksi viestintä on tärkeää. Se tulee sisältämään muistutukset aikatauluista ja tärkeistä päivämääristä sekä antaa käytännön ohjeita siihen, miten keskeiset viestinnän tehtävät hoidetaan. Tavoitteena on, että viestinnästä tulisi luonnollinen osa jokaisen työntekijän toimenkuvaa.

Yhdistys on pieni, joten pystyn käsittelemään oppaassa sekä sisäistä että ulkoista viestintää. Opas käsittelee käytännöllisesti työntekijöiden perusarkea. Sen on tarkoitus olla kattava tietolähde, jota on helppo käyttää työn äärellä.

2 Teoriapohja: Viestintä

Viesti yhdistyksen WhatsAppiin siitä, että joutuu tänään tekemään etäpäivän. Työnantajalle sähköposti, jossa kysymyksiä seuraavan työtehtävän toteutuksesta. Käynti työkaverin huoneessa tarkistamassa tulevan viikon aikataulut. Kuva toimiston kahvipöydästä Instagramiin, mitä kaikkea herkkuja joulun alla onkin tarjolla! Viestimme luontevasti joka päivä sitä mitenkään erityisemmin pohtimatta.

Viestintää on kaikkialla ja monessa muodossa. Kirjassaan *Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi* Elisa Juholin (2013, 22) sanoo näin: ”Viestinnästä on tullut aikamme yleiskäsite; elämme viestintäyhteiskunnassa ja maailmamme täyttyy viesteistä. Meillä on monia rooleja: olemme viestien tuottajia ja jakajia, etsijöitä ja vastaanottajia, muokkaajia ja tulkitsijoita.”

Kun viestintä on niin luonnollinen osa arkeamme, emme ehkä huomaa sen olemassaoloa. Tai emme arvosta sitä viestinnän osaamista, jota meillä jo on. Kun haastattelin yhdistyksen työntekijöitä harjoittelun alussa, sama viesti toistui lähes jokaisella: viestintä on jotain tosi hienoa, sitä pitäisi tehdä enemmän, mutta kun se on niin vaativaa ja hankalaa.

Onko viestintä sitten jotain ihmeellistä, jonka saloihin tulisi vihkiytyä ja jota vain alan ammattilaiset oikeasti osaavat? Mielestäni viestintä on pohjimmiltaan sitä, että tarvittava tieto on jokaisen saatavilla. Kun viestintä toimii, jokainen tietää tärkeät päivät, tulevat toimet ja mitä kenenkin toimenkuvassa tapahtuu. Kun viestintä ei suju, tietoa joutuu etsimään ja yhdistyksen on vaikea löytää kohderyhmänsä. Yhdistys voi muuttua ihmisten silmissä näkymättömäksi, jos toiminnan runsaudesta ja laajuudesta huolimatta toiminta ei näy kenellekään. Hyvällä ja selkeällä viestinnällä viestintä näkyy ja kaikki tietävät, mihin ollaan menossa ja millä tavoin sinne kuljetaan (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 64).

2.1 Työyhteisö- ja organisaatioviestintä

Yhdistystoiminta on yhteistä toimintaa yhteisen päämäärän hyväksi eli yhdistyksen perustehtävän edistämistä (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 6). Juholinin (2013, 23) mukaan viestintä sisältyy organisaation kaikkeen toimintaan ja on yhteisön olemassaolon edellytys. Yhdistyksessä viestintä on erityisesti organisaatioviestintää sekä työyhteisöviestintää.

Työyhteisöviestintä tapahtuu fyysisessä tai virtuaalisessa työtilassa tai -ympäristössä, jossa työyhteisön jäsenet toimivat tilanteen mukaan joko itsenäisesti, yhteistyössä tai johdetusti. Työyhteisöviestinnän tarkoitus on luoda edellytyksiä työskentelyyn, vahvistaa yhteisöllisyyttä sekä työkulttuuria. Työllään ja viestinnällään työntekijät muokkaavat organisaationsa mainetta, joka taas vaikuttaa

työyhteisöön ja omaan identiteettiin. Tätä prosessia Juholin (2013, 23) kuvaa vastuulliseksi dialogiksi.

Communicare! kirjassaan Juholin (2013, 13) nostaa esille tutun ilmiön. Nykypäivän organisaatioviestintä on muuttunut niin, että organisaatiot voivat olla julkisuudessa itsellisinä toimijoina. Omaa näkökulmaa voi tuoda esille esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ilman perinteisen median portinvartijuutta. Tämä on tuonut sen muutoksen organisaatioviestintään, että nyt jokainen organisaation jäsen hoitaa viestintää oman työroolinsa kautta. (Juholin, 2013, 20).

”Nykyisessä viestintäympäristössä kaikki voivat, saavat tai joutuvat viestimään. Siksi viestintäosaamisen kehittäminen on keskeinen tehtävä sekä viestintä- että HR-ammattilaisille.” (Juholin, 2013, 20).

Yhdistyksen avaimet -kirjassa kerrotaan, että yhdistyksen päätehtävä on toiminnan järjestäminen (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 20). Tästä voidaan päätellä, että yhdistyksen viestinnän päätehtävä on toiminnasta kertominen. Tiedottaminen lisää yhdistyksen näkyvyyttä, auttaa lisäämään toimintaa ja motivoi osallistumaan aktiivisemmin. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 16 & 64.)

Aloitteellisuus ja ennakoitavuus ovat hyvän organisaatioviestinnän tunnusmerkkejä. Tiedottaessa kerrotaan kaikille avoimesti ja tasapuolisesti, mitä on tapahtumassa. Tarpeellista tietoa annetaan riittävästi ja vuorovaikutteisesti. Tällainen viestintä lisää luottamusta sekä yhdistyksen sisällä että ulkopuolella. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 60 & 64.)

2.2 Viestinnän suunnittelu

Viestintään panostaminen on yhdistykselle tärkeää. Helsingin Yliopiston jo edesmenneen organisaatioviestinnän professorin Leif Åbergin mukaan viestintä on voimavara. Hän piti viestintää työyhteisölle yhtä tärkeänä resurssina kuin ihmisiä, laitteita tai rahaa. (Aula 2008, 18.)

Tavoitteena on, että viestintä on hyödyllistä yhdistyksen toiminnalle ja mahdollistaa myönteisiä muutoksia. Tavoitteen saavuttamista voi auttaa viestintäsuunnitelma. Viestintäsuunnitelma rakentuu aina yhdistyksen toimintastrategian pohjalta. Sen suunnittelemisessa lähdetään liikkeelle nykytilan arvioinnista. Arvioinnissa pohditaan, mitä hyviä ja huonoja puolia viestinnässä on nyt ja mitä mahdollisuuksia tai haasteita on tulevaisuudessa. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 23.)

Seuraavaksi lähdetään pohtimaan viestintää eri teemojen kautta. Teemoja voidaan lähestyä esimerkiksi vastaamalla teemojen pohjalta nouseviin kysymyksiin (taulukko 1). Pohdinnan aikana

kaikki tavoitteet kannattaa kirjoittaa selkeästi, konkreettiseen mitattavaan muotoon. Pohdinnassa tulisi huomioida myös mahdolliset esteet asenteissa, mielikuvissa ja tunteissa. Suunnitelmassa on tärkeää tehdä vastuujaot selkeiksi, jotta aina tiedetään, kuka toimii ja miten. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 23 & 62.)

Taulukko 1. Viestintäsuunnitelman rakentaminen teemojen kautta (mukaillen Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 62)

Teema	**Kysymys**
Tavoite	Mitä haluamme saada aikaan?
Kohderyhmä	Kenet haluamme tavoittaa?
Keinot	Miten saamme sanomamme perille (voimavarat ja kanavat)?
Välineet	Miten käytännössä toteutamme tiedotuksen?
Kuka	Kenellä on vastuu mistäkin?
Mittaus	Miten vaikuttavuutta mitataan?

2.2.1 Sisäinen viestintä

Sisäisellä viestinnällä hoidetaan yhdistyksen työntekijöiden, hallituksen ja muiden toimintaan osallistuvien välistä tiedonsiirtoa. Sisäiseen viestintää voivat kuulua myös rahoittajat ja yhteistyötahot sidosryhmien muodossa. Hyvä sisäinen viestintä tapahtuu ajoissa ja on vuorovaikutteista. Se innostaa mukaan toimintaan ja vaikuttamaan. Se palvelee yhdistyksen tarpeita ja tukee parhaiten sen toimintaa. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 61.)

Sisäisessä viestinnässä on oleellisinta miettiä mistä tiedotetaan, kenelle ja millä kanavilla. Tiedottamiseen voi käyttää useita eri kanavia, kuten SharePoint, kalenteri, sähköposti, WhatsApp, sosiaalinen media. On paljon eri kanavia ja välineitä hoitamaan sisäistä viestintää. Missä kanavissa kannattaa viestiä millaisista asioista? Tärkeimmät tiedotettavat asiat ovat tulevat tapahtumat ja tehdyt päätökset. Tapahtumista tulee tiedottaa hyvissä ajoin ja myös muistuttaa niistä. Tehdyistä päätöksistä tiedotetaan mahdollisimman pian. Sisäiseen viestintään kuuluu myös dokumentointi, jossa aineisto otetaan talteen siitä, mitä on tehty. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 25 & 61.)

2.2.2 Ulkoinen viestintä

Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan sitä kaikkea viestintää, mitä yhdistyksen asioista kerrotaan heille, jotka eivät ole mukana yhdistyksen toiminnassa. Ulkoinen viestintä voi palvella niin työntekijöitä kuin yhdistyksen ulkopuolisia. Ulkoisessa viestinnässä tärkein muistettava asia on se, että

säännölliseen tiedottamisen avulla yhdistys tulee tutuksi ja herättää kiinnostusta. Ulkoisessa viestinnässä vastataan peruskysymyksiin: Kuka, mitä, missä, milloin, miksi? (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 60–62.)

Näihin kysymyksiin on helppo vastata yhdistyksen kotisivuilla tai Facebookissa. Lisäksi tulee olla tietoa ajankohtaisista asioista. Ajankohtaisista asioista tiedottamisen voi tehdä sopivimman sosiaalisen median kanavan kautta ja linkittää mukaan kotisivut lisätiedon löytämiseksi. Yksinkertaisia kotisivuja on helppo päivittää, mutta ne voivat olla kuitenkin näyttävät. Kotisivuilta voi löytyä myös lisää tietoa yhdistyksen historiasta, saavutuksista, toiminnasta ja työntekijöistä. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 61–62.)

Ulkoinen viestintä on myös median suuntaan toiminnasta ja kannanotoista tiedottamista. Yhdistyksellä on hyvä olla lista tärkeimmistä yhdistyksen toiminta-alueen medioista, joille tiedote tai kannanotot lähetetään. Etukäteen kannattaa myös päättää, kuka antaa yhdistyksen viralliset kannanotot. (Muukkonen, Rokkanen & Sirola-Korhonen 2023, 60–61.)

2.2.3 Viestintä romanikulttuurissa

Työskenneltäessä romanikulttuurin parissa on hyvä muistaa kulttuurisensitiivisyys. Eli että vuorovaikutus on toisen kulttuuria kunnioittavaa ja kohtaaminen on sekä sanallisesti että sanattomasti arvostavaa. Kulttuurisensitiivisyys vaikuttaa viestintään, samoin kuin syrjinnän vastaisuus. EU:n Syrjinnän Eurobarometri -tutkimuksessa kävi ilmi, että suomalaisista 73 prosenttia piti romanien syrjintää yleisenä (European Union 2019). Tämän perusteella romanit kohtaavat alkuperänsä mukaan eniten syrjintää Suomessa. Suomen valtio on saanut moitteita romanien syrjinnästä kansainvälisiltä ihmisoikeuksia valvovilta elimiltä. (Suomen Romaniyhdistys ry 2022.)

Kaikessa viestinnässä tulisi kirjoittaa/puhua niin että ”Pihtiputaan mummokin” ymmärtää, eikä viestintä romanikulttuurissa ole poikkeus. Romaneilla on ollut lyhyt historia koulutuksen piirissä, minkä takia varsinkin vanhemmassa romaniväestössä on heitä, joilla lukutaito ei ole kovin hyvä. Romaneilla suomen kieli voi olla toisenlaista kuin muulla suomenkielisellä väestöllä monikielisyyden takia. Suomen lisäksi kotona ja perheen kanssa saatetaan käyttää myös ruotsia ja romanien omaa kieltä kaaloa. Viestinnässä on hyvä käyttää selkosuomea, mutta ei ole tarvetta käyttää palikkakieltä. Viestinnän on hyvä olla neutraalia ja muistaa, että kohderyhmässä on eri-ikäisiä henkilöitä.

Romaniyhteisö on Suomessa pieni, ja monet tuntevat toisensa. Yhdistyksen romanityöntekijät ovat yhdistyksen kasvoina ja viestivät aina myös sukulaisilleen ja ystävilleen. Tämä on tärkeä asia huomioida viestinnässä. Romanikulttuurissa on muitakin erityispiirteitä, jotka vaikuttavat viestintään, kuten yleinen kohteliaisuus, vanhempien kunnioitus ja tabuasiat.

3 Empiirinen osa: Viestintäsuunnitelman ja viestinnän oppaan laatiminen

3.1 Alkukartoitus

Viestinnän suunnittelu lähti liikkeelle nykytilan kartoituksella. Pidin yhdistyksen työntekijöille kahdenkeskisiä haastatteluja joko toimistolla tai etänä Teamsin välityksellä.

Ennen haastatteluja tein suostumuslomakkeen (liite 1) ja kysymykset (liitteet 2 ja 3).

Alkukartoituksessa oli mukana yhdeksän henkilöä. Kartoituksessa korostui se, että työntekijöiden viestinnän osaaminen oli eri tasolla. Jotkut tekivät yhdistyksessä aktiivisesti ulkoista viestintää ja osasivat vastata nopeasti ja kattavasti kysymyksiin. Toisilla oli vaikeus löytää sanottavaa ja esimerkkejä viestinnästä. Vaikka osaamista oli selkeästi eri tasoista, samat kehityskohteet nousivat lähes jokaisella (taulukko 2).

Taulukko 2. Suomen Romaniyhdistyksen viestinnän alkukartoituksessa ilmenneet kehityskohteet

Ulkoinen	**Sisäinen**
Suunnitelmallisuus	Tiedonpuute ja oletukset
Perehdytys	Vaikeus tavoittaa tarvitsemiansa henkilöitä kiireellisissä asioissa
Omat olosuhteet (esim. suuri työmäärä) tai kyvyt (esim. kielenhuollon haasteet)	Kalenterin käyttö

Yhdistyksen työntekijät sanoittivat hyvin kohtaamansa viestinnän haasteet, viestinnän osaamisensa ja mitä haluavat oppia viestinnästä lisää, kuten taulukosta kolme käy ilmi.

Taulukko 3. Kolmen Suomen Romaniyhdistyksen viestinnän alkukartoituksen kysymyksen vastaukset

Kysymys	**Vastaukset**
Mikä viestinnässä tuntuu hankalalta?	Viestinnän yhtenäisyys Delegointi Kuvaaminen sekä sisällöt
Tuntuuko, että sinulla on tarvittava tieto ja taito hoitamaan viestintää?	Ei Ei ole halua Joo, mutta pitää kehittää omaa osaamista
Mitä haluat oppia lisää / Mitä haluat viestinnän oppaaseen?	Vuosikellomainen ajattelu (ennakointi)

Kysymys	Vastaukset
	Sosiaalisen median päivityspohjat (valmiita julkaisupohjia) Mainokset Kuvien käyttö ja kuvausluvat Miten viestiä, kun tilanne on päällä (viestiminen tapahtumassa) Viestintä kaikkien vastuulla, tiedon jakaminen Info sähköpostin ja kalenterin käytöstä, henkilökohtaiset kutsut kaikille kalenteriin. Kielenhuolto Viestinnän punainen lanka (viestinnän yhtenäisyys)

3.2 Koulutukset

Alkukartoituksien jälkeen pidin yhdistyksen työntekijöille viestinnän koulutuksia. Koulutuksissa käsiteltiin esimerkiksi sisäistä ja ulkoista viestintää, sosiaalista mediaa sekä viestintäsuunnitelman tekemistä (taulukko 4). Koulutuksien sisältö oli apuna viestinnän oppaan valmistelussa. Koulutuksissa tärkeintä oli antaa työntekijöille käsitys siitä, mitä viestintä on ja miksi se on tärkeää. Koulutuksien aikana huomasin myös, mitkä aiheet tulisi käsitellä tarkemmin ja perusteellisemmin oppaassa. Näitä aiheita olivat esimerkiksi rahoittajien ohjeet ja viestinnän aikataulut.

Taulukko 4. Suomen Romaniyhdistyksen viestinnän koulutukset keväällä 2024

Koulutukset	Aihe	Miten aihetta käsiteltiin?
1. Koulutus 16.1.2024.	Mitä viestintä on?	Käsittelimme sitä mitä viestintä on ja miksi viestintä on tärkeää. Lisäksi teimme useita viestintään liittyviä luovuusharjoituksia.
2. Koulutus 23.1.2024.	Sisäinen viestintä	Pakopeli toimivan sisäisen viestinnän tärkeydestä. Pelin haasteena oli viestiä epätarkkojen ja huonosti annettujen ohjeiden ja vinkkien perusteella. Pelin jälkeen koulutus sisäisestä viestinnästä.
3. Koulutus 30.1.2024.	Ulkoinen viestintä ja viestintäsuunnitelma	Kävimme läpi ulkoista viestintää ja miten viestintäsuunnitelma rakennetaan. Kotiläksynä luonnostella viestintäsuunnitelma.
4. Koulutus 6.2.2024.	Työpaja: Some, kuvat ja visuaalisuus	Koulutuksessa pääpaino harjoituksissa. Teimme somepäivitys-, kuvaus- ja videoharjoituksia.
5. Koulutus 25.3.2024.	Viestintäsuunnitelma	Työstimme valmistelemiani viestintäsuunnitelmia.

Koulutukset	Aihe	Miten aihetta käsiteltiin?
6. Koulutus 2.4.2024.	Oppaat ja videot	Työntekijät saivat valmiit oppaat ja keskustelimme niiden sisällöstä. Katsoimme työntekijöiden työpajassa tekemät videoharjoitukset viestinnän vahvuuksista.

3.3 Viestintäsuunnitelman tekeminen

Tein yhdistykselle kolme viestintäsuunnitelmaa. Suomen Romaniyhdistyksen viestintäsuunnitelma palvelee kaikkia yhdistyksen hankkeita ja projekteja. Sen lisäksi viestintäsuunnitelma tehtiin Au mensa -toiminnolle ja Sastipe tukke -hankkeelle.

Viestintäsuunnitelman laatiminen alkoi tiedonhaulla ja erilaisten valmiiden viestintäsuunnitelmien tutkimisella. Tutkin etenkin hankkeille tehtyjä viestintäsuunnitelmia. Kestävän kehityksen konsulttitoimisto Kaskas oli julkaissut sivuilleen ohjeet hankkeiden viestintäsuunnitelmien rakentamiseksi (Kaskas s.a.). Ohjeet olivat itselleni apua suunnitelmanpohjan laatimisessa. Otin huomioon myös sen, että viestintäsuunnitelma tulee samaan kansioon viestinnän oppaan kanssa. Näiden tiedot täydentävät toisiaan. Pohdin myös sitä, mitkä asiat viestintäsuunnitelmassa oikeasti palvelisivat yhdistystä. Näiden perusteella suunnittelin viestintäsuunnitelmapohjan (liite 4).

Koulutus viestintäsuunnitelman laatimisesta pidettiin 30.1.2024. Tämän koulutuksen jälkeen työntekijät saivat kotiläksyksi viestintäsuunnitelman laatimisen antamalleni pohjalle. Näiden lomakkeiden avulla suunnittelin ehdotuksen viestintäsuunnitelmasta.

Kävimme 25.3.2024 toimistokokouksessa läpi ehdotuksen ja teimme siihen tarvittavat muutokset. Lähetin viestintäsuunnitelman vielä harjoittelupaikan ohjaajalleni Petra Autiolle, henkilöstöpäällikkö Päivi Majaniemelle ja omalle opinnäytetyöohjaajalleni Pekka Huolmanille. Viimeistelin suunnitelman ja sen jälkeen valmis viestintäsuunnitelma (liite 5) jaettiin työntekijöiden viestinnän kansioihin.

Intranettiin tallennettiin sekä viestintäsuunnitelmat vuodelle 2024 että valmispohja seuraavan vuoden suunnitelmille.

3.4 Oppaan tekeminen

Työharjoittelun alusta alkaen pidin kirjaa asioista, joita viestintäoppaaseen on hyvä tulla. Kyselin alkukartoituksessa työntekijöiden toiveita siitä, mitä he toivovat oppaaseen. Esimerkiksi valokuvaamisen, ohjeet somepäivityksiin ja kielenhuollon nostin oppaaseen työntekijöiden toiveista.

Harjoittelun aikana tehtyjen muistiinpanojen pohjalta aloin koota oppaan sisällysluetteloa. Kun koin, että kaikki tarvittava oli suunniteltu mukaan, aloitin kirjoittamisprosessin. Suurin osa materiaaleista

tuli pitämistäni viestinnän koulutuksista. Oli myös paljon tietoa mitä tarvitsi etsiä. Hyvät ohjeet Erasmus+ ohjelmien viestintään löytyi Opetushallituksen sivuilta (Opetushallitus 2024). Kielenhuolto-osiossa ehdotin tutustumaan Kielitoimiston sanakirjaan, jossa pystyy tarkistamaan sanojen kirjoitusasun ja taivutusmuodot (Kielitoimiston sanakirja 2024). Tilastotietoa sosiaalisen median kanavien käytöstä löytyi Digital Global Overview tutkimuksen raportista (Meltwater & We are Social 2023).

Halusin tehdä käytännöllisen oppaan, joka toimii muistikirjan tavoin apuna työssä. Tämän takia päätin tulostaa oppaan kansioon. Alustavasti tein kymmenen viestinnän kansiota yhdistykselle. Tarvittaessa näitä voi tehdä lisää.

Esittelykansiot valitsin siksi, että niihin on helppo päivittää vain valitsemansa sivut koko oppaan tulostamisen sijaan.

Esittelykansioihin jäi jonkin verran tyhjiä sivuja oppaan ja suunnitelman jälkeen. Ehdotin, että kaikkea työssä usein tarvitsemaa voi säilyttää kansiossa, näin kansiota tulisi varmemmin käytettyä työtä tehdessä.

Sain apua oppaan kielenhuoltoon ja sisällön tarkentamiseen Petra Autiolta, Päivi Majaniemeltä ja Pekka Huolmanilta.

Opas (liite 6) jaettiin toimistopalaverin aikana 2.4.2024. Samalla kerroin, että viestinnän loppukartoituksessa käsitellään erityisesti oppaan toimivuutta.

Opas on tehty Word-tekstinkäsittelyohjelmalla. Kuvituksena käytin Wordin omaa kuvapankkia ja Dimitri Lindgrenin tekemiä kuvia romaneista.

3.5 Loppukartoitus

Valmistin Formsilla kyselyn alkukartoituksesta, viestinnän koulutuksista, viestintäsuunnitelmista ja viestinnän oppaasta (liite 7). Loppukartoituksen tavoitteena oli arvioida alkukartoituksen, koulutuksien, oppaan ja suunnitelmien hyödyllisyyttä. Suurin osa kysymyksistä koski oppaan toimivuutta ja käytännöllisyyttä. Loppukartoitukseen vastasi yhdeksän työntekijää.

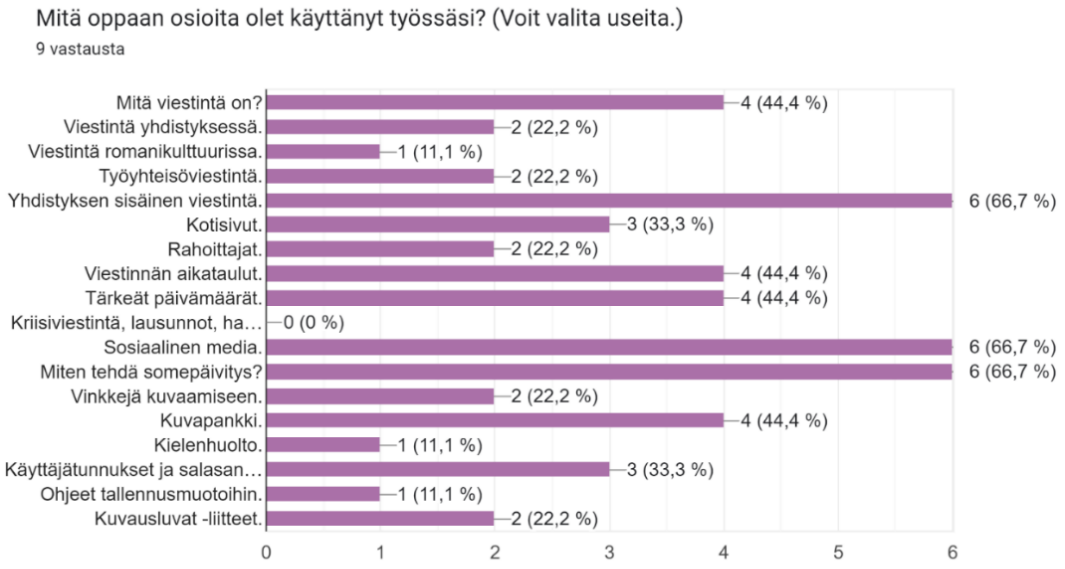
Yhdeksästä henkilöstä kuusi oli ollut mukana alkukartoituksessa. He kokivat, että kaikki heidän esille nostamansa asiat olivat käsitelty viestinnän koulutuksissa tai oppaassa. Viestinnän koulutuksissa oli ollut paikalla seitsemän henkilöä, joista viisi henkilöä oli ollut kaikissa koulutuksissa tai lähes kaikissa. Kohdassa ”Koitko koulutuksissa oppineesi jotain mikä auttaa työssäsi” suurin osa koki oppineensa uutta. Lähes kaikki kokivat koulutuksien auttaneen ymmärtämään työn viestinnän roolia todella paljon tai melko paljon.

Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas jaettiin yhdistyksen työntekijöille kaksi viikkoa ennen loppukartoitusta. Tänä lyhyenä ajanjaksona viestintäsuunnitelmaan oli tutustunut jokainen vastanneista. Heistä viisi oli tarvinnut suunnitelmaa työtä tehdessään.

Mielestäni kysymykseen ”Missä työtehtävissä suunnitelma voisi auttaa sinua?” jokaisen omat työtehtävät vaikuttivat vastuksien moninaisuuteen. Alla olevassa luettelossa esimerkkejä vastausten aiheista.

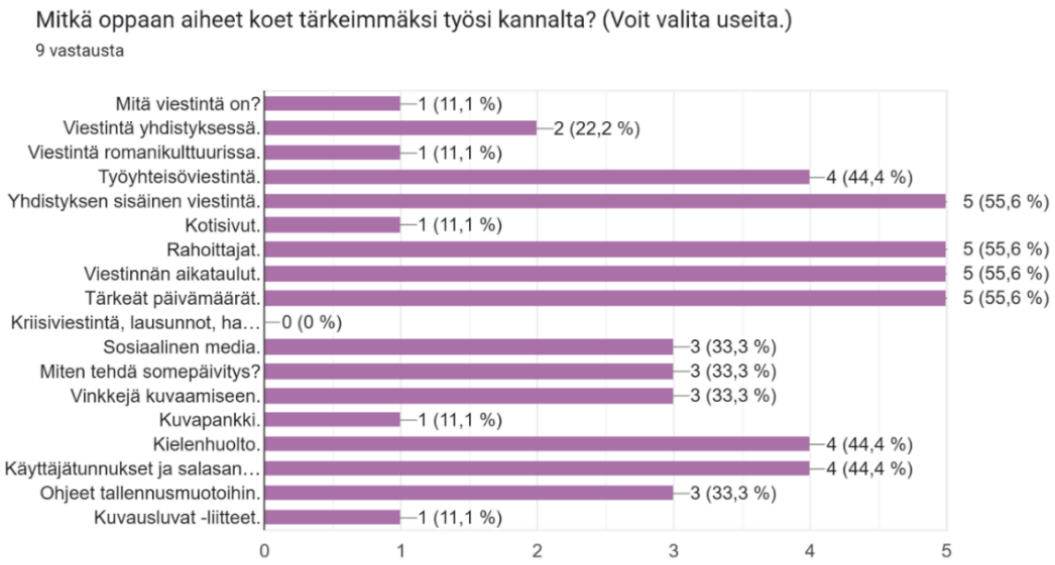
- Sosiaalisen median päivitykset
- Kohde- ja sidosryhmien tavoittaminen
- Oman työn suunnittelu
- Työn ja toiminnan kehittäminen
- Ideointi
- Hakemusten tekeminen
- Tapahtumat
- Työnohjaaminen
- Hankeraportoinnit
- Kotisivujen päivittäminen

Jokainen vastanneista oli tutustunut viestinnän oppaaseen. Arviot viestinnän oppaasta olivat myönteiset. Seitsemän vastannutta koki oppaan todella selkeäksi ja helppokäyttöiseksi. Viisi työntekijää koki oppaan todella tärkeäksi ja neljä työntekijää koki oppaan melko tärkeäksi työssään. Työtehtävissä oli eniten käytetty osioita jotka käsittelivät sisäistä viestintää, sosiaalista mediaa ja somepäivityksiä. Seuraavaksi eniten oli käytetty osioita jotka käsittelivät viestintää yleisesti, viestinnän aikatauluja, tärkeitä päivämääriä ja kuvapankkia. (Kuva 1.)



Kuva 1. Loppukartoitus: Työssä käytetyt oppaan osiot

Kysymykseen ”Mitkä aiheet koet tärkeimmäksi työsi kannalta?” vastauksissa painottui sisäinen viestintä, rahoittajat, viestinnän aikataulut ja tärkeät päivämäärät. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat työyhteisöviestintä, kielenhuolto ja käyttäjätunnukset sekä salasanat. (Kuva 2.)



Kuva 2. Loppukartoitus: Työssä tärkeimmäksi koetut oppaan aiheet

Viestinnän osiot on jaettu neljän teeman mukaan. Alla olevasta taulukosta näkyy, mikä osio kuuluu minkäkin teeman alle. Kuvauslupa-liite on jätetty pois teemoista, koska se kuuluu liitteisiin. (Taulukko 5.)

Taulukko 5. Suomen Romaniyhdistyksen viestinnän oppaan osiot teemoittain

Viestintä	**Sisäinen viestintä**	**Ulkoinen viestintä**	**Avuksi viestintään**
Mitä viestintä on?	Työyhteisöviestintä	Kotisivut	Miten tehdä somepäivitys?
Viestintä yhdistyksessä	Yhdistyksen sisäisen viestintä	Rahoittajat	Vinkkejä kuvaamiseen
		Viestinnän aikataulut	Kuvapankki
		Tärkeät päivämäärät	Kielenhuolto
		Kriisiviestintä, lausunnot ja haastattelupyynnöt	Käyttäjätunnukset
		Sosiaalinen media	Ohjeet tallennusmuotoihin

Laskin loppukartoitusten vastausten perusteella keskiarvot osioista, joita oli käytetty ja osioista, jotka koettiin tärkeimmäksi sekä keskiarvo eniten ääniä saaneista osioista.

Taulukko 6. Suomen Romaniyhdistyksen viestinnän loppukartoituksien tuloksien keskiarvot

Teemat	**Keskiarvo käytetyistä osioista**	**Keskiarvo tärkeimmäksi koetuista osioista**	**Keskiarvot yhteensä**
Viestintä	2,33	1,33	1,83
Sisäinen viestintä	4,00	4,50	4,24
Ulkoinen viestintä	3,16	3,16	3,16
Avuksi viestintään	3,83	3,00	2,91

Teemoista suosituimmaksi nousi sisäinen viestintä. Avuksi viestintään -teema oli seuraavaksi eniten käytetty, mutta sitä tärkeimmäksi nousi ulkoinen viestintä. Erot näiden kahden välillä oli kuitenkin pienet. Alun teema viestinnästä ei ollut niin usein käytetty, eikä koettu kovin tärkeäksi. (Taulukko 6.)

Se, että suurin osa oli tutustunut yhdistyksen sisäisen viestinnän osioon ja merkinnyt sen yhdeksi tärkeimmistä aiheista oppaassa, kertoo minusta paljon sisäisen viestinnän kehittämistarpeesta.

Sisäisen viestinnän kehittämistarpeesta kertoo myös se, että viestinnän aikataulut ja tärkeät päivämäärät olivat korkealla sijalla molemmissa vastauksissa. Eli nämä aikataululliset aiheet herättivät heti kiinnostusta ja koettiin tärkeiksi työn kannalta.

Rahoittajien ohjeet nousivat yhdeksi tärkeimmiksi koetuksi osioksi, mikä oli todella hyvä. Toivon, että erityisesti tätä sivua muistetaan päivittää muutoksien tullessa, jotta jokainen pystyy oppaasta tarkistamaan uusimmat ohjeistukset.

Sosiaalinen media ja miten tehdä somepäivitys olivat aiheita mihin oli tutustuttu, mutta jotka eivät olleet nousseet kovin korkealle työn tärkeimmät osiot kyselyssä. Johtunee siitä, että kun päivityksien tekeminen alkaa sujumaan, ei ohjeita tarvitse koko ajan tutkia.

Melkein puolet vastanneista oli tutustunut kuvapankkiin. Olin ajatellut että, kuvapankki olisi yksi yhdistyksen tärkeimmistä työkaluista, mutta valitettavasti vain yksi henkilö koki sen tärkeäksi työnsä kannalta. Toivon työntekijöiden aktivoituvan kuvapankin täydentämisen suhteen, mutta näiden tulosten perusteella sellaista ei olisi tapahtumassa.

Ohjeet tallennusmuotoihin osion vastaukset herättivät myös huomioni. Vain kolmasosa vastanneista koki nämä tärkeäksi työnsä kannalta. Oma kokemukseni harjoittelussa oli kuitenkin se, että tallennustapoihin tarvitaan yhtenäinen käytäntö.

Käyttäjätunnukset ja salasanat koettiin tärkeäksi työn kannalta, mikä mielestäni oli odotettavaa ja oikein. On hyvä, että käyttäjätunnuksille on nyt paikka, missä niitä voi säilyttää. Tämä voi estää käyttäjätunnuksien häviämisen.

Huomioni herätti myös se, että vaikka vain yksi henkilö oli tutustunut kielenhuoltoon niin jopa neljä vastannutta koki sen tärkeäksi työnsä kannalta. Tästä heräsi ajatus, olisiko yhdistyksessä tarvetta kielenhuollon koulutuksiin?

Kysymykseen ”Mitä yhdistyksen viestinnässä tulisi vielä kehittää?” vastauksissa painottui sisäinen viestintä. Tämän mainitsi puolet vastanneista. Lisäksi vastauksissa painottui se, että yhdistyksen viestintä kuuluu jokaiselle työntekijälle ja tässä tulisi tapahtua kehitystä.

> *”Mielestäni jos saadaan toteutettua viestintäsuunnitelmaa ja noudatettua viestintäoppaan neuvoja, niin ollaan jo pitkällä. Ja tämä niin, että jokainen työntekijä pystyy viestimään oman tonttinsa osalta yhdistyksen asioista.”*
>
> *”Viestintäkulttuuria, jossa jokainen ottaa vastuuta viestinnästä.”*

Vastauksissa käsiteltiin myös viestinnän vahvistaminen, tasapainottaminen ja yhdenmukaistaminen kohderyhmät ja kanavat huomioiden. Muita esille nousseita kehityskohteita olivat viestinnän

muuttuminen luonnolliseksi osaksi kaikkea toimintaa sekä aktiivinen näkyminen sosiaalisessa mediassa tykäten, kommentoiden ja jakaen muidenkin julkaisuja.

Vapaaseen sanaan tuli runsaasti kiitoksia viestinnän kehittämisestä ja erityisesti koulutuksien tarpeellisuudesta.

> *”Suunnitelma ja opas antavat ryhtiä ja selkeyttä viestintään. Tuntuvat ainakin minusta tuelta, johon voi nojata. Konkreettisia ohjeita on helppo seurata, jos on epävarma siitä mitä pitäisi tehdä.”*
>
> *”Erinomaista toimintaa, Emman paneutuminen huumorilla ja kehuilla ja porkkanoilla on toiminut hyvin. Saimme kokonaiskuvan viestinnästä, sen tärkeydestä ja pilkkomisesta eri tarpeisiin, ja aikatauluttamisesta ja pelko omien taitojen riittämättömyydestä väheni, ja tuli halu osallistua ja kehittää ja saatiin välineetkin heti alkuun. KIITOS!”*
>
> *”Kiitos koulutuksesta, se tuli tarpeeseen ja varmasti tulen käyttämään opasta jatkossa aina työssäni. Iso kiitos Emma”*
>
> *”Viestintästrategia ja opas tulevat todelliseen tarpeeseen. Ne myös toivon mukaan selkeyttävät yhdistyksen sisäistä- ja ulkoista viestintää.”*
>
> *”Pääsimme viestinnässä ison harppauksen eteenpäin!”*

4 Pohdinta

4.1 Johtopäätökset

Kuten kerroinkin jo aikaisemmin luvussa kaksi monet Suomen Romaniyhdistyksen työntekijöistä sanoivat alkukartoitushaastattelussa tämän tapaista: viestintä on jotain tosi hienoa, sitä pitäisi tehdä enemmän, mutta kun se on niin vaativaa ja hankalaa. Halusin auttaa yhdistyksen työntekijöitä ymmärtämään, mitä viestintä on ja kuinka monella eri tavalla meistä jokainen viestii arjessaan, kuten Elisa Juholin kertoi kirjassaan *Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi* (2013, 22). Viestintää on joka puolella ja kaikki viestivät monissa eri rooleissa. Minulle tuli ajatus siitä, että yhdistyksen työntekijät eivät tunnista omaa osaamistaan eivätkä arvosta niitä taitoja, mitä heillä jo on. Tämän takia koin viestinnän koulutukset tärkeiksi.

Koulutuksissa työntekijät saivat käsityksen viestinnästä ja omista vahvuuksistaan viestinnän osalta. Viestinnän opas toimii päivittäisenä tukena työntekijöille koulutuksessa käsitellyistä asioista. Työntekijät ymmärsivät, että viestintä ei ole vain jonkun vastuulla vaan jokaisen. Nyt kun tämä ymmärrys on rakentunut, tulee tästä yhdistyksessä muistuttaa usein ja tulevaa suunnitellessa muistaa jakaa vastuut viestinnästä. Niin kuin Juholin (2013, 20) kirjassaan kertoi, viestintä koskettaa jokaista ja kaikki tarvitsevat viestinnänosaamista.

Loppukartoituksesta huomasi, että ymmärrys viestinnän roolista oli kasvanut suuresti. Erilaiset käsitteet kuten sisäinen viestintä ja ulkoinen viestintä oli työntekijöille tuttuja, kun taas alkukartoituksessa näitä piti osalle vielä avata. Jokainen vastanneista osasi nimetä viestinnän työtehtäviä, joissa viestintäsuunnitelma voi auttaa.

Loppukartoituksessa kävi ilmi, että yhdistyksen tulee kehittyä sisäisessä viestinnässä. *Yhdistyksen avaimet* -kirjassa (2023, 61) kerrotaan, että hyvä sisäinen viestintä on ajantasaista ja vuorovaikutteista. Jokaisella työntekijällä tulee olla tarvittava tieto työnsä tekemiseksi. Ulkoinen viestintä lähtee kunnolla kehittymään vasta sitten, kun sisäinen viestintä on saatu kuntoon. Uskoisin, että ongelmat sisäisessä viestinnässä on nyt tunnistettu ja seuraavaksi yhdistys alkaa näitä työstää kuntoon.

Toimeksiantajani oli kiitollinen työstäni ja antoi hyvää palautetta. Hallituksen puheenjohtaja Päivi Majaniemi kertoi, että ennen viestintä oli yksittäisten työntekijöiden varassa ilman suunnitelmallisuutta. Viestinnän kehittämisen jälkeen viestinnän tarpeet on löydetty, suunnitelmat on saatu ja viestintä on muuttunut koko yhdistyksen asiaksi. Viestintä ei ole vain viestintävastuullisen työtä, vaan jatkossa viestintää voidaan odottaa jokaiselta. Viestinnän koulutukset muistuttivat yhdistyksen tekemän työn tärkeydestä ja nyt tiedetään, miten tämä tuodaan viestinnässä esille. (Majaniemi 24.4.2024.)

”Aivan kuin oltaisiin pesty ikkunat. Ennen oli sumeaa ja nyt nähdään valoa ja meidän valomme näkyy muillekin. Erityisesti tämä on ollut itsetuntoa kohottavaa. Meillä on yhdistyksessä taitoa, kykyä ja osaamista. Voidaan jakaa näitä osaamisia kaikkien hyödyksi.”

4.2 Kehittämisehdotukset

Jätin tarkoituksella oppaan ulkopuolelle paljon materiaalia, koska pyrin pitämään oppaan mahdollisimman tiiviinä. Tässä tarkoitus oli miettiä, mitä juuri Suomen Romaniyhdistyksen työntekijät kaipaisivat oppaaseen ja pyrin nostamaan tärkeimmät asiat esille. Painotuksena oppaassa oli päivittäiset ja viikoittaiset viestinnän tehtävät. Esimerkiksi lehdistötiedotteet ja markkinointiviestintä jäivät käsittelemättä, koska yhdistys ainakin tällä hetkellä painottaa ulkoisessa viestinnässä sosiaalista mediaa.

Sitä mukaan kuin yhdistys ja sen viestintä muuttuu ja kasvaa on syytä päivittää myös opasta palvelemaan sen hetkistä tilannetta.

Mielestäni opasta voisi jatkokehittää kahdella tavalla. Ensinnäkin opasta laajentamalla ja asioista yleisemmin kirjoittamalla voisi tehdä oppaan romaniyhdistyksille viestinnästä. Oppaan tulisi kuitenkin olla paljon laajempi ja käsitellä esimerkiksi markkinointi- ja kriisiviestintää sekä lausuntoja monipuolisemmin ja kattavammin.

Toinen kehityskohde on yhdistyksen viestintävastaavalle tehty opas. Tekemäni opas on suunniteltu vain Suomen Romaniyhdistyksen työntekijöiden viestinnän tukemiseksi. Yhdistyksessä jokainen työntekijä hoitaa viestintää, joten oppaan tarkoitus oli antaa yleinen käsitys viestinnästä ja työn keskeisimmistä tehtävistä sekä vinkkejä viestinnän työhön. Jos yhdistykselle tulee joskus viestintävastaava, opasta muokkaamalla voi saada hänelle viestintävastuullisen oppaan. Tätä varten oppaasta voi poistaa yleiset ohjeet viestinnästä ja sen merkityksestä ja keskittyä enemmän työn konkreettiseen puoleen.

Opinnäytetyöprosessin aikana yhdistyksessä oli 11 työntekijää, joista alku- ja loppukartoitukseen osallistui yhdeksän. Olen siis saanut haastatella melkein koko organisaatiota. Selvityksen luotettavuuden näkökulmasta, koen saaneeni ehjän ja laajan kattavuuden selvitykselleni ja kehitysprojektilleni.

Viestinnän kehittämisen osa-alueina minulla oli alkukartoitus kahdenkeskisellä haastattelulla, koulutukset viestinnässä, viestintäsuunnitelman viimeisteleminen yhdessä, viestinnän oppaan jakaminen ja loppukartoitukset Forms-kyselyllä. Voin ehdottomasti suositella samantapaista menettelyä muille organisaatioille viestinnän kehittämiseen. Kahdenkeskisissä alkukartoitushaastatteluissa sain hyvän käsityksen työntekijöiden viestinnän osaamisesta, yhdistyksen viestinnän tilanteesta, ja kaikkien työntekijöiden toiveista viestinnän kehittymisen osalta. Koulutuksissa pystyin käymään läpi

viestinnän perusteita ja antamaan harjoituksia taitojen vahvistumisiksi. Koulutuksien avulla perustaso viestinnästä tuli kaikille työntekijöille selväksi. Suunnitelma ja opas jäivät yhdistykselle työkaluiksi viestintään. Anonyymin loppukartoituksen avulla kuulin aidot mielipiteet prosessista ja kehityskohteista. Tällainen viestinnän kehittämisprosessi ottaa huomioon organisaatioiden yksilöllisyyden, työntekijöiden erilaisuuden ja eri työtehtävät sekä auttaa löytämään ne kehityskohteet, jotka palvelevat juuri kyseistä organisaatiota.

Jos tällaista kehitystyötä lähtee tekemään, tulee varata tarpeeksi aikaa. Alkukartoituksen haastatteluihin meni henkilöä kohden aikaa tunnista kahteen. Yhden koulutuksen suunnitteluun meni vähintään kaksi työpäivää. Koulutuksia järjestin kuusi ja ne olivat kestoltaan noin kahden tunnin mittaisia. Koulutukset pidettiin kerran viikossa. Viestintäsuunnitelman ja oppaan tekemiseen meni reilu kuukausi. Suunnitelman ja oppaan jaon jälkeen olisi hyvä varata työntekijöille kuukausi aikaa käyttää näitä työssään ennen loppukartoitusta. Loppukartoituksen jälkeen suosittelen tekemään koosteen viestinnän kehittämisestä, jossa käsitellään sitä mitä on tehty, missä on onnistuttu ja mitä jatkossa tehdään. Tätä en ole itse vielä tehnyt Suomen Romaniyhdistykselle, mutta teen sen ennen harjoitteluni loppua. Organisaation viestinnän kehittämistyölle varaisin aikaa puoli vuotta. Itse käytin aikaa viisi kuukautta, ja tuntuu, että olisin tarvinnut vielä lisäkuukauden.

Jälkikäteen mietittynä viestinnän koulutus oli kestoltaan liian pitkä. Pidimme viestinnän koulutukset toimistopalaverin yhteydessä. Jos palaveri kesti tunnin ja koulutus kaksi, tuli työntekijöille ihan liikaa istumista ja kuuntelemista. Nyt suunnittelisin koulutukset korkeintaan tunnin kestäviksi.

Jos lähdet tekemään viestinnän kehittämistyötä muista valmistautua hyvin. Organisaation viestinnän suunnitteleminen lähtee aina liikkeelle organisaation viestinnän tilanteesta. Organisaatioissa viestintää tehdään eri tavalla, työntekijät ja tavoitteet ovat erilaisia. Ymmärryksen rakentaminen on tärkein askel viestinnän kehittämistyössä. Tulee ymmärtää sekä työntekijöiden että esihenkilöiden lähtökohtia, osaamista ja toiveita. On mietittävä, mikä on se viestinnän taso, jota odotetaan kaikilta työntekijöiltä. Pitää ymmärtää kehittää vain hieman eteenpäin eikä suuria harppauksia ja lähtökohtaisesti opastaa kaikki työntekijät ennalta sovitun vähimmäistason yli. Pitää myös ymmärtää mikä auttaa juuri tätä yhdistystä ja huomioida, että viestintä on jatkossakin yhdistyksen näköistä. Ideaalissa tilanteessa kehittämistyön jälkeen sinua ei enää tarvita.

4.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyönprosessin aloittaminen oli hidasta, koska en ollut perehtynyt opiskelujeni aikana viestintään. Käytin aluksi aikaa viestinnästä lukemiseen artikkeleista, opinnäytetöistä ja alan kirjoista. Lisäksi tutustuin romanikulttuuriin ja mietin, mitä kulttuurissa on sellaista mikä vaikuttaa viestintään. Tutustuin myös harjoittelupaikkaani ja heidän tapaansa tehdä viestintää.

Alun perehtymisen jälkeen pääsin käyttämään organisoimisen ja suunnittelemisen vahvuuksiani. Oli helppo suunnitella alku- ja loppukartoitus sekä koulutukset. Kaikista haastavin tehtävä itselleni oli viestintäsuunnitelman tekeminen ja käytin sen valmistelemiseen ja työstämiseen viikkoja. Perusteellisen viestintäsuunnitelman tekeminen on haastavaa ja vaatii aikaa. Käytin erityisen paljon aikaa sanavalintojen ja kielenhuollon kanssa. Tässä harjoittelupaikkaohjaajani Petra Autio oli suuresti apuna. Viestinnän oppaan valmistaminen oli helppoa koulutuksien jälkeen, koska suurin osa materiaaleista oli jo esitelty viestinnän koulutuksissa. Asiat, joihin perehdyin enemmän opasta tehdessä, olivat esimerkiksi kuvapankkiin toivotut materiaalit, rahoittajien ohjeet ja kielenhuolto.

Opinnäytetyönprosessin aikana olen pyrkinyt noudattamaan tietosuojaa ja tutkimuseettisiä kriteereitä hyvin. Tein suostumuslomakkeen huolellisesti, kävin jokaisen kanssa läpi tutkimuksesta vetäytymiseen liittyvät asiat ja pidin huolta siitä, että kaikkien anonyymiys pysyi suojattuna. Loppukartoituksen vastauksia lukiessa huomasin sen, että mitä pienemmästä ryhmästä on kyse, sitä suurempi on tarve anonymisoinnille. En halunnut lisätä loppukartoituksen vastauksia edes tiivistelmänä raporttiini liitteeksi, koska koin niiden rikkovan anonymiteettiä. Yhdeksän henkilön vastauksista olisi ollut liian helppo lähteä pohtimaan, kuka vastasi mitäkin. Pienessä yhdistyksessä helposti tunnistetaan toisten kirjoitustyyli. Näitä asioita mietin, kun poimin sitaatteja loppukartoituksen tuloksien esittelyyn.

Koska ekologiset arvot ja luonnonvarojen säästäminen ovat itselleni tärkeitä, otin nämä huomioon myös opinnäytetyöprosessissa. Suomen Romaniyhdistys pyrkii vähentämään paperin tulostamista mutta siitä huolimatta halusin tulostaa viestinnän oppaan ja suunnitelman kansioihin. Tein näin, jotta opasta ja suunnitelmaa olisi helppo käyttää työtä tehdessä eikä tietoja tarvitse etsiä intranetistä. Mietin kuitenkin vastuullisuutta tulostamalla nämä esittelykansioihin. Koko oppaan tulostamisen sijaan voi tulostaa vain päivitetyn sivun. Lisäksi yhdistyksen viestintäsuunnitelma suunniteltiin niin, että kaikki viestintä hoidetaan digitaalisesti. Näillä keinoin yhdistyksessä varjellaan luonnonvaroja paperia säästämällä.

Minulla oli aikataulullisia haasteita opinnäytetyöprosessin aikana esimerkiksi sairasteluni takia. Tämän takia oppaan ja suunnitelman valmistuminen viivästyi yli kuukauden omasta aikataulustani ja minulle jäi vähemmän aikaa kirjoittaa raportin empiiristä osaa, kuin olin alun perin ajatellut. Muuttuvista aikatauluista huolimatta selvisin mielestäni hyvin erityisesti oppaan ja suunnitelman kohdalla.

Tavoitteena oli, että jokaiselle työntekijälle tulisi selkeä näkemys viestinnän tavoitteista, toimenkuvasta ja aikatauluista. Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas oli tarkoitus olla käytännöllinen apu tämän tavoitteen toteutumiseksi ja olla tukena viestinnän hoitamisessa.

En koe täysin onnistuneeni siinä, että jokaiselle työntekijälle tulisi selkeä näkemys viestinnän tavoitteista, toimenkuvasta ja aikatauluista. Loppukartoituksessa kävi ilmi, että kaikki eivät kokeneet täysin ymmärtävänsä työnsä viestinnän roolia. Toisaalta tämä tavoite oli varsin suuri ja uskoisin, että vaatii aikaa, harjoitusta ja tekemistä kasvaa omassa viestinnän roolissa. Tarkoitukseni oli enemmänkin nähdä viestinnän kehityskohteet, tuoda ne yhdistyksen tiettäväksi ja antaa eväitä kehittyä. Tässä koen onnistuneeni.

Viestinnän osaamiseni kasvoi todella paljon prosessin aikana. Olen oppinut ymmärtämään viestinnän käsitteitä ja käyttämään näitä työtä tehdessä. Ymmärrän yhdistyksen viestinnän vaiheita ja viestinnän kehittymistä. Pystyn kartoittamaan ja analysoimaan organisaation sisäistä ja ulkoista viestintää. Kykenen soveltamaan hyvän viestinnän periaatteita yksittäisen organisaation tarpeisiin ja kehittämään organisaation viestintää. Pystyn myös toteuttamaan viestintää. Opinnäytetyöprosessin kautta minulle on tullut hyvä käsitys yhdistysten viestinnästä ja koen voivani hakea työtä viestinnän tehtävissä.

Olen myös kehittynyt monissa työelämässä tarvittavissa taidoissa. Osaan arvioida työni onnistuneisuutta, erityisesti selvitys- ja kehittämistyössä. Ymmärrän, minkälainen ero journalismilla ja viestinnällä on. Olen tullut taitavammaksi kouluttajaksi, joka osaa suunnitella koulutettavia hyödyntäviä harjoitustehtäviä. Olen oppinut lisää yhteistyöstä, itseni johtamisesta, tavoitteellisesta työskentelystä, projektien hallinnasta, aikatauluissa pysymisestä ja kehittynyt haastattelutaidoissani. Word, PowerPoint ja Forms -osaamiseni on kehittynyt.

Opinnäytetyöprosessin raportin ja tuotosten kirjoittamisen kanssa olen oppinut tieteellistä ajattelu- ja lähestymistapaa, tekemään tekstiviitteitä ja lähdeluetteloita. Olen oppinut kirjoittamaan ja hallitsemaan pidempää tekstimuotoja kuin journalismissa, editoimaan tekstiä ja erityisesti kielenhuoltoa. Olen kasvanut ammatillisesti ja monipuolistanut omia taitojani. En olisi ikinä uskonut, että opinnäytetyöprosessi voi antaa näin paljon.

Lähteet

European Union 2019. Eurobarometer-tutkimus. Luettavissa: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2251. Luettu: 15.4.2024.

Aula, P. 2008. Kivi vai katedraali: Organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Infor oy. Helsinki.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. MIF Management Institute of Finland. Helsinki.

Kaskas s.a. Luettavissa: https://kaskas.fi/miten-tehda-hyva-viestintasuunnitelma-hankkeelle/. Luettu: 21.1.2024.

Kielitoimiston sanakirja 2024. Luettavissa: https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/. Luettu: 22.3.2024.

Majaniemi, P. 24.4.2024. Suomen Romaniyhdistyksen hallituksen puheenjohtaja. Suomen Romaniyhdistys ry. Haastattelu. Helsinki.

Meltwater & We are Social 2023. Digital 2023 Global Overview -raportti. Luettavissa: https://www.meltwater.com/en/2023-global-digital-trends. Luettu: 22.3.2024.

Muukkonen, T. Rokkanen, H. & Sirola-Korhonen, K. Yhdistyksen avaimet. Uudistettu painos 2023. Kansan Sivistystyön Liitto KSL ry. Helsinki. E-kirja. Luettu: 23.11.2023.

Opetushallitus 2024. Luettavissa: https://www.oph.fi/fi/ohjelmat/logot-ja-viestintaohjeet-erasmus-hankkeille. Luettu: 22.3.2024.

Pulma, P. 2012. Suomen Romanien historia. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.

Suomen Romaniyhdistys ry 2022. Luettavissa: https://www.suomenromaniyhdistys.fi/. Luettu: 15.12.2023.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2018. Suomen romaniväestön osallisuus ja hyvinvointi: Romanien hyvinvointitutkimus Roosan perustulokset 2017–2018. Luettavissa: https://www.julkari.fi/handle/10024/137276. Luettu: 10.5.2024.

World Health Organization 2024. Luettavissa: https://www.who.int/teams/health-promotion/enhanced-wellbeing/seventh-global-conference/health-literacy. Luettu: 8.5.2024.

Liitteet

Liite 1. Suostumuslomake

Tutkimus viestinnän tilanteesta Suomen Romaniyhdistys ry:ssä

Opinnäytetyö: Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas Suomen Romaniyhdistys ry:lle

Opiskelija: Emma Ryhänen

Ohjaava opettaja: Pekka Huolman, pekka.huolman@haaga-helia.fi

Toimeksiantaja: Suomen Romaniyhdistys ry

Aineiston keruun tavoite:

Kartoittaa yhdistyksen viestinnän tilanne

Aineiston keruun toteuttamistapa ja vaiheet:

- Alkukartoitus kahdenkeskisellä haastattelulla (kasvotusten tai teams). Haastattelutilanteessa sanelukone/nauhoitus. Haastattelunauha sekä muistiinpanot tallennetaan.
- Koulutukset tammi/helmikuussa. Koulutusosiossa sanelukone. Nauhoite tallennetaan.
- Loppukartoitus anonyymilla kyselyllä.

Osallistumisen kesto:

- Alkukartoitus max. 45 min
- Koulutukset toimistopalaverin yhteydessä tammi-helmikuussa max. 60 min / koulutus.
- Loppukartoitus nettikyselyllä max 30 min.

Tietoja kerätään opinnäytetyötä, viestintäsuunnitelmaa ja opasta varten. Tiedot ovat vain opiskelijan (Emma Ryhänen) nähtävillä ja kaikki tiedostot tuhotaan sen jälkeen, kun opinnäytetyö, viestintäsuunnitelma ja opas ovat valmiita ja Haaga-Helian ammattikorkeakoulu sekä Suomen Romaniyhdistys ry ovat ne hyväksyneet. Aineistoa säilytetään salasanan takana olevalla tietokoneella. Henkilötietoja käsitellään voimassa olevan tietosuojalainsäädännön mukaisesti (EU yleinen tietosuoja-asetus 679/2016 ja voimassa oleva kansallinen lainsäädäntö).

Opinnäytetyöraportti julkaistaan Theseus-verkkokirjastossa.

Suostumuslomake

Annan suostumukseni osallistumisesta tutkimukseen viestinnän tilanteesta Suomen Romaniyhdistys ry:ssä edellä olevan tutkimustiedotteen mukaisesti.

Edellä mainitun tutkimustiedotteen sisältö on kerrottu minulle ja ymmärrän mitä tutkimus koskee, mitä osallistuminen tarkoittaa minulle, mihin antamaani dataa käytetään ja miten sitä säilytetään. Minulla on ollut mahdollisuus esittää kysymyksiä ja olen saanut riittävän vastauksen kaikkiin kysymyksiini.

Ymmärrän, että osallistuminen tutkimukseen on vapaaehtoista. Olen selvillä siitä, että voin peruuttaa tämän suostumukseni koska tahansa syytä ilmoittamatta ja esimerkiksi keskeyttää haastattelun niin halutessani.

Suostumuksen voi peruuttaa sähköpostitse. Analysoidusta tutkimustuloksista ei voida jälkikäteen poistaa yhden tutkittavan osuutta.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa

Emma Ryhänen

[redacted]@gmail.com

044-[redacted]

Allekirjoituksellani vahvistan, että annan suostumukseni tutkimukseen osallistumisesta.

_____

Suostumuksen antajan nimi

_____ _____

Päiväys Allekirjoitus

Liite 2. Alkukartoitus: Hanke- ja toimintamuotojen työntekijöiden haastattelupohja

Opinnäytetyö: Viestintäsuunnitelma ja viestinnänopas Suomen Romaniyhdistys ry:lle

Alkukartoitus viestinnän tilanteesta yhdistyksessä

Hanke- ja toimintamuotojen työntekijöiden haastattelut

Joulukuu 2023

Haastateltava:

Toimenkuva:

Haastattelun ajankohta:

Kysymykset:

1. Millaisia viestintätehtäviä koet toimenkuvaasi sisältyvän?
2. Mikä viestinnässä toimii ja mikä ei?

		Mikä toimii	Mikä ei toimi
Sisäinen	Oma toimenkuva		
Sisäinen	Oma projekti		
Sisäinen	Yhdistys		
Ulkoinen	Oma toimenkuva		
Ulkoinen	Oma projekti		
Ulkoinen	Yhdistys		

3. Kohderyhmät: Kenellä on tarve tietää asioista, joita sinä hoidat?
4. Sisällöt: Mitä heidän on tarpeen tietää?
5. Toimijat: Ketkä pystyvät asiantuntevimmin viestimään kyseiset asiat?
6. Toimijat: Mitä jokaisen pitää pystyä viestimään?
7. Ajoitus: Milloin mielestäsi on oikeat hetket viestiä?
8. Kanavat: Mitä kautta pystyt parhaiten tavoittamaan kohderyhmäsi?
9. Miten viestinnässä romanikulttuuri tulee huomioida?
10. Mittaus: Milloin viestintä on sinusta onnistunutta?
11. Miten viestinnän onnistuneisuutta voisi mitata? (yhteydenottojen määrä, lukuaika, jakojen määrä, tykkäysten määrä, osallistujamäärä)
12. Mikä viestinnässä tuntuu hankalalta?
13. Tuntuuko, että sinulla on tarvittava tieto ja taito hoitamaan viestintää?
14. Mitä haluat oppia lisää viestinnästä?

Liite 3. Alkukartoitus: Hallinnon työntekijöiden haastattelupohja

Opinnäytetyö: Viestintäsuunnitelma ja viestinnänopas Suomen Romaniyhdistys ry:lle

Alkukartoitus viestinnän tilanteesta yhdistyksessä

Hallinnon työntekijöiden haastattelut

Joulukuu 2023

Haastateltava:

Toimenkuva:

Haastattelun ajankohta:

Kysymykset:

1. Millaisia viestintätarpeita yhdistyksellä on?
2. Miten viestintä näkyy yhdistyksessä?
3. Mikä toimii ja mikä ei?

		Mikä toimii	Mikä ei toimi
Sisäinen	Oma toimenkuva		
Sisäinen	Yhdistys		
Ulkoinen	Oma toimenkuva		
Ulkoinen	Yhdistys		

4. Kohderyhmät: Kenellä on tarve tietää asioista, joita sinä hoidat?
5. Sisällöt: Mitä heidän on tarpeen tietää?
6. Toimijat: Ketkä pystyvät asiantuntevimmin viestimään kyseiset asiat?
7. Toimijat: Mitä jokaisen pitää pystyä viestimään?
8. Ajoitus: Milloin mielestäsi on oikeat hetket viestiä?
9. Kanavat: Mitä kautta pystyt parhaiten tavoittamaan kohderyhmäsi?
10. Miten viestinnässä romanikulttuuri tulee huomioida?
11. Mittaus: Milloin viestintä on sinusta onnistunutta?
12. Onko työntekijöillä tarvittava tieto/taito viestinnästä?
13. Mitä työntekijöiden tulisi oppia lisää viestinnästä?
14. Mitä toivoisit viestintäsuunnitelmaan/oppaaseen?

Liite 4. Viestintäsuunnitelma-pohja

Viestintäsuunnitelma

Yhdistys/hanke

Tekijät:

Päiväys:

Yhdistyksen tavoite:

Viestinnän strategia:

1. Teema
2. Teema
3. Teema
1. Teema
    a. Alakohdat
2. Teema
    a. Alakohdat
3. Teema
    a. Alakohdat

Viestinnän tavoitteet vuodelle _____

Sisäinen:

1. Teema
2. Teema
3. Teema

Ulkoinen:

1. Teema
2. Teema
3. Teema

Ydinviestimme ovat:

Kohderyhmämme ovat:

Sidosryhmämme ovat:

Viestinnän onnistumista seuraamme seuraavilla mittareilla:

Kanavat:

Ulkoinen:

Sisäinen:

Suomen Romaniyhdistys:

Viestintäsuunnitelma

Kanavat	Keinot	Aikataulu	Vastuut

Liite 5. Viestintäsuunnitelmat

Viestintäsuunnitelma

Suomen Romaniyhdistys ry

Tekijät:

Autio Petra	Ryhänen Emma	Valerius Astrid
Lindgren Dimitri	Schwartz Ramona	Vuolanen Ina
Majaniemi Päivi	Schwartz Sofia	

Päiväys:

25.3.2024

Yhdistyksen tavoite:

”Suomen Romaniyhdistyksen tavoitteena on edistää romaniväestön yhdenvertaisuutta, lisätä romanien vaikutusmahdollisuuksia ja osallistaa heitä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon.” Suomen Romaniyhdistys ry 2022”

Viestinnän strategia:

1. Tehdä yhdistystä ja sen toimintaa tunnetuksi.
2. Edistää romaniväestön yhdenvertaisuutta nostamalla esille romanien yhteiskunnallista asemaa, elämisen haasteita ja onnistumisia.
3. Motivoida ja osallistaa romaniväestöä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon jakamalla tietoa ja antamalla vaikutusmahdollisuuksia.

1. Tehdä yhdistystä ja sen toimintaa tunnetuksi.

- Kerromme tekemästämme vaikuttamistyöstä romani- ja valtaväestön parissa.
- Viestinnässä tuomme yhdistyksen asemaa yhteiskuntapoliittisena vaikuttajana tunnetummaksi.
- Toimintamuodot, joista viestimme:
    - Yhdistyksen hanketoiminta.
    - Romanien kulttuurisen moninaisuuden edistäminen.
    - Syrjinnän ehkäiseminen.
    - Romanikulttuurin ja -kielen edistäminen sekä historian esille tuominen.
    - Neuvontapalvelut romaneille ja viranomaisille (asunto-, sosiaali-, eläke-, koulu-, romanikulttuuriasiat).
    - Luennointi.

- Romanikielisen materiaalin julkaiseminen.
- Roma Civil Monitor (RCM) -hanke (maaseurantaraportointi).

2. **Edistää romaniväestön yhdenvertaisuutta nostamalla esille romanien yhteiskunnallista asemaa, elämisen haasteita ja onnistumisia.**

- Romanien oloja edistävä ja syrjintää ehkäisevä sekä romanikulttuuria tunnetuksi tekevä viestintä.
- Teemme vaikuttamistyötä antamalla herätteitä julkisen vallan käyttäjille ja julkiseen keskusteluun.
- Viestinnän teemoja:
    - Romanien asunto-olojen, työolojen, kouluttautumisen, oikeusturvan ja terveydellisten olojen yhdenvertaisuuden edellytysten esille tuominen.

3. **Motivoida ja osallistaa romaniväestöä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon jakamalla tietoa ja antamalla vaikutusmahdollisuuksia.**

- Viestinnässä kerromme romanien oikeuksista ja pyrimme herättämään romanien kiinnostusta omiin yhteiskunnallisiin oikeuksiin ja yhteiskunnan odotuksiin.
- Kannustamme ja tuemme romaneja yhteiskunnalliseen päätöksentekoon ja löytämään oman mielipiteensä.
- Painotamme viestinnässä jokaisen oikeutta osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun ja päätöksentekoon iästä, sukupuolesta ja etnisyydestä riippumatta.

Viestinnän tavoitteet vuodelle 2024

Sisäinen:

1. Intranetin kehittäminen.

Tavoitteena on, että kaikki tarvittava tieto löytyy intranetistä. Lisäämme puuttuvat dokumentit. Lisäksi tarkistetaan siellä olevat ja poistetaan/muokataan tarvittaessa.

2. Kalenterin toimivuus.

Mietimme, onko tarvetta vaihtaa kalenteria. Jos käytettävää kalenteria ei vaihdeta, pidämme kalenterin käytöstä koulutuksia. Sovitaan yhteiset linjat siitä, miten kalenteria käytetään.

3. Vastuiden jakaminen.

Opimme uuden mallin, jossa jokaiselle asialle valitsemme vastuuhenkilön. Näin asioiden hoitamatta jättämisen, unohtamisen tai viime hetkellä toimimisen riski pienenee.

Ulkoinen:

1. Tehdä yhdistystä ja sen toimintaa tunnetummaksi.

Aktiivisemmalla sosiaalisen median käytöllä teemme yhdistystä ja sen toimintaa tunnetummaksi. Sidomme sosiaalisen median päivityksiä enemmän kansallisiin ja kansainvälisiin päiviin, jotta saisimme laajemmin kohdeyleisön tavoitettua.

2. Ulkoinen viestintä kulkee kaikessa mukana.

Muistamme kaikessa tekemisessä viestiä. Otamme viestinnän huomioon jo suunnitteluvaiheessa valitsemalla vastuussa olevat.

3. Herättää yhteiskunnallista ja julkista keskustelua.

Suunnittelemme viestintää kantaaottavammaksi ja sidomme sitä enemmän kansallisiin ja kansanvälisiin päiviin.

Ydinviestimme ovat:

- Suomen Romaniyhdistyksen tavoitteena on edistää romaniväestön yhdenvertaisuutta, lisätä romanien vaikutusmahdollisuuksia ja osallistaa heitä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon.
- Olemme syrjimätön työpaikka ja sama syrjimättömyys ohjaa kaikkea toimintaamme.
- Yhdistys toteuttaa tehtäväänsä neuvontapalvelulla sekä erilaisilla hankkeilla.
- Yhdistys osallistuu itse ja osallistaa romaneita yhteiskunnalliseen keskusteluun omien asioidensa asiantuntijoina päätöksenteossa.
- Ei mitään meistä ilman meitä.

Kohderyhmämme ovat:

- Romanit
- Valtaväestö
- Suuri yleisö
- Kaikki työntekijät
- Viranomaiset
- Päättäjät
- Valtiohallinto

Sidosryhmämme ovat:

- Rahoittajat
- SRY:n hallitus
- Oppilaitokset
- Vanhus- ja nuorisotyötä tekevät tahot
- Opetushallitus
- Opetus- ja kulttuuriministeriö
- Museot ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seura
- Aluehallintovirastot
- Valtakunnallinen romaniasiain neuvottelukunta
- Roma Civil Monitor (RCM) -hanke

- Poliisi
- Valtiohallinto
- Muut romanijärjestöt
- Eri työryhmät
- Kansainväliset yhteistyötahot
- Hankkeiden yhteistyökumppanit

Viestinnän onnistumista seuraamme seuraavilla mittareilla:

- Työn sujuminen
- Saatu rahoitus
- Luentopyynnöt
- Haastattelu- ja lausuntopyynnöt
- Yhteistyötarjoukset
- Palaute
- Puskaradio
- Väliarviointi -dokumentti
- Sosiaalisen median kanavien data: Tykkäykset, kommentoinnit, edelleen postaukset.
    - Nämä tarkistamme kahden viikon päästä päivityksestä.

Kanavat

Ulkoinen:

- Kotisivut
    - Kotisivuilta löytyy perustiedot kaikille yhdistyksestä ja sen toimintamuodoista.
- Blogi
    - Tänne laitetaan isoimmat tekstit, joissa mennään pintaa syvemmälle ja jotka eivät laajuutensa vuoksi sovi sosiaalisen median päivitykseen.
- X
    - Täällä tapahtuu viestintä sidosryhmille ja sekä kansainvälinen viestintä.
- Facebook
    - SRY:n pääkanava ulkoiseen viestintään, jossa tavoitetaan romanit.
- Instagram
    - SRY:n viestintäkanava suuren yleisön ja valtaväestön tiedottamiseen. Täällä viestittäviä teemoja ovat esimerkiksi: syrjimättömyys, monimuotoisuus, historia.

Sisäinen:

- intranet
    - Intranetistä löytyy työntekijöiden tarvitsemat tiedot.
- WhatsApp
    - Nopea viestintäkanava päivittäisiin asioihin ja muutoksiin.
- Toimistokokous
    - Toimistokokouksissa käsitellään tulevan viikon tapahtumat ja uudet asiat. Lisäksi mahdollisuus sisäisiin koulutuksiin.
- Sähköposti
    - Tarkempi informaation välittäminen työtehtävistä, yhteistyöstä ja tapahtumista erityisesti työkavereiden/sidosryhmien kanssa.

Suomen Romaniyhdistys:

Viestintäsuunnitelma

Kanavat	Kohderyhmä	Keinot	Aikataulu	Vastuut
Kotisivut	Kaikki	Kotisivujen päivittäminen	Vuoden 2024 aikana	Yoon-Hee
Blogi	Kaikki	Teemme suunnitelman blogiin tehtävistä kirjoituksista	Toukokuu 2024	Emma
X	Sidosryhmät	Tilanteen mukaan tehtävä viestintä (myös kansainvälinen)	Jatkuva	Kristiina
Facebook	Romanit	Tapahtumista viestintä Erityiset päivät -viestintä	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Instagram	Valtaväestö	Teemaviestintä: syrjimättömyys, romanien historia, monimuotoisuus jne.	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Intranet	SRY	Selvitämme, että kaikki tarvittavat dokumentit löytyvät intranetistä, oikein tehtyinä.	Toukokuu 2024	Emma
WhatsApp	SRY	Nopea viestintäkanava päivittäisiin asioihin ja muutoksiin.	Jatkuva	Kaikki
Toimistokokous	SRY	Toimistokokouksissa käsitellään tulevan viikon tapahtumat ja uudet asiat. Lisäksi koulutamme ja keskustelemme.	Joka tiistai	Kaikki
Sähköposti	Erityisesti SRY ja sidosryhmät	Tarkemman informaation välittäminen työtehtävistä, yhteistyöstä ja tapahtumista.	Jatkuva	Kaikki

Viestintäsuunnitelma

Sastipe tukke - Terveyttä sinulle

Tekijät:

Autio Petra	Schwartz Ramona	Vuolanen Ina
Ryhänen Emma	Valerius Astrid	

Päiväys:

25.3.2024

Sastipe tukken tavoite:

Valtakunnallisen hankkeen tavoitteena on lisätä aktiivi-ikäisten romaninaisten ja -miesten terveyslukutaitoa.

Viestintästrategia:

1. Terveys- ja hyvinvointiteemoista tiedottaminen.
2. Tapahtumista, tilaisuuksista, ryhmätoiminnasta tiedottaminen ja kohderyhmän tavoittaminen mainittuihin tilaisuuksiin mukaan.
3. Sastipe Tukken toiminnasta kertominen.

1. Terveys- ja hyvinvointiteemoista tiedottaminen.

- Tiedottaminen ajankohtaisista terveys- ja hyvinvointiaiheista terveyslukutaidon edistämiseksi.
    - Tutkimukset
    - Artikkelit
    - Koulutuspaikat

- Naiserityistyö

2. **Tapahtumista, tilaisuuksista, ryhmätoiminnasta tiedottaminen ja kohderyhmän tavoittaminen mainittuihin tilaisuuksiin mukaan.**

- Tiedotamme sekä Sastipe tukken, että muiden järjestämistä kaikille avoimista projektin teemoihin liittyvistä tapahtumista.

3. **Sastipe tukken toiminnasta kertominen.**

- Tapahtumista, koulutuksista ja yhteistöistä viestiminen.

Viestinnän tavoitteet vuodelle 2024

Sisäinen:

1. Sidosryhmäyhteistyön tehostaminen.

Tehostamme vuorovaikutusta kaikkien sidosryhmien kanssa.

Ulkoinen:

1. Romanimiesten tavoittaminen.

Sastipe tukke laajentuu naisten terveystyöstä myös miehiin. Viestinnän tulee muuttua kohderyhmän laajentuessa. Pohdimme, mistä miehet tavoitetaan ja mitkä aiheet heitä kiinnostavat.

2. Infovideoiden kehittäminen.

Suunnittelemme terveys- ja hyvinvointiaiheisia videoita.

3. Järjestöesittely.

Alamme viestinnässä esitellä erilaisia sidosryhmistä löytyviä terveys- ja hyvinvointialan järjestöjä.

Ydinviestimme ovat:

- Sastipe tukken tavoitteena on lisätä romaninaisten ja -miesten terveyslukutaitoa.

- Hyvä terveyslukutaito auttaa löytämään, ymmärtämään, hyödyntämään ja arvioimaan terveyteen liittyvää tietoa.
- Tavoitteena on, että romaninaisilla ja -miehillä on riittävästi tietoa, taitoja ja itseluottamusta oman terveytensä ohjaamiseen ja he pystyvät pysymään terveinä, toipumaan sairauksista tai elämään vammaisina tai sairaina.
- Sastipe tukke järjestää terveys- ja hyvinvointiryhmiä, kouluttaa kokemusasiantuntijoita sekä sosiaali- ja terveysalan ammattilaisia.

Kohderyhmämme ovat:

- 18–64-vuotiaat romaninaiset ja -miehet
- Romaneita työssään kohtaavat sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset.

Sidosryhmämme ovat:

- Rahoittaja: Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus (STEA)
- Romanijärjestöt
- Aluehallintovirastot
- Paikallisromanityöryhmät
- Kunnat/kaupungit
- Muut järjestötoimijat
- Oppilaitokset
- Seurakunnat

Viestinnän onnistumista seuraamme seuraavilla mittareilla:

- Osallistujamäärät tapahtumissa
- Palaute ja puskaradio
- Facebook-data: Tykkäykset, kommentoinnit, edelleen postaukset.

    - Nämä tarkistamme kahden viikon päästä päivityksestä.

- Väliarviointi -dokumentti

Kanavat:

- Blogi
    - Blogiin kirjoitamme pitemmät tekstit Sastipe Tukken kuulumisista. Aiheena esimerkiksi mitä olemme tehneet ja mitä seuraavaksi.
- Facebook
    - Ulkoisen viestinnän pääkanava, jossa tavoitamme kohderyhmämme.
- SRY:n X ja Instagram
    - Pääkanava sidosryhmille ja suurelle yleisölle viestimiseen.
- Intranet
    - Tärkeät dokumentit saatavilla niille, jotka tarvitsevat.
- WhatsApp
    - Nopeaan työyhteisöviestintään.
- Toimistokokous

Toimistokokouksessa käsittelemme tulevia aikatauluja ja tapahtumia. Kerromme muille Sastipe Tukken kuulumisista.

Sastipe Tukke

Viestintäsuunnitelma

Kanavat	Kohderyhmä	Keinot	Aikataulu	Vastuut
Blogi	Kaikki	Mitä olemme tehneet ja mitä teemme seuraavaksi.	Kevät 2024	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Facebook	18–64-vuotiaat romanit	Vuosikellon mukainen viestintä	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
SRY:n X ja Instagram	Suuri yleisö ja sidosryhmät	Vuosikellon mukainen viestintä	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Intranet	SRY	Tärkeät dokumentit saataville niille, jotka tarvitsevat.	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
WhatsApp	SRY	Nopea työyhteisöviestintä	Jatkuva	Ina ja Ramona
Toimistokokous	SRY	Tulevat aikataulut ja tapahtumat sekä muu Sastipe Tukkeen liittyvä	Jatkuva	Ina ja Ramona
Sähköposti	Erityisesti SRY ja sidosryhmät	Tarkemman informaation välittäminen työtehtävistä, yhteistyöstä ja tapahtumista.	Jatkuva	Ina ja Ramona

Viestintäsuunnitelma

Au mensa

Tekijät:

Lindgren Dimitri	Schwartz Sofia
Ryhänen Emma	Vuolanen Ina

Päiväys:

25.3.2024

Au mensan tavoite:

Au mensan tavoitteena on rohkaista ja kouluttaa romaninuoria osallistumaan omien ja yhteisten asioiden hoitamiseen kansainvälisesti romaniyhteisössä ja sen ulkopuolella.

Viestintästrategia:

1. Tiedottaa, milloin, missä tilanteissa ja miten romaninuoret voivat saada äänensä kuuluville.
2. Tuoda esille ja edistää yhteiskunnallista keskustelua.
3. Edistää kansallista ja kansainvälistä romaninuorisotyötä tiedottaen Au mensan työstä.

1. **Tiedottaa, milloin, missä tilanteissa ja miten romaninuoren voivat saada äänensä kuuluville.**

Nostamme viestinnässä esille romaninuorten mahdollisuudet vaikuttamiseen ja annamme myös itse romaninuorille mahdollisuuksia saada oma ääni kuuluviin.

2. **Tuoda esille ja edistää yhteiskunnallista keskustelua.**

Viestinnässä tuomme syrjintään, tasa-arvoon ja moninaisuuteen liittyviä teemoja esille sekä kerromme romaneiden historiasta.

3. **Edistää kansallista ja kansainvälistä romaninuorisotyötä tiedottaen Au mensan työstä.**

Kerromme tekemästämme työstä, toiminnasta ja yhteistyötahoista. Kerromme, millaista romaninuorisotyötä tehdään muissa maissa.

Viestinnän tavoitteet vuodelle 2024

Sisäinen:

1. Tiedonkulku & toimeksiannot

Panostamme tänä vuonna tiedonkulkuun. Tavoitteena on, että toimeksiannoissa tulee kaikki tarvittava tieto tehtävän tekemiseksi ja tieto saavuttaa jokaisen tarvitseman henkilön.

2. Vastuunjako

Tänä vuonna nimeämme ketkä mistäkin ovat vastuussa. Kiinnitämme huomiota siihen, että vastuuhenkilö vaihtuu, jos vastuussa oleva estyy tekemästä työtään (esimerkiksi sairastuessa).

Ulkoinen:

1. Suunnitelmallisuus

- Viestinnässä panostamme suunnitelmallisuuteen olemalla ajoissa, pysymällä aikatauluissa, harjoittelemalla vastuunjakoa.
- Suunnitelmallisuuden avulla pysymme annetuissa teemoissa ja viestintä on selkeää.

2. Rahoittajien huomioiminen viestinnässä.

- Keskitymme Erasmus+ ohjelman viestintäohjeisiin ja merkitsemme paremmin Erasmus+ -ohjelman sosiaalisen median päivityksiin.

Ydinviestimme ovat:

- Au mensan tavoitteena on rohkaista ja kouluttaa romaninuoria osallistumaan omien ja yhteisten asioiden hoitamiseen kansainvälisesti romaniyhteisössä ja sen ulkopuolella.

- Toiminnassa järjestetään vuosittain leirejä, koulutuksia ja kampanjoita sekä kannustetaan romaninuoria osallistumaan yhteistyökumppanien toimintaan.
- Nuoria kannustetaan olemaan toiminnassa itse suunnittelijoita ja tekijöitä.
- Pyritään siihen, että nuoret kokevat kuuluvansa omaan romaniyhteisöönsä ja että he tulevat kuulluiksi ja nähdyiksi.

Nuorisotyön teemassa painottuvat ihmisoikeudet, yhdenvertaisuus, romanipolitiikka, romani-identiteetti, antirasismi, syrjimättömyys ja vertaistuki.

Kohderyhmämme ovat:

- 18–29-vuotiaat romaninuoret
- Nuorisotyötä tekevät tahot niin Suomessa kuin maailmalla.

Sidosryhmämme ovat:

- Pääkaupunkiseudun romaninuorisotyö
- Erasmus+
- Vantaan paikallisromanityö
- Oppilaitokset
- Poliisi
- Opetus- ja kulttuuriministeriö
- Sry:n hallitus
- Nuorten akatemia
- Eri järjestöt

Viestinnän onnistumista seuraamme seuraavilla mittareilla:

- Kyselyt, palaute
- Puskaradio

- Sosiaalisen median data: Tykkäykset, kommentoinnit, edelleen postaukset.
    - Nämä tarkistamme kahden viikon päästä päivityksestä.
- Väliarviointi -dokumentti

Kanavat:

- TikTok:
    - Kanava Au Mensan mainonnalle, jossa voidaan tuoda romaninuorten ääni kuuluville.
- Instagram:
    - Kanava valtaväestön ja yhteistyökumppaneiden tavoittamiseen.
- Facebook:

Kanava romaneiden tavoittamiseen. Erityisesti tulevien tapahtumien ja kansallisten sekä kansainvälisten päivien mainonta.

Au Mensa:

Viestintäsuunnitelma

Kanavat	Kohderyhmä	Keinot	Aikataulu	Vastuut
TikTok	Kaikki	-Au Mensan mainostaminen -Romaninuorten ääni kuuluville	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Instagram	Valtaväestö Yhteistyökumppanit	Suunnitelman mukainen viestintä	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Facebook	18–29-vuotiaat romanit	Erityisesti tulevien tapahtumien ja kansallisten sekä kansainvälisten päivien mainonta	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
Intranet	SRY	Tärkeät dokumentit saataville niille, jotka tarvitsevat.	Jatkuva	Tapauskohtaisesti sovittu vastuuhenkilö
WhatsApp	SRY	Nopea työyhteisöviestintä	Jatkuva	Kaikki
Toimistokokous	SRY	Tulevat aikataulut ja tapahtumat sekä muu Au Mensaan liittyvä	Jatkuva	Kaikki
Sähköposti	Erityisesti SRY ja sidosryhmät	Tarkemman informaation välittäminen työtehtävistä, yhteistyöstä ja tapahtumista.	Jatkuva	Kaikki

Liite 6. Viestinnän opas

Viestinnän opas

Suomen Romaniyhdistys ry

Sisällys

Alkusanat 1
1. Viestintä 2
1.1 Viestinnän käsitteitä 2
1.2 Mitä viestintä on? 3
1.3 Viestintä yhdistyksessä 5
1.4 Viestintä romanikulttuurissa 6
2. Sisäinen viestintä 7
2.1 Työyhteisöviestintä 7
2.2 Yhdistyksen sisäinen viestintä 8
3. Ulkoinen viestintä 11
3.1 Kotisivut 11
3.2 Rahoittajat 12
3.3 Viestinnän aikataulut 14
3.4 Tärkeät päivämäärät 15
3.5 Kriisiviestintä, lausunnot, haastattelut 19
3.6 Sosiaalinen media 20
4. Avuksi viestintään 22
4.1 Miten tehdä somepäivitys? 22
4.2 Vinkkejä kuvaamiseen 23
4.3 Kuvapankki 24
4.4 Kielenhuolto 25
4.5 Käyttäjätunnukset ja salasanat 26
4.6 Ohjeet tallennusmuotoihin 27
Lähteet 29
Liitteet: 30
Liite 1: Suomen Romaniyhdistyksen kuvauslupa. 30
Liite 2: Suomen Romaniyhdistyksen kuvauslupa englanniksi. 31
Liite 3: Erasmus+ kuvauslupa. 32

Alkusanat

”*Muutoksen maailmassa yksi asia on muuttumaton: taukoamaton muuttuminen*”. Tämä kreikkalaisen filosofi Herakleitoksen noin 2500 vuotta vanha lausahdus pätee yhä tänä päivänä. Etenkin viestinnän maailmassa.

Halusin tehdä viestinnän oppaan kestämään aikaa ja muutoksia. Tämä opas toimii niin tietokoneella Word-tiedostona kuin tulostettuna. Suomen Romaniyhdistykselle opas tulostettiin esittelykansioihin, jotta helposti saisi päivittää vain tarvitsemansa sivun. Kansioon jäi myös tyhjää tilaa omille tärkeille viestintään liittyville papereille.

Kun on aika päivittää kansiota ja tulostaa uusittuja sivuja, suosittelen kirjoittamaan oikeaan yläkulmaan päivämäärän, milloin päivitys on tehty. Näin on helpompi pysyä kartalla siitä, mitkä tiedot kansioista ovat mahdollisesti vanhentuneita ja kaipaisivat tarkistamista.

Tämän oppaan on tehnyt Haaga-Helian ammattikorkeakoulun medianomiopiskelija Emma Ryhänen maaliskuussa 2024 harjoittelun aikana. Opas on toiminnallisen opinnäytetyön tuotos. Opinnäytetyön nimi: Viestintäsuunnitelma ja viestinnän opas Suomen Romaniyhdistys ry:lle.

Viestinnän oppaan kuvat: Office 365 -kuvapankki ja Dimitri Lindgren.

1. Viestintä

1.1 Viestinnän käsitteitä

Viestintä	=	Viestintä on tiedonvälityksenprosessi. Se on viestimistä, tiedottamista ja kommunikaatiota.
Työyhteisöviestintä	=	Fyysisessä tai virtuaalisessa tilassa tapahtuvaa työyhteisön välistä viestintää.
Sisäinen viestintä	=	Yhdistyksen työntekijöiden, hallituksen ja muiden toimintaan osallistuvien välistä viestintää.
Ulkoinen viestintä	=	Viestintää, joka on kohdennettu toiminnan ulkopuolella oleviin henkilöihin ja tahoihin.
Ydinviestit	=	Selkeäksi tiivistettyjä sanomia, jotka kertovat mitä yhdistys tekee ja miksi se on olemassa.
Kohderyhmät	=	Ihmisryhmä, joille toimintaa tehdään ja viestintä kohdennetaan.
Sidosryhmät	=	Yhteistyökumppanit, joiden kanssa toimintaa tehdään.
Mittarit	=	Välineet tai tavat, joilla toimintaa arvioidaan.
Kanavat	=	Missä viestintä tapahtuu (esimerkiksi sosiaalisen median kanavat, sanomalehti, sähköposti).
Resurssit	=	Ketkä toimintaa tekevät, millä keinoin ja voimavaroin.

1.2 Mitä viestintä on?

Kielitoimiston sanakirjan mukaan viestintä on viestimistä, tiedottamista, tiedonvälitystä ja kommunikaatiota. Ennen viestintä oli erityisesti tiedottamista, tieto annettiin ja tehtävä oli sitten tehty. Sosiaalisen median kautta viestintä on muuttunut vuorovaikutukseksi.

Tieto on saatavilla

Viestintä on yksinkertaisuudessaan sitä, että *tarvittava tieto on tarvittavien henkilöiden saatavilla tarvittaessa.*

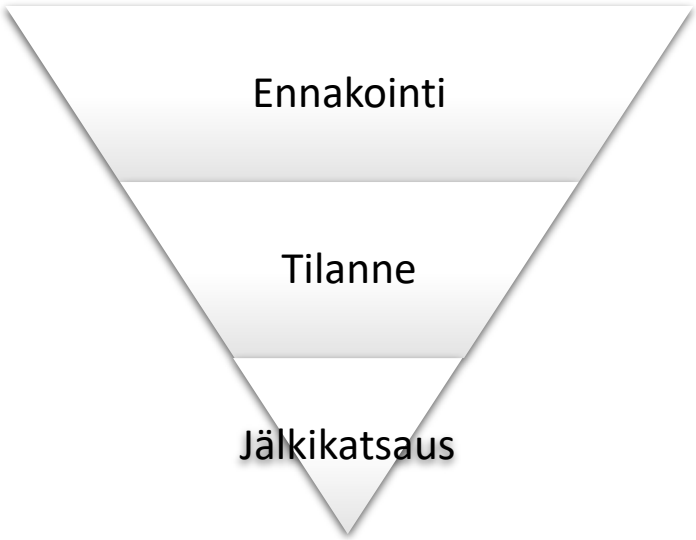
Tarvittava tieto on	Ei kaikki mahdollinen tieto, vaan juuri tarvittava tieto. Viestinnässä tulisi valita mitä tietoa tarvitsee jakaa (tai olla saatavilla).
tarvittavien henkilöiden	Tieto tulisi myös rajata kohderyhmän mukaan. Ei kaikkien yhdistyksen tietojen kuulu olla kaikille saataville. Tieto on myös helpompi löytää, kun tietoa ei tule liikaa.
saatavilla tarvittaessa.	Jotkut tiedot on hyvä lähettää muistutuksena ja joistakin riittää, että tietoa on saatavilla esimerkiksi intranetissä.

Viestinnän kolme tasoa

Kaikista tärkeintä viestinnässä on suunnittelutyö. Kun on ajoissa valmistauduttu, tilanteet hoituvat helpommin.

Tilanteessa toimitaan ennalta sovitusti. Jokainen tietää oman vastuunsa. Kun on valmistauduttu hyvin, on helpompi soveltaa tilanteen mukaan.

Jälkikatsausta ei kannata unohtaa. Siinä pohditaan sitä, missä onnistuttiin ja missä voidaan kehittyä. Hyvät ja toimivat käytännöt kannattaa ottaa talteen.



Kun viestintä ei suju

- Tietoa joutuu etsimään.
- Asiat yllättävät.
- Työntekijöillä on epävarma olo siitä, mitä heiltä odotetaan.
- Kohderyhmää on vaikea löytää.
- Viestitään väärästä asiasta, väärään aikaa, väärälle kohderyhmälle, väärällä tavalla.
- Yhdistys muuttuu näkymättömäksi.

1.3 Viestintä yhdistyksessä

Tavoite

Yhdistyksen tehtävä on edistää tavoitettaan.

- Suomen Romaniyhdistys ry:n tavoite on edistää romaniväestön yhdenvertaisuutta, lisätä romanien vaikutusmahdollisuuksia ja osallistaa heitä yhteiskunnalliseen päätöksentekoon.
- Suomen Romaniyhdistys on syrjimätön työpaikka ja sama syrjimättömyys ohjaa kaikkea toimintaamme.

Päätehtävä

Yhdistyksen päätehtävänä on toiminnan järjestäminen. Tästä voidaan päätellä, että yhdistyksen viestinnän päätehtävä on toiminnasta kertominen.

Viestinnän rooli

- Viestintä sisältyy yhdistyksen kaikkeen toimintaan ja on edellytys yhdistyksen olemassaololle.
- Jokainen yhdistyksen jäsen on viestijä oman tehtävänsä ja työroolinsa kautta.
- Viestintäosaamista on tärkeä kehittää, koska nykyisessä viestintäympäristössä kaikki voivat, saavat tai joutuvat viestimään.

1.4 Viestintä romanikulttuurissa

Kulttuurisensitiivisyys

Työskenneltäessä romanikulttuurin parissa on hyvä muistaa kulttuurisensitiivisyys. Eli että vuorovaikutus on toisen kulttuuria kunnioittavaa ja kohtaaminen on sekä sanallisesti että sanattomasti arvostavaa. Kulttuurisensitiivisyys vaikuttaa yhdistyksen viestintään, samoin kuin syrjinnän vastaisuus. EU:n syrjinnän eurobarometri -tutkimuksessa (2019) kävi ilmi, että suomalaisista 73 prosenttia piti romanien syrjintää yleisenä. Tämän perusteella romanit ovat alkuperänsä mukaan eniten syrjintää Suomessa kohtaava ryhmä. Suomen valtio on saanut moitteita romanien syrjinnästä kansainvälisiltä ihmisoikeuksia valvovilta elimiltä.

Selkokielisyys

Kaikessa viestinnässä tulisi kirjoittaa/puhua niin että ”Pihtiputaan mummokin” ymmärtää, eikä viestintä romanikulttuurissa ole poikkeus. Romaneilla on ollut lyhyt historia koulutuksen piirissä, minkä takia varsinkin vanhemmassa romaniväestössä on heitä, joilla lukutaito ei ole kovin hyvä. Romanit käyttävät arjessaan kahta kieltä. Suomen lisäksi romanit käyttävät omaa kieltään kaaloa. Viestinnässä on hyvä käyttää selkosuomea, mutta ei ole tarvetta käyttää palikkakieltä. Viestinnän on hyvä olla neutraalia. Lisäksi on muistettava, että kohderyhmässä on varmasti eri-ikäisiä.

Romanikulttuurin erityispiirteet

Romaniyhteisö on Suomessa pieni ja monet tuntevat toisensa. Yhdistyksen romanityöntekijät ovat yhdistyksen kasvoina ja viestivät aina myös sukulaisilleen ja ystävilleen. Tämä on tärkeä asia huomioida viestinnässä. Romanikulttuurissa on muitakin erityispiirteitä, jotka vaikuttavat viestintään. Näitä ovat esimerkiksi yleinen kohteliaisuus, vanhempien kunnioitus ja tabuasiat.

2. Sisäinen viestintä

2.1 Työyhteisöviestintä

Sisäinen viestintä on suurimmaksi osaksi työyhteisöviestintää. Se voi olla sekä muodollista että epämuodollista ja tapahtua joko fyysisessä tai virtuaalisessa työympäristössä.

Tavoite:

- luoda edellytyksiä työskentelyyn.
- vahvistaa yhteisöllisyyttä.
- vahvistaa työkulttuuria.

Työympäristö

Sekä työpaikalla että etätyössä ollaan työympäristössä. Työympäristössä toimitaan tarpeen mukaan itsenäisesti, yhteistyössä tai johdetusti.

Etätyössä työskennellään muualla kuin työpaikalla, mutta työntekijöille tulisi järjestää virtuaalinen työympäristö. Tässä työympäristössä on mahdollista saada yhteys kollegoihin ja esihenkilöihin. Työssä tarvittava tieto on myös saatavilla. Tätä tarkoitusta palvelevat intranet, sähköposti, kalenteri, SharePoint, WhatsApp.

2.2 Yhdistyksen sisäinen viestintä

Sisäisen viestinnän palaset

Mitä	Kenelle	Missä
– Tulevat tapahtumat – Muistutukset – Tehdyt päätökset – Dokumentointi	– Työntekijät – Yhteistyökumppanit – Rahoittajat – Hallitus – Jäsenet	– SharePoint – Kalenteri – Sähköposti – WhatsApp – Sosiaalinen media

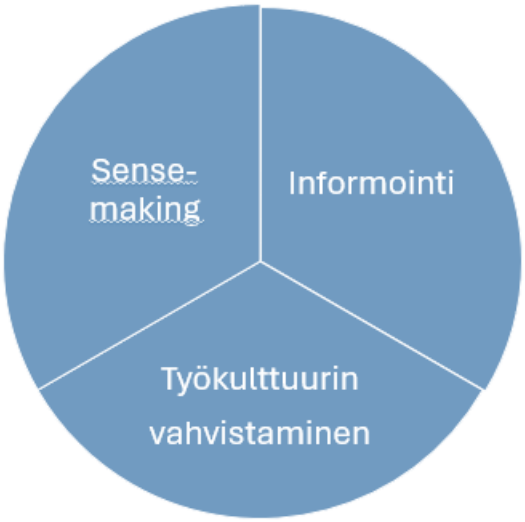
Sisäisen viestinnän osa-alueet

1. **Informointi eli tiedottaminen**

Yhdistyksen tarkoitusta, toimintaa ja tavoitteita koskevan perustiedon välittäminen.

2. **Sense-making eli ”tolkun tekeminen”**

Ymmärryksen rakentuminen ja lisääminen yhdistystä koskevista asioista, kuten visiosta ja strategiasta sekä muista yhdistystä koskevista tahoista (yhteistyötahot, rahoittajat).



3. **Työkulttuurin vahvistaminen**

Käsitys yhdistyksestä ja sen eroista muihin yhdistyksiin eli viestinnällä luodaan, ylläpidetään ja vahvistetaan yhdistyksen identiteettiä ja kulttuuria.

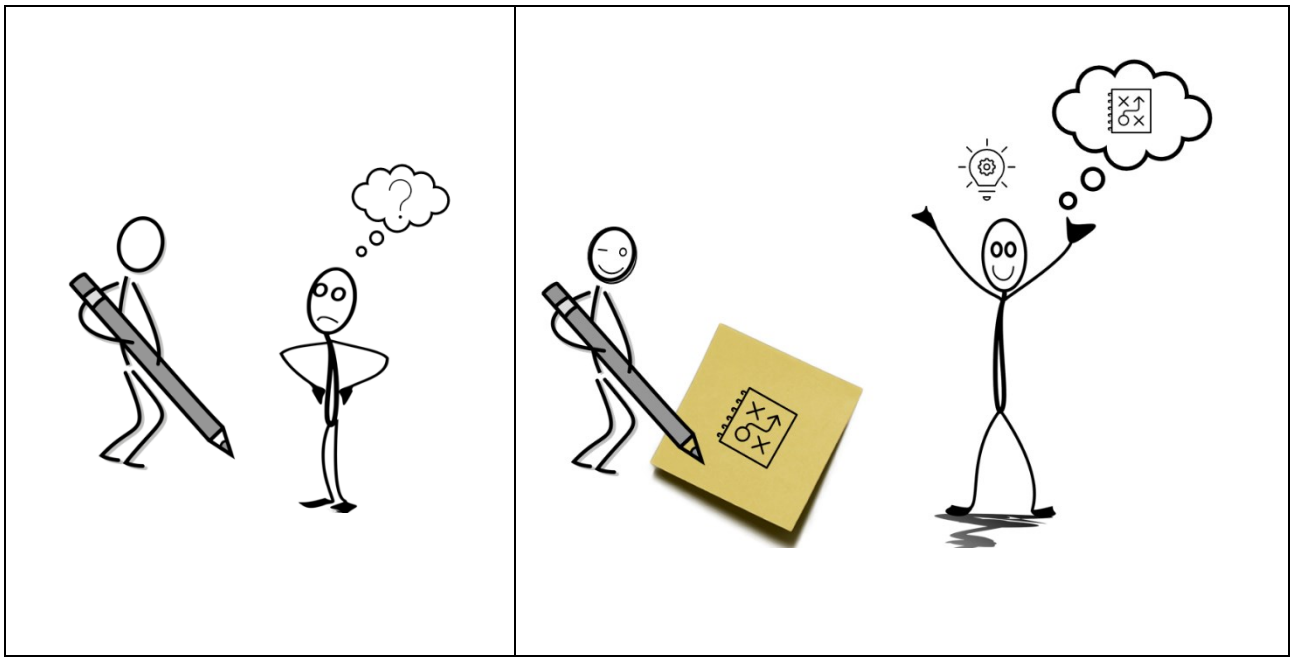
Hyvä sisäinen viestintä on:

- ennakoivaa ja aloitteellista
- ajantasaista
- vuorovaikutteista
- riittävää
- tavoittavaa
- innostaa toimintaan
- innostaa vaikuttamaan
- palvelee yhdistyksen tarpeita
- tukee parhaiten yhdistyksen toimintaa

Avoin ja selkeä viestintä lisää luottamusta sekä yhdistyksen sisällä että ulkopuolella.

Kun sisäinen viestintä ei suju:

- asiat yllättävät
- ollaan myöhässä
- ei synny vuorovaikutusta
- toimeksiannot ovat puutteellisia
- kukaan ei reagoi
- latistaa työintoa
- syö työhenkeä
- yhdistyksen toimintaa on vaikea järjestää
- herättää epäluottamusta



Onnistunut sisäinen viestintä rakentaa työyhteisön hyvinvointia merkittävästi.

3. Ulkoinen viestintä

Kaikki viestintä, mitä yhdistyksen asioista kerrotaan muille kuin yhdistyksen toiminnassa mukana oleville on ulkoista viestintää. Se voi palvella myös työntekijöitä. Säännöllinen tiedottaminen auttaa tulemaan tutuksi ja herättää kiinnostusta.

Kun ulkoinen viestintä toimii:

- Viestintä on aktiivista, aloitteellista ja ennakoivaa.
- Voidaan saavuttaa parhain mahdollinen osanotto tapahtumiin ja kokouksiin.
- Osataan tehdä yhdensuuntaista tiedottamista ja vuorovaikutteista viestintää.
- Yhdistys on näkyvä.

3.1 Kotisivut

On tärkeintä pitää kotisivut ajan tasalla. Yksinkertaisetkin sivut voivat olla näyttävät ja tyylikkäät, ja niitä on erityisen nopea päivittää. Kotisivuilla on tärkeintä vastata peruskysymyksiin.

Mitä yhdistys tekee?	Mitä yhdistys tarjoaa?	Missä yhdistys toimii?
Kuka toiminnasta vastaa?	Kenelle toiminta on tarkoitettu?	Miten voi tulla mukaan?
Miten yhdistykseen saa yhteyden?	Miten yhdistystä voi tukea?	

Peruskysymyksien lisäksi verkkosivuilla voi olla tietoa yhdistyksen historiasta, saavutuksista, toiminnasta, avainhenkilöistä, jäsenistöstä, materiaaleista jne.

3.2 Rahoittajat

Hankkeista ja niiden saamasta rahoituksesta viestiminen on yksi edellytys rahoituksen saamiselle. Suomen Romaniyhdistyksessä ulkoinen viestintä tulee olla rahoittajien ohjeiden mukaista. Hankkeen toteuttamista auttaa hyvin suunniteltu viestintä. Hyvällä viestinnällä jaetaan tietoa hankkeesta saadusta kokemuksesta, hyvistä toimintamalleista ja saadaan tunnettuutta sekä hankkeelle että sen toteuttajille. Yhdistys käyttää Erasmus+ -viestintäohjeita kaikkien hankkeiden viestinnän ohjeina.

Erasmus+ -ohjeistus

Hankkeella on velvoite viestiä rahoituksesta avoimesti ja näkyvästi. Viestinnän tavoitteena on levittää tietoa hankkeen toiminnasta ja tuloksista. Tulosten levittäminen on yksi edellytyksistä EU-rahoituksen saamiseen.

Kaikessa hankeviestinnässä tulee kertoa, että on saatu EU-rahoitusta ja käyttää EU-lippua. Lisää myös vastuuvapauslauseke:

”Euroopan unionin rahoittama. Euroopan unioni tai Euroopan koulutuksen ja kulttuurin toimeenpanovirasto (EACEA) ei vastaa julkaisun sisällöstä.”

Kerro myös, mistä Erasmus+ -ohjelmasta löytyy lisätietoa:

”Lisätietoa Erasmus+ -ohjelmasta: www.oph.fi/erasmusplusS”.

Tarkemman viestintäohjeet ovat täällä: https://www.oph.fi/fi/ohjelmat/logot-ja-viestintaohjeet-erasmus-hankkeille

Sivuilta löytyy mm. viestintäopas EU-hankkeille: https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/Viestint%C3%A4opas%20EU-hankkeille_0.pdf

Muiden rahoittajien ohjeistus

Opetus- ja kulttuuriministeriön hankkeissa avustuksen saajan toivotaan kertovan viestinnässään, esimerkiksi verkkosivuillaan ja esitteissään, että on saanut avustusta opetus- ja kulttuuriministeriöltä. Esimerkiksi:

xx toimintaan/hankkeeseen olemme saaneet avustusta opetus- ja kulttuuriministeriöstä.

Opetus- ja kulttuuriministeriön tekstilogon originaalin saa ministeriön verkkosivuilta https://okm.fi/okm-tunnus.

Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus (STEA) ei edellytä avustuksen saajilta rahoittajan logon käyttöä avustetusta toiminnasta viestittäessä. Toiminnan rahoituksesta kerrottaessa voidaan käyttää esimerkiksi seuraavaa muotoilua:

Hanketta rahoittaa sosiaali- ja terveysministeriö järjestöavustuksilla.

Aina kun hankkeessa on mukana kumppaneita, on hyvien tapojen mukaista mainita kumppanit ja käyttää kumppanien logoja.

3.3 Viestinnän aikataulut

Tulevat tapahtumat

Yleisohjeistuksena tulevista tapahtumista olisi hyvä viestiä kaksi viikkoa aikaisemmin. Tätä ohjeistusta tulee kuitenkin soveltaa tilanteen mukaan.

Suositeltava aikataulu ennen tapahtumaa:

- Kaksi viikkoa aikaisemmin ensimmäinen viestintä
- Viikkoa aikaisemmin uusi viestintä
- Kolme päivää aiemmin muistutus
- Edellisenä päivänä viimeinen muistutus

Juhla- ja erikoispäivät

Viestintä mieluiten arkipäivänä työpäivän aikana. Jos päivityksen on tarkoitus tulla viikonloppuna, sitten ajastetaan päivitys valmiiksi. Suositeltava julkaisuajankohta on arkisin 12.00–16.00 välillä. Liian aikainen tai myöhäinen päivitys hukkuu helpommin uutisvirtaan. Kannattaa välillä seurata somekanavien analytiikkaa, josta näkee milloin päivitykset tavoittavat parhaiten.

Mitä ollaan tehty/tekemässä

Tällainen viestintä heti tilaisuuden jälkeen tai tilaisuudessa. Viimeistään seuraavana päivänä.

Säännöllinen viestintä

Yhdistyksen tavoite on, että yhdistys ja jokainen hanke viestii ainakin kerran kuukaudessa. Viestiä voi hankkeen tulevaisuuden suunnitelmista ja toimintamuodoista

3.4 Tärkeät päivämäärät

Tammikuu		
24.1. 27.1.	Kansainvälinen koulutuksen päivä – romaneiden koulutustilanne **Vainojen uhrien muistopäivä**	SRY SRY
Helmikuu		
6.2. 7.2 11.2. 14.2. 21.2. 28.2.	**Saamelaisten kansallispäivä** Varustautumisen päivä 112 päivä Ystävänpäivä Kansainvälinen äidinkielen päivä – romanikieli Kalevalan päivä, suomalaisen kulttuurin päivä – romanikulttuuri	SRY SRY SRY SRY SRY SRY
Maaliskuu		
8.3. 13.3. 19.3. 21.3.	Kansainvälinen naistenpäivä **Talvisodan päättymisen muistopäivä** Minna Canthin päivä, tasa-arvon päivä **YK:n rasisminvastainen päivä** (samalla viikolla rasisminvastainen viikko)	Sastipe Tukke SRY Sastipe Tukke SRY
Huhtikuu		

2.4.	Kansainvälinen lastenkirjapäivä – romanikielisiä lastenkirjoja	SRY
7.4.	Maailman terveyspäivä	Sastipe Tukke
8.4.	**Romanien kansallispäivä**	SRY
27.4.	**Kansallinen veteraanipäivä**	SRY
Toukokuu		
9.5.	Eurooppa-päivä	SRY
Toinen sunnuntai	Äitienpäivä	Sastipe Tukke
15.5	Kansainvälinen perheiden päivä	Sastipe Tukke
16.5.	**Romanien vastarinnan muistopäivä**	SRY
18.5.	Kansainvälinen museopäivä – romaneihin liittyvät museot ja näyttelyt	SRY
Kolmas sunnuntai	**Kaatuneiden muistopäivä**	SRY
21.5.	Kansainvälinen kulttuurisen monimuotoisuuden päivä	SRY
Kesäkuu		
6.6.	Hyvän kahvin päivä	Sastipe Tukke
Heinäkuu		
15.7.	Nuorten osaamisen päivä	Au Mensa

Elokuu		
2.8. 9.8.	**Romanien kansanmurhan muistopäivä** Tove Janssonin ja suomalaisen taiteen päivä – romanitaiteilijat	SRY SRY
Syyskuu		
6.9. 8.9. 23.9. 25.9.	**Suomenhevosen päivä** Kansainvälinen lukutaitopäivä **Kansainvälinen viittomakielen päivä** Euroopan kielten päivä	SRY SRY SRY SRY
Lokakuu		
1.10. 10.10. 11.10.	Kansainvälinen ikäihmisten päivä Maailman mielenterveyspäivä Kansainvälinen tyttöjen päivä	SRY Sastipe Tukke Sastipe Tukke
Marraskuu		
5.11.	**Maailman romanikielen päivä**	SRY

Toinen sun-nuntai	Isänpäivä	Sastipe Tukke
14.11.	Maailman diabetespäivä	Sastipe Tukke
16.11	Kansainvälinen suvaitsevuuden päivä	SRY
19.11.	Kansainvälinen miestenpäivä	Sastipe Tukke
20.11.	Lapsen oikeuksien päivä	Sastipe Tukke
Joulukuu		
6.12.	Itsenäisyyspäivä	SRY
8.12.	Jean Sibeliuksen, suomalaisen musiikin päivä – romanimusiikki	SRY
10.12.	**Ihmisoikeuksien päivä**	SRY
24.12.	**Joulu**	Kaikki

Muita erikoispäiviä

- Presidentinvaalit.
- Eduskuntavaalit.
- Kunnallisvaalit.

Koulujen kevätjuhla ja valmistujaispäivät.

3.5 Kriisiviestintä, lausunnot, haastattelut

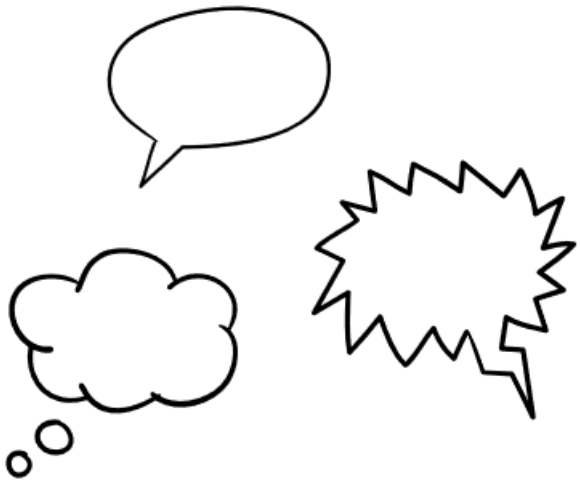
Kriisiviestintä ja lausunnot

Tilanteissa, joissa tarvitaan yhdistykseltä lausunto tai kannanotto tehdään päätökset yhdessä ja/tai hallituksen kanssa. Tärkeintä on muistaa, ettei kukaan lähde kommentoimaan mitään saman tien ja tunnekuohussa. Pysähdytään, harkitaan ja mietitään, kuka lausunnon antaa ja mitä kerromme.

Haastattelut

Haastatteluihin on hyvä valmistautua. Voit etukäteen kysyä haastattelijalta aiheet mitä haastattelussa käydään läpi. Voit myös pyytää kysymykset nähtäväksi etukäteen. Nämä ovat kuitenkin vain alustavat kysymykset, ja haastattelutilanteessa voi syntyä uusia kysymyksiä.

Haastattelun jälkeen voit pyytää nähtäväksi oman osuuteesi. Et voi itse ehdottaa tekstiin muutoksia, mutta asiavirheet tietenkin korjataan. Otsikot, väliotsikot ja kuvatekstit ovat sellaisia, ettei toimittaja näitä yleensä itse tee.



3.6 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median kautta oman kohderyhmänsä tavoittaa helpoiten, sillä suomalaisista 83 prosenttia käyttää sosiaalista mediaa (Digital 2023 Global Overview -raportti, joka on koostettu yhteistyössä Meltwaterin ja We Are Socialin kanssa).

Kanavan valinta

Sosiaalisen median kanavista eniten käytetään Facebookia ja Instagramia. TikTok on suosittu erityisesti nuorempien keskuudessa. Noin 80 prosenttia käyttäjistä ovat alle 34-vuotiaita. X on kokenut paljon muutoksia mutta on edelleen vakiintunut monien käyttöön.

Viittausliikennettä (eli minkä linkin kautta kävijöitä tulee sivuille) oli eniten Facebookista, mutta Instagram on kasvanut viime vuosina eniten.

Sosiaalisen median kanavissa tapahtuu usein muutoksia. Kannattaa seurata, mitkä kanavat ovat suosittuja ja mitkä alkavat jäämään pois käytöstä. Mutta erityisesti tulee miettiä sitä, missä omat kohde- ja sidosryhmät ovat. Lisäksi on hyvä ottaa huomioon, missä kanavassa viestintä sujuu heille helpoiten.

Vuorovaikutus

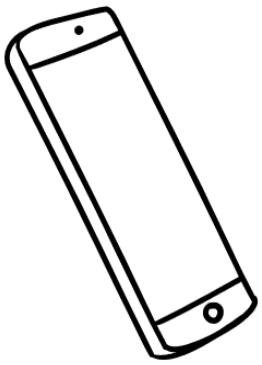
Sosiaalinen media ei ole tiedotuskanava vaan vuorovaikutuskanava. Kun päivitys on tehty, on syytä käydä vastaamassa kommentteihin. Myös kriittisiin kommentteihin on hyvä vastata. Kriittinen kommentti on huonoa mainosta, mutta siihen vastaamatta jättäminen kaksinkertaistaa huonon maineen. Hyvällä tavalla tehty vastaus voi päinvastoin muuttaa vaikutuksen myönteiseksi.

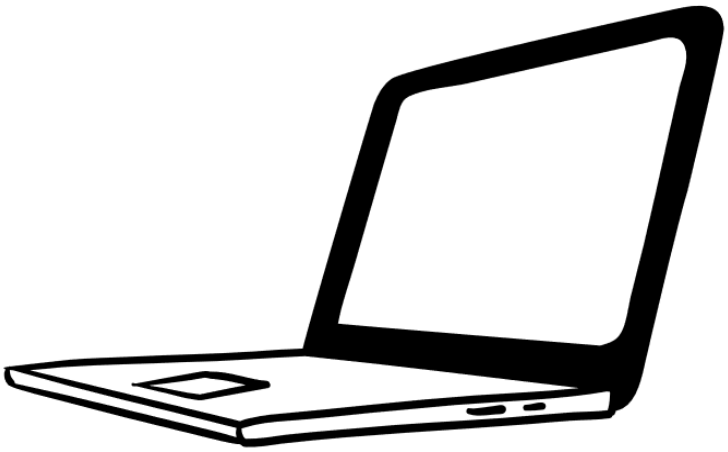
Vuorovaikutuksessa on muistettava, että kaikki sisältö somessa tulisi aina olla yhdistyksen arvojen mukaista ja tukea yhdistystä.

Helpoimpia tapoja hoitaa vuorovaikutusta somessa ovat live-lähetykset. Ne saavat keskimäärin kymmenen kertaa enemmän katsojia. Niistä tykätään ja niihin suhtaudutaan paljon armollisemmin.

Mitä yhdistys tekee somessa?

- Tiedottaa ajankohtaisista muutoksista ja uudistuksista.
- Mainostaa yhdistystä.
- Kertoo tulevista tapahtumista.
- Jakaa ihmisten kokemuksia.
- Kertoo toiminnasta.
- Vaikuttaa ja herättää keskustelua.
- Verkostoituu.
- On vuorovaikutuksessa:
    a. Tykkäämällä
    b. Kommentoimalla
    c. Jakamalla
    d. Keskustelemalla
    e. Seuraamalla





4. Avuksi viestintään

4.1 Miten tehdä somepäivitys?

Päivityksen pituus

Somessa ei pysähdytä lukemaan pitkiä tekstejä tai niistä luetaan vain alku. Käytä aikaa asiasi tiivistämiseen ja kirjoita pitemmät tekstit yhdistyksen blogiin. Vähemmän on enemmän. Yhdistyksen päivitysten ohjepituus on 5–10 lausetta.

Miten päivitys rakennetaan:

1. Herätä huomio ensimmäisellä lauseella.
2. Jatka ytimekkäästi.
3. Lopeta koukkulauseeseen.

”Lue lisää blogista.”

”Pysy kuulolla.”

”Mitä mieltä sinä olet?”

Muista myös nämä:

- **Ei toistoja.** Lue teksti ääneen itsellesi monta kertaa. Kiinnitä huomiota toistettuihin sanoihin ja tekstin sujuvuuteen.
- **Tarkista kielioppi** ja pyydä kollegaa tarkistamaan myös. Vinkki: kirjoita teksti ensin Word-tiedostolle. Tarkista, että oikoluku on päällä ja kielivalinta on oikea.
- **Käytä rivivälejä.** Älä kirjoita kaikkea yhteen putkeen.
- **Emojit ja hashtagit.** Voivat toimia päivityksessä todella hyvin, mutta tarkista niiden asiallisuus kollegoilta.
- **Tarkista päivityksen toimivuus paitsi tietokoneella myös kännykällä.** 95 prosenttia ihmisistä käyttää sosiaalista mediaa mobiililaitteella.

4.2 Vinkkejä kuvaamiseen

Valokuvat

Kiinnitä huomio valoon. Kaikista parhaiten toimii luonnonvalo sivusta tai kameran takaa.

Kokeile ottaa kuvia eri kuvakulmista.

Ota aina sekä pysty- että vaakakuvia.

Ota kuvat hyvällä kameralla, jossa on hyvä resoluutio, jolloin kuvista tulee tarkkoja.

Siirrä kuvat mieluiten sähköpostilla tai WeTransfer- verkkosivun kautta.

Voit tarvittaessa muokata kuvia. Tärkeimmät asiat ovat valotus ja rajaus. Kännyköissä on valmiiksi asennettuja toimivia kuvanmuokkausohjelmia. Myös esimerkiksi Instagramissa voit ennen kuvan julkaisua muokata kuvaa.

Videokuvaus

Ota aluksi selvää kuvaatko videot vaakana vai pystyyn.

Mieti, katsovatko videolla olevat kameraan vai ei.

Tarkista video heti kuvauksen jälkeen kuulokkeiden kanssa.

Huomioi nämä editointia varten:

- Kuvaa esineitä, tavaroita ja maisemia. (Matkalaukkuja, ruokapöytää, päivän ohjelmaa.) Näitä on helppo käyttää editointivaiheessa täytemateriaalina videoihin.
- Nauhoita ennen ja jälkeen puheiden tyhjää muutama sekunti.
- Ota kolmelta etäisyydeltä kuvaa; kaukaa, lähempää, läheltä.

4.3 Kuvapankki

Yhdistys kannustaa jokaista työntekijää ottamaan kuvia kuvapankkiin aina sopivissa tilanteissa. Kuvissa ei tarvitse näkyä tunnistettavia henkilöitä. Jos henkilö on tunnistettavissa, tulee pyytää kuvauslupa (liitteet 1–3). Kuvausluvat löytyvät myös intranetistä.

Henkilöiden lisäksi voi kuvata romanikulttuuriin sopivia tavaroita, huonekaluja, tauluja, astioita yms.

Romanit yhteiskunnassa ja arjessa:

- Romanivaatteita, koruja yms.
- Lääkärissä
- Neuvolassa
- Ostoksilla
- Päiväkodissa
- Koulussa
- Työelämässä
- Ulkona
- Liikkumassa
- Lukemassa
- Kahvipöydän äärellä
- Juttelemassa
- Matkustamassa
- Opiskelemassa
- Äänestämässä
- Töissä
- Työnhaussa
- Julkisissa
- Ihmisiä vauvasta vaariin

4.4 Kielenhuolto

Harjoitteleminen

Kirjoittaminen on taito, jossa voi kehittyä. On hyvä muistaa, että oikein kirjoittaminen voi olla hankalaa ammattikirjoittajillekin.

Omaa kielenhuoltotaitoa voi kasvattaa tekemällä netissä erilaisia testejä (lyhenteet, pilkut, yhdyssanat...)

Esimerkiksi Kotimaisten kielten keskuksen sivuilta löytyy hyviä testejä: https://www.kotus.fi/ohjeet/kieli-_ja_nimitestit.

Voit myös seurata somessa henkilöitä, jotka antavat vinkkejä kielenhuollosta. Näillä pienillä tavoilla omat taidot voivat kasvaa kuin huomaamatta.

Tarkistaminen

Huolimattomuusvirheitä voi sattua helposti, ja siksi kannattaa kaikki tekstit kirjoittaa Word-tiedostolle. Oikolukuohjelman käyttäminen auttaa jo pitkälle.

Joskus tekstin ääneen lukeminen voi auttaa löytämään kirjoitusvirheet ja huonosti kirjoitetut kohdat tekstistä. Wordissa on kätevä ”Lue ääneen” toiminto, joka löytyy ”Tarkista” -välilehdeltä.

Ennen julkaisemista kannattaa pyytää vielä kollegaa tarkistamaan teksti.

Oikeinkirjoitus

Voit tarkistaa sanojen oikeinkirjoituksen googlettamalla tai esimerkiksi Kielitoimiston sanakirjasta: https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/. Sieltä löytyy myös, miten sanat taipuvat.

4.5 Käyttäjätunnukset ja salasanat

Tälle sivulle voit kirjoittaa tarvitsemasi käyttäjätunnukset. Tietoturvasyistä säilytä salasanat erikseen. Käyttäjätunnukset ja salasanat ovat vain yhdistyksen ja hankkeiden työntekijöiden tietoon, ei harjoittelijoille.

Suomen Romaniyhdistys ry

Sosiaalisen median kanava	Käyttäjätunnus
Facebook	
Instagram	
YouTube	
X	

Au Mensa

Sosiaalisen median kanava	Käyttäjätunnus
Facebook	
Instagram	
TikTok	

4.6 Ohjeet tallennusmuotoihin

Tiedostojen nimeäminen

Nimeä tiedostot selkeästi niin, että nimi kuvaa tiedoston sisältöä mahdollisimman hyvin ja lyhyesti.

Esimerkki: Hanke X loppuraportti

Jos tiedostosta on olemassa useampia versioita, merkitse ne esimerkiksi numeroin (V1, V2, V3…)

Älä käytä sanoja kuten ”vanha”, ”uusi”, ”uudempi”.

Dokumentit

Kaikki intranetiin ladattavat dokumentit tulee tallentaa johonkin Microsoft Officen tukemista tiedostomuodoista.

- Tekstitiedostot .doc tai .docx (Word)
- Esitystiedostot .ppt tai .pptx (Powerpoint)
- Laskentataulukko .xls tai xlsx. (Excel)

Tiedostot, joita ei ole tarkoitettu muokattaviksi tallennetaan .pdf (portable document format) muodossa.

Kuvatiedostot

Suositeltu tallennusmuoto on jpg. / png. mutta myös Heic / Heif -muotoiset kuvatiedostot kelpaavat.

Valokuvat voidaan ottaa älypuhelimella, kameralla tai vastaavalla laitteella.

Suomen Romaniyhdistyksen verkkosivuilla toimivat lähtökohtaisesti parhaiten vaaka ja neliön muotoiset kuvat.

Instagramissa pysty tai neliön muotoinen kuva toimii parhaiten.

Facebookissa toimivat kaiken muotoiset kuvat.

Videotiedostot

Suositeltu tallennusmuoto on mp4, mutta myös .wmv -muotoiset videot kelpaavat.

Video voidaan kuvata älypuhelimella, tabletilla, videotallentimella, tietokoneella tai millä tahansa vastaavalla laitteella.

Resoluutio 720p.

Kuvataajuus: 25–30 fps.

Videot voivat olla joko pysty- tai vaakasuuntaisia.

Äänitiedostot

Suositeltu tallennusmuoto on mp3, mutta myös -wav -muotoiset äänitteet kelpaavat.

Äänite voidaan nauhoittaa älypuhelimella, tabletilla, tietokoneen mikrofonilla tai millä tahansa vastaavalla laitteella.

Lähteet

Aula, P. 2008. Kivi vai katedraali: Organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Infor oy. Helsinki.

Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. MIF Management Institute of Finland. Helsinki.

Kielitoimiston sanakirja 2024. Luettavissa: https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/. Luettu: 22.3.2024.

Meltwater & We are Social 2023. Digital 2023 Global Overview -raportti. Luettavissa: https://www.meltwater.com/en/2023-global-digital-trends. Luettu: 22.3.2024.

Muukkonen, T. Rokkanen, H. & Sirola-Korhonen, K. Yhdistyksen avaimet. Uudistettu painos 2023. Kansan Sivistystyön Liitto KSL ry. Helsinki. E-kirja. Luettu: 23.11.2023.

Opetushallitus 2024. Luettavissa: https://www.oph.fi/fi/ohjelmat/logot-ja-viestintaohjeet-erasmus-hankkeille. Luettu: 22.3.2024.

Suomen Romaniyhdistys ry 2022. Luettavissa: https://www.suomenromaniyhdistys.fi/. Luettu: 15.12.2023.

Walloroomedia 2024. Luettavissa: https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/. Luettu: 22.3.2024

Liitteet:

Liite 1: Suomen Romaniyhdistyksen kuvauslupa.

Suomen Romaniyhdistys ry

KUVAUS- JA JULKAISULUPA

2023

Suomen Romaniyhdistys ry:n järjestämillä leireillä, kerhoissa ja muissa tapahtumissa otetaan valokuvia ja videoita. Materiaalia voidaan käyttää Suomen Romaniyhdistyksen viestinnässä www-sivuilla, eri esitteissä ja mainoksissa, nuorisotoiminnan julkaisuissa, yhdistyksen Facebook-sivuilla ja muilla sosiaalisen median kanavilla sekä tiedotteissa ja lehdessä mm. toiminnan esittelyyn ja markkinointiin. Markkinoinnissa ja julkaisutoiminnassa suostumuksen antaja esitetään myönteisessä valossa.

☐ Annan suostumukseni kuvaukseen ja materiaalin julkaisuun

☐ En anna suostumustani kuvaukseen ja materiaalin julkaisuun

Allekirjoitus

Paikka ja päivämäärä

Liite 2: Suomen Romaniyhdistyksen kuvauslupa englanniksi.

Suomen Romaniyhdistys ry

Photo consent form

Finnish Roma Association takes pictures and videos in camps, clubs and other events. The material can be used in publishing in Finnish Roma Associations website, different flyers and advertisements, youth work publishing, in the associations Facebook page and other social media platforms. In marketing and publishing we always portray the licenser in positive light.

☐ I give my permission to take pictures and videos, and publish them in different platforms managed by the Finnish Roma Association.

☐ I do not give my permission to take pictures and videos.

Signature and name clarification

Date and place

Liite 3: Erasmus+ kuvauslupa.

Erasmus+ tai Euroopan solidaarisuusjoukot -ohjelmasta rahoitettuun *hankkeen nimi* -hankkeeseen osallistuneen henkilön kuvan julkaisulupa

Tällä asiakirjalla allekirjoittanut antaa suostumuksensa itseään tai alaikäistä lastaan esittävän kuvan/kuvien julkaisemiseen hankkeeseen liittyvässä viestinnässä. Hankkeen oman viestinnän lisäksi kuvaa/kuvia voidaan käyttää Opetushallituksen ja Euroopan komission viestinnässä, joka koskee hanketta tai hankkeen rahoittanutta ohjelmaa.

Suostumuksen antaminen on vapaaehtoista, ja sen voi peruuttaa koska tahansa.

Julkaisuoikeus myönnetään korvauksetta. Se koskee hankkeen, Opetushallituksen ja Euroopan komission kaikkia julkaisukanavia, kuten verkkopalveluita, painotuotteita sekä muuta tiedotus- ja esittelymateriaalia.

Kuvaa saa muunnella tarkoituksen edellyttämässä laajuudessa hyvän tavan mukaisesti. Kuvia ei käytetä kaupalliseen tarkoitukseen, eikä niitä luovuteta kolmannen osapuolen käyttöön (pois lukien hankkeen, Opetushallituksen ja Euroopan komission sosiaalisen median tilit) ilman erillistä sopimusta.

Kuvassa esiintyvän henkilön tiedot

Nimi

_____

Syntymäaika

_____

Tällä asiakirjalla allekirjoittanut antaa vakuutuksen, että hankkeella ja Opetushallituksella on oikeus käyttää kuva-aineistoa yllä mainituin ehdoin. Alle 18-vuotiaan osalta huoltaja allekirjoittaa julkaisuluvan.

Aika ja paikka Allekirjoitus ja nimenselvennys

_____ _____

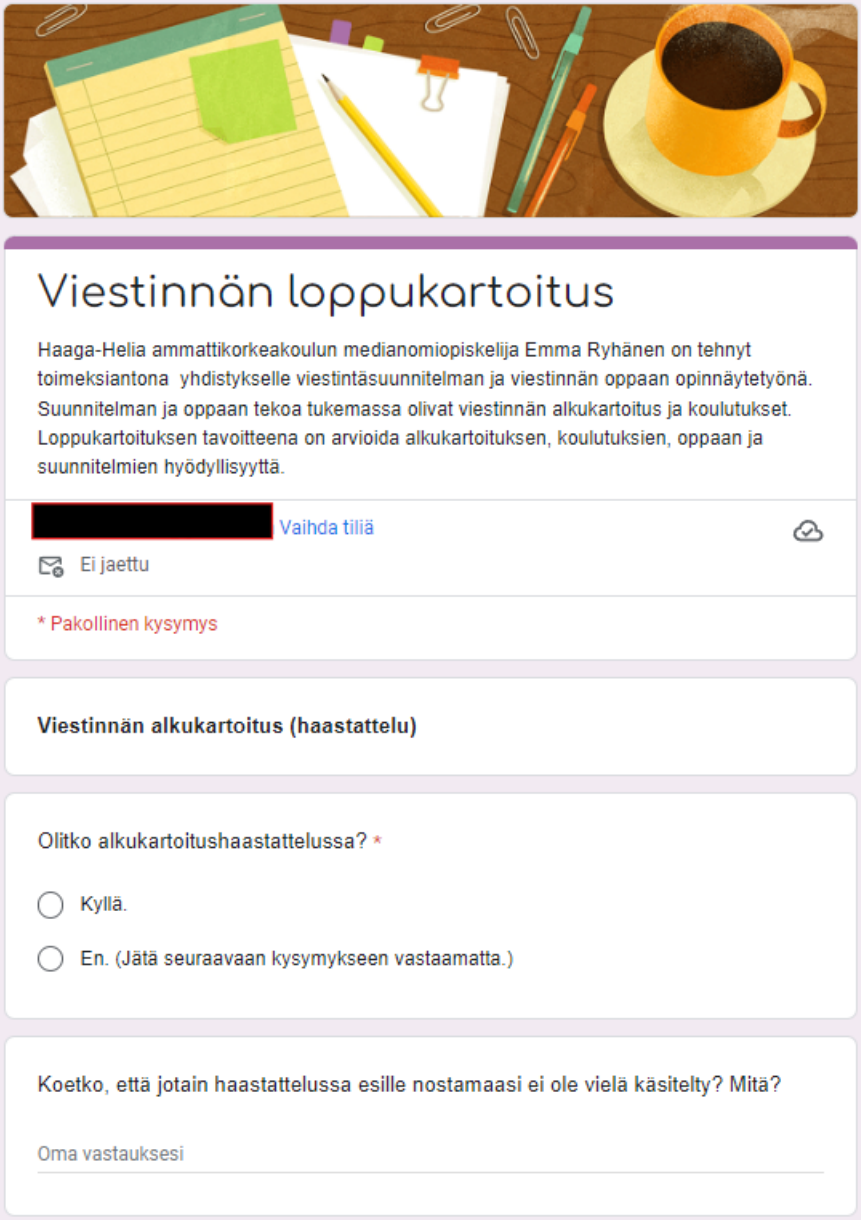
Puhelinnumero

_____

Sähköpostiosoite

_____

Liite 7. Loppukartoituksen kysymykset



Viestinnän loppukartoitus

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun medianomiopiskelija Emma Ryhänen on tehnyt toimeksiantona yhdistykselle viestintäsuunnitelman ja viestinnän oppaan opinnäytetyönä. Suunnitelman ja oppaan tekoa tukemassa olivat viestinnän alkukartoitus ja koulutukset. Loppukartoituksen tavoitteena on arvioida alkukartoituksen, koulutuksien, oppaan ja suunnitelmien hyödyllisyyttä.

[redacted] Vaihda tiliä

Ei jaettu

* Pakollinen kysymys

Viestinnän alkukartoitus (haastattelu)

Olitko alkukartoitushaastattelussa? *

- Kyllä.
- En. (Jätä seuraavaan kysymykseen vastaamatta.)

Koetko, että jotain haastattelussa esille nostamaasi ei ole vielä käsitelty? Mitä?

Oma vastauksesi

Viestinnän koulutukset

Viestinnän koulutukset olivat:

1. Mitä viestintä on ja miksi se on tärkeää?
2. Sisäinen viestintä.
3. Ulkoinen viestintä ja ohjeet viestintäsuunnitelman laatimiseen.
4. Työpaja: Some, kuvat ja visuaalisuus.
5. Viestintäsuunnitelman työstäminen.
6. Viestinnän vahvuudet -video ja oppaan jako.

Kuinka monessa viestinnän koulutuksessa olet ollut mukana? *

- ◯ Kaikissa tai lähes kaikissa.
- ◯ 3-4 kertaa.
- ◯ Vain 1-2 kertaa.
- ◯ En ole ollut koulutuksissa. (Jätä vastaamatta koulutus -osioon.)

Koitko koulutuksissa oppineesi jotain mikä auttaa työssäsi?

	1	2	3	4	5	
Kaikki asiat olivat jo tuttua.	◯	◯	◯	◯	◯	Opin todella paljon uutta.

Auttoivatko koulutukset sinua ymmärtämään työsi viestinnän roolia?

	1	2	3	4	5	
En vieläkään ymmärrä miten viestintää tehdään.	◯	◯	◯	◯	◯	Ymmärrän nyt oman työtehtäväni viestinnän roolin.

Viestintäsuunnitelmat

Jokaiselle Suomen Romaniyhdistyksen työntekijälle on jaettu SRY:n viestintäsuunnitelma. Työtehtävästäsi riippuen sinulle on voitu jakaa Sastipe tuken ja/tai Au mensan viestintäsuunnitelmat.

Oletko tutustunut viestintäsuunnitelmaan? *

- ◯ Kyllä.
- ◯ En. (Jätä vastaamatta tähän osioon.)

Oletko tarvinnut suunnitelmaa työssäsi?

- ◯ Kyllä.
- ◯ En.

Missä työtehtävissä suunnitelma voisi auttaa sinua?

Oma vastauksesi

Viestinnän opas

Oletko tutustunut viestinnän oppaaseen? *

- ◯ Kyllä.
- ◯ En. (Jätä vastaamatta viestinnän opas -osioon.)

Koetko oppaan selkeäksi?

	1	2	3	4	5	
En koe.	◯	◯	◯	◯	◯	Kyllä koen.

Onko opas mielestäsi helppo käyttöinen

	1	2	3	4	5	
Ei.	◯	◯	◯	◯	◯	Kyllä.

Koetko oppaan tarpeelliseksi työssäsi?

	1	2	3	4	5	
En.	◯	◯	◯	◯	◯	Kyllä.

Mitä oppaan osioista olet käyttänyt työssäsi? (Voit valita useita.)

- [ ] Mitä viestintä on?
- [ ] Viestintä yhdistyksessä.
- [ ] Viestintä romanikulttuurissa.
- [ ] Työyhteisöviestintä.
- [ ] Yhdistyksen sisäinen viestintä.
- [ ] Kotisivut.
- [ ] Rahoittajat.
- [ ] Viestinnän aikataulut.
- [ ] Tärkeät päivämäärät.
- [ ] Kriisiviestintä, lausunnot, haastattelut.
- [ ] Sosiaalinen media.
- [ ] Miten tehdä somepäivitys?
- [ ] Vinkkejä kuvaamiseen.
- [ ] Kuvapankki.
- [ ] Kielenhuolto.
- [ ] Käyttäjätunnukset ja salasanat.
- [ ] Ohjeet tallennusmuotoihin.
- [ ] Kuvausluvat -liitteet.

Mitkä oppaan aiheet koet tärkeimmäksi työsi kannalta? (Voit valita useita.)

- [ ] Mitä viestintä on?
- [ ] Viestintä yhdistyksessä.
- [ ] Viestintä romanikulttuurissa.
- [ ] Työyhteisöviestintä.
- [ ] Yhdistyksen sisäinen viestintä.
- [ ] Kotisivut.
- [ ] Rahoittajat.
- [ ] Viestinnän aikataulut.
- [ ] Tärkeät päivämäärät.
- [ ] Kriisiviestintä, lausunnot, haastattelut.
- [ ] Sosiaalinen media.
- [ ] Miten tehdä somepäivitys?
- [ ] Vinkkejä kuvaamiseen.
- [ ] Kuvapankki.
- [ ] Kielenhuolto.
- [ ] Käyttäjätunnukset ja salasanat.
- [ ] Ohjeet tallennusmuotoihin.
- [ ] Kuvausluvat -liitteet.

Viestinnän kehittäminen

Mitä yhdistyksen viestinnässä tulisi mielestäsi vielä kehittää? *

Oma vastauksesi

Vapaa sana: risuja, ruusuja ja ajatuksia. *

Oma vastauksesi

Lähetä

Tyhjennä lomake

Älä koskaan lähetä salasanaa Google Formsin kautta.

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä. Ilmoita väärinkäytöstä - Käyttöehdot - Tietosuojakäytäntö

Google Forms