

Anniina Korpi

JEE SARI – VERKKOPALVELUOPAS KARHUSEUDUN  
NUORILLE

Viestinnän koulutusohjelma  
2015

## JEESARI – VERKKOPALVELUOPAS KARHUSEUDUN NUORILLE

Korpi, Anniina  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Viestinnän koulutusohjelma  
Maaliskuu 2015  
Ohjaaja: Merimaa, Henry  
Sivumäärä: 38  
Liitteitä: 1

Asiasanat: nuoret, internet, verkkoviestintä, verkkopalvelut

---

Tämä opinnäytetyöprojekti oli Porin kaupungin nuorisoyksikön tilaama. Projektin tarkoitus oli luoda palveluopas Karhukuntien nuorille. Aiemmin paperisena ilmestynyt opas haluttiin nettisivuksi, koska silloin opasta on helpompi päivittää ja pitää ajan tasalla. Verkkomuotoinen palveluopas toimii mobiililaitteilla ja on kaikkien saatavilla. Palveluoppaan tarkoitus on helpottaa nuorta löytämään oikean auttavan tahon yhteystiedot samasta paikasta. Näin nuoren ei tarvitse selata useita verkkosivuja löytääkseen apua ongelmaansa.

Sosionomiopiskelija Anna Huhtanen keräsi tekstimateriaalin kuntien palvelujen tarjoajilta ja medianomiopiskelija, Anniina Korpi, toteutti nettisivut ja suunnitteli sivujen visuaalisen ilmeen. Noora Liuhonen, Porin kaupungin verkkonuorisotyöntekijä ja Anni Heikintalo, Porin kaupungin etsivä nuorisotyöntekijä toimivat opinnäytetyöohjaajina. Ryhmä kokoontui vuoden ajan noin joka toinen kuukausi.

Sivut tehtiin Wordpress-alustalle käyttäen BrickYard-teemaa. Väreiksi valittiin Satakunnan maakuntavärit eri sävyisinä ja fontit olivat osa Google Fonts:n tarjontaa. Palveluoppaan yhteydessä toteutettiin toinen nuorten sivu, joka keskittyi nuorten vapaa-aikaan ja nuorisotyöhön. Vapaa-ajan sivuista vastasivat Noora Liuhonen ja Aleksi Salminen. Sivut ovat samaa tuotepohjaa visuaalisesti.

Sivujen markkinointia varten luotiin maskotti-karhu, jota käytettiin molempien sivujen visuaalisuudessa ja mainoksissa. Nuoret saivat ehdottaa sivuille nimeä ja palveluoppaan nimeksi valittiin Jeesari. Markkinoinnissa hyödynnettiin sosiaalista mediaa. Karhu-maskotille luotiin oma Twitter- ja Instagram-tili ja sivuille tehtiin omat Facebook-sivut. Sivuja mainostettiin sosiaalisen median ja painetun materiaalin avulla. Julkaisutilaisuus järjestettiin 20.1.2015. Tilaisuuden jälkeen lähetettiin tiedote, josta paikallismedia teki uutisia.

Sivujen tulevaisuutta varten haettiin rahoitusta Opetusministeriöltä. Hankerahoituksella on tarkoitus palkata työntekijä, jonka toimenkuvaan kuuluu sivujen markkinointi, alueen nuorten kanssa toimivien kouluttaminen ja sivujen vakiinnuttaminen osaksi alueen palvelujen tarjoajien viestintää.

## JEESARI – WEB SERVICE GUIDE FOR YOUNG PEOPLE OF KARHU REGION

Korpi, Anniina

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in communication

March 2015

Supervisor: Merimaa, Henry

Number of pages: 38

Appendices: 1

Keywords: youth, internet, internet communication, internet services

---

This thesis project was ordered by the city of Pori youth work unit. The purpose of the project was to create a service guide for young people of Karhu region. The service guide was published in paper before. As a website, the guide is easier to update, it works on mobile devices and is available to all. Service Guide helps young people to find the right contact to get help. This way the young people do not have to browse through several websites to find right help for their problem.

Bachelor of social sciences, Anna Huhtanen, collected the text material from local providers and bachelor of communication, Anniina Korpi, created the website and designed the visual image. Noora Liuhonen, web youth worker of the city of Pori and Anni Heikintalo, youth worker of the city of Pori worked as thesis supervisors. The group met every other month for a year.

The pages are made using the WordPress platform and Brickyard theme. Colors were chosen from the colors of Satakunta region with a different shade and fonts were part of the Google Fonts. There was another website designed for young people which focused on young people's leisure time and youth work. It was made by Noora Liuhonen and Aleksi Salminen. Both websites are visually identical.

There was a mascot bear created for marketing, which was used in visuality and advertisements of both web sites. Young people had opportunity to suggest a name for the website. Service guide was named as Jeesari. Social media was used in marketing. The mascot bear had its own Twitter and Instagram account and the web sites had their own Facebook pages. The website was advertised with social media and printed materials. Jeesari was published in 1<sup>st</sup> of January 2015. After the publication event, the newsletter that was sent to the local media which made a few news about it.

The funding was applied from the Ministry of Education. The funding enables to hire an employee, whose job is to take care of the marketing, the training of the region's young workers and helping the service provides to get Jeesari to be a part of their communications.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	PROJEKTIN IDEA JA ALOITUS.....	6
2.1	Miksi palveluopas verkkoon.....	6
2.2	Palveluoppaan tarkoitus, kohderyhmä ja käyttäjäpersoona.....	7
2.3	Projektin rakenne ja sen materiaalin keruu.....	8
2.4	Benchmarking.....	10
3	SIVUT TYÖN ALLA.....	15
3.1	Ensimmäiset visuaaliset ja rakenteelliset suunnitelmat.....	15
3.2	Karhukuntien nuorten toiset nettisivut.....	16
3.3	Visuaaliset valinnat.....	17
4	SIVUJEN MARKKINOINTI.....	21
4.1	Maskotti.....	21
4.2	Nimikilpailu.....	22
4.3	Nuoret sosiaalisessa mediassa ja sosiaalinen media käyttö sivujen markkinoinnissa.....	24
4.3.1	Twitter	25
4.3.2	Instagram	25
4.3.3	Facebook	26
4.4	Logo, bannerit ja painettu mainosmateriaali.....	27
4.5	Opinnäytetyöstä työksi.....	30
5	SIVUJEN JULKAISU JA TULEVAISUUS.....	31
5.1	Julkaisutilaisuus ja mediaseuranta.....	31
5.2	Sivujen vastaanottaminen ja palaute.....	32
5.3	Hankerahoitus haussa.....	33
6	LOPUKSI.....	34
	LÄHTEET.....	36
	LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Olin 2013 vuoden kesällä tekemässä Porin kaupungin vapaa-aikaviraston nuorisoyksikölle Nuori Pori -lehteä. Verkkonuorisotyönohjaaja, Noora Liuhonen muisti minut tuolta ajalta ja kysyi minua mukaan Porin kaupungin tuottaman palveluoppaan uudistusprojektiin. Olen edelliseltä tutkinnoltani nuorisotyöntekijä (yhteisöpedagogi, AMK) ja tulevaltani medianomi. Alaa vaihtaessani tarkoitukseni ei ollut hylätä aiempaa osaamistani vaan ottaa se mukaan toiseen minua kiehtovaan alaan. Siksi halusin myös opinnäytetyöni yhdistävän nämä kaksi tutkintoa.

Sivujen tarkoitus on auttaa nuorta löytämään oikea auttava taho tai henkilö ilman, että hän joutuisi selaamaan useampia verkkosivuja. Sivut ovat voittoa tavoittelematon palvelu, joilta löytyy kaikki Karhukuntien nuorille suunnatut palvelut. Tarkoituksena oli luoda nettisivut, jotka keskittyvät tiedottamiseen ja saavutettavuuteen, ei sosiaalisuuteen tai viihteeseen kuten useat muut nuorten sivut.

Tässä opinnäytetyössä kerron projektin etenemisestä, valinnoista ja lopputuloksesta. Sosionomiopiskelija Anna Huhtanen keräsi tiedot kuntien palvelujen tarjoajilta opinnäytetyönään. Minä keskityn tässä opinnäytetyössäni sivujen visuaalisen ilmeen ja teknisen puolen suunnitteluun ja toteuttamiseen.

Aion kertoa millaisia visuaalisia valintoja tein ja miten otin kohderyhmän huomioon sivujen toteutuksessa. Kerron myös sivujen markkinoinnista sosiaalisen median avulla. Projekti kesti vuoden ja sivut julkaistiin 20.1.2015. Lopuksi kerron sivujen saamasta palautteesta ja sivujen tulevaisuudesta opinnäytetyöprojektin loppumisen jälkeen.

## 2 PROJEKTIN IDEA JA ALOITUS

### 2.1 Miksi palveluopas verkkoon

Porin kaupungin vapaa-aikaviraston nuorisoyksikkö julkaisi vuonna 2009 nuorille suunnatun palveluoppaan PDF-tiedostona ja tulostettuna versiona. 46 sivuinen selattava vihkonen koettiin epäkäytännölliseksi. Tietojen päivittäminen oli vaikeaa ja oppaasta tehtiinkin päivitetty tuloste vuonna 2011. (Nenonen 2009, 2-4.) Palveluopas haluttiin helposti päivitettäväksi, kaikkien nuorten saataville ja helppokäyttöiseksi.

Netti on nuorten mukana koulussa, harrastuksissa ja yhdessäolossa (Kotilainen & Rantala 2008, 22; Merilampi 2014, 23). Älypuhelimet ja -tabletit mahdollistavat netin kulkemisen nuoren mukana (Noppiari 2014, 5 & 8). Nuoret ovat tottuneita netin käyttöön jo lapsesta asti. Lasten mediabarometri 2013 -tutkimuksen mukaan 93 prosenttia 0-8-vuotiaista käyttää internetiä joskus, 59 prosenttia viikoittain ja kolmas osa päivittäin. Jo 0-2-vuotiaista 40 prosenttia käyttää nettiä viikoittain. (Suoninen 2014, 25.) Tämän vuoksi palveluoppaan on hyvä olla kaikkien nuorten saatavilla netissä.

Toisin kuin edeltäjänsä, verkkopalveluopas kokosi yhteen kaikki nuoria koskevat palvelut koko Karhukuntien alueelta. Karhukuntiin kuuluu tällä hetkellä yhdeksän paikkakuntaa: Pori, Ulvila, Huittinen, Nakkila, Harjavalta, Kokemäki, Luvia, Merikarvia ja Pomarkku (Porin Seutu Karhukuntien www-sivut 2014.). Nettipalveluopasta suunniteltaessa otettiin huomioon myös Lavian kuntaliitos Poriin vuoden 2015 alussa (Porin kaupungin www-sivut 2014). Kankaanpään palveluista otettiin osa mukaan oppaaseen, koska jotkut palvelut ovat Kankaanpään ja Karhukuntien yhteisiä.

## 2.2 Palveluoppaan tarkoitus, kohderyhmä ja käyttäjäpersoona

Palveluoppaan tarkoitus on kertoa kattavasti ja helposti Karhukuntien tarjoamista palveluista ja yhteystiedoista nuorille. Ajatuksena oli luoda sivut josta löytyy kaikki tärkeimmät yhteystiedot ja tahot samasta paikasta eikä nuoren tarvitse selata useampia nettisivuja läpi löytääkseen auttavan tahon. Toisen kohderyhmän muodostavat Karhukuntien nuorten kanssa työskentelevät tahot. He voivat hyödyntää sivuja nuorten neuvontatyössä.

Nuorisolaki määrittää nuoren iäksi 13-29 vuotta (Nuorisolaki 72/2006, 2§). Sivut on tarkoitettu tämän ikäisille nuorille Karhukunnissa asuville tai opiskeleville. Suurin osa oppaan kohderyhmästä kuuluu ikähaarukan loppupäähän. Palveluoppaan asiakkaat haluavat tietoa nopeasti ja helposti. Nuoret käyttävät internetiä sosiaaliseen kanssakäymiseen, itseoppimiseen, koulutehtäviin, pelaamiseen ja videoklippien katseluun (Kupiainen 2013, 9). Viihde ja vuorovaikutus houkuttelevat nuoria eniten. (Haltia-Nurmi & af Ursin 2013, 71). Toisin kuin nuorten suosimilla sivuilla, palveluoppaan tarkoitus ei ole viihdyttää tai luoda vuorovaikutusta. Sen päätarkoitus on informoida ja auttaa nuorta löytämään apua helposti suoraan oikealta henkilöltä. Sivut ovat voittoa tavoittelemattomia. Sivut ovat julkishallinnolliset ja tiedottavat, eikä niiden tarkoitus ole kerätä mahdollisimman paljon klikkauksia tai käydä kauppaa.

Verkkopalveluille voidaan luoda kuvitteellinen käyttäjäpersoona. Persoonan avulla on helpompi ymmärtää kohderyhmää ja pohtia sivujen suunnittelua käyttäjän näkökulmasta: mitä hän etsii sivuilta ja löytääkö hän etsimänsä. Tällaisessa menetelmässä persoonalle keksitään nimi, ikä, työpaikka tai koulu, kiinnostuksen kohteet ja harrastukset, tekniset taidot, jotain muuta sivujen käytön kannalta kiinnostavaa ja mitkä aiheet häntä voisivat kiinnostaa sivuilla. (Valtiovarainministeriö 2008, 31.) Tässä on esitettyä palveluoppaan käyttäjäpersoona (Kaavio 1):

<b>Nimi:</b>	Nella Nuori	
<b>Ikä:</b>	16-vuotias	
<b>Koulu/työ:</b>	Pääsi 9.luokalta viime keväänä. Hänellä ei ole nyt syksyllä opiskelu- tai työpaikkaa.	
<b>Kiinnostuksen kohteet ja harrastukset:</b>	Tykkää leipomisesta ja piirtämisestä. Tapaa kavereitaan, kun he pääsevät koulusta.	
<b>Tekniset taidot:</b>	Taitava netinkäyttäjä. Hänellä on älypuhelin, jolla selaa nettiä	
<b>Muuta:</b>	Jäi ilman opiskelupaikkaa. Häntä masentaa, kun kaikki kaverit ovat koulussa ja hän jää yksin kotiin. Asuu äitinsä kanssa, joka käy töissä.	
<b>5 aihetta, jotka häntä voisivat kiinnostavat palveluopas-sivuilla (kiinnostavin ensin):</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opiskelu → Winnova → Porin ammattistartti</li> <li>2. Työ → Työ- ja elinkeinotoimisto → Porin työ- ja elinkeinotoimisto</li> <li>3. Työ → Työpaja → Porin kaupungin työpaja</li> <li>4. Työ → Työtoiminta → Tuulta purjeisiin –hanke</li> <li>5. Päihteet ja mielenterveys → mielenterveys → Porin nuorten vastaanotto</li> </ol>	

Kuva: HomeAid NoVa, CC BY

Kaavio 1. Palveluoppaan käyttäjäpersoonana

### 2.3 Projektin rakenne ja sen materiaalin keruu

Projektin tavoite oli tuottaa palveluopas nuorille yhteistyönä Porin kaupungin nuorisotyön, kahden Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijan ja Karhuseudun



nuorten palvelujen tarjoajien kanssa. Saavutettavuus ja informoivuus ovat sivujen päättehtävät.

Projektissa mukana olivat minun lisäksi: minun opinnäytetyöohjaajani ja Porin kaupungin verkkonuorisotyöntekijä Noora Liuhonen, Satakunnan ammattikorkeakoulussa sosionomiksi opiskeleva Anna Huhtanen ja hänen opinnäytetyöohjaajansa ja Porin kaupungin etsivänä nuorisotyöntekijänä toimiva Anni Heikintalo.

Anna Huhtanen vastasi tekstimateriaalin keräämisestä ja tuottamisesta opinnäytetyönään. Hänen tehtävänä oli kerätä palvelujen tarjoajien haluamat tiedot sivuja varten. Työnjaon vuoksi keskityn omassa opinnäytetyössäni pääasiassa sivujen toteuttamiseen, visuaalisuuteen ja käytettävyyteen.

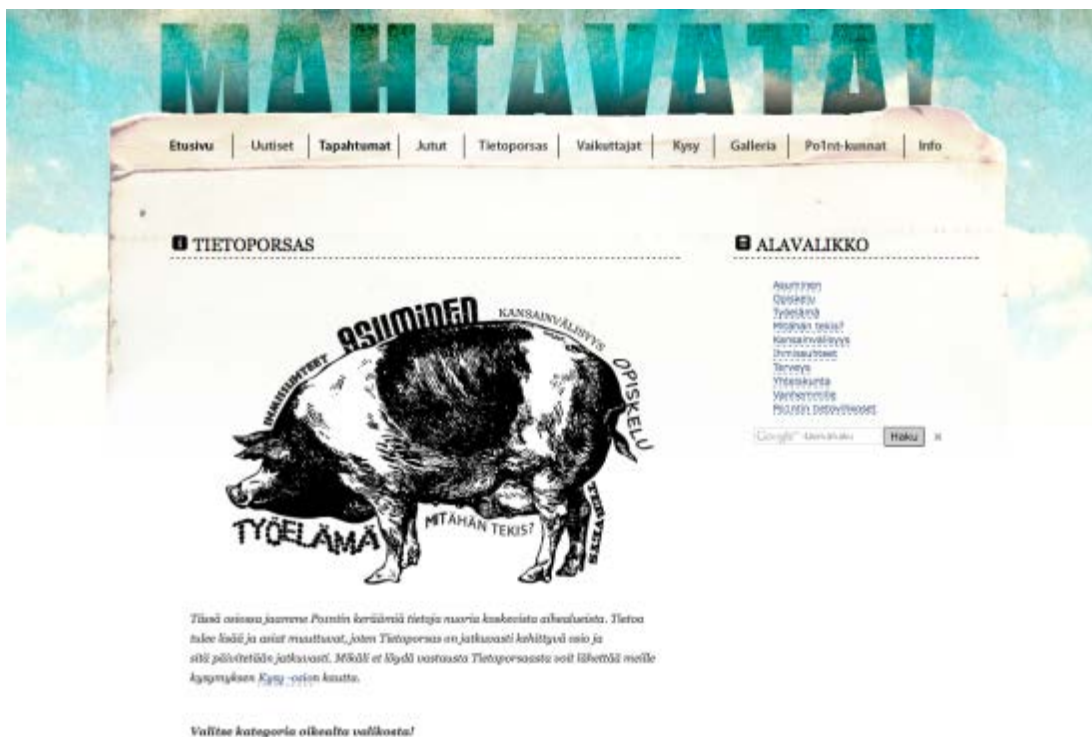
Huhtanen lähetti sähköpostilla ohjeet tekstin kirjoittamiseen kymmenille eri tahoille. Osalta hän sai vastaukset sähköpostitse, osaan Huhtanen oli yhteydessä useammankin kerran sekä sähköpostitse että puhelimitse saadakseen tiedot. Vastaamatta jättäneiden tahojen yhteystietoja Huhtanen pyrki etsimään netistä. Hän jaotteli materiaalit pääteemoihin sekä keräsi ja kirjoitti itse aiheutunnistesanoja, joita käytetään sivuilla helpottamaan hakua ja hallintaa. Huhtanen lähetti keräämänsä materiaalit minulle elokuun lopulla. Hän sai opinnäytetyönsä valmiiksi marraskuussa ja valmistui sosionomiksi joulukuussa.

Projekti aloitettiin tammikuussa 2014. Me neljä tapasimme noin kahden kuukauden välein pohtimaan sivujen sisältöä ja etenemistä. Kesällä tapasimme kaksi kertaa, jonka aikana Huhtanen keräsi tekstimateriaalit. Syksyllä Huhtanen keskittyi kirjoittamaan opinnäytetyön raporttiosaa ja osallistui muutamiin suunnittelupalaveriin. Sen lisäksi Noora Liuhonen, Anni Heikintalo ja minä kokoonnuimme keskustelemaan sivujen ulkoasusta ja teknisestä puolesta. Marraskuussa pidimme viimeisen palaverin yhdessä, jolloin sivut alkoivat jo olla päällisin puolin valmiit. Tapasin Liuhosta joulukuussa muutaman kerran liittyen muutamiin teknisiin puoliin. Sivut julkaistiin tammikuussa 2015, jonka ajankohdan olimme sopineet jo syksyllä.

## 2.4 Benchmarking

Ensimmäisessä palaverissa keskustelimme sivujen ideasta ja tarkastelimme toisten paikkakuntien ja järjestöjen ylläpitämiä palveluoppaan kaltaisia sivuja. Kirjoitin ylös yhdessä pohdittuja hyviä puolia, joita voisimme harkita ja huonoja puolia, joita välttää omilla sivuilla. Tällaista menetelmää kutsutaan benchmarkingiksi, joka voidaan suomentaa nimellä vertailukehittäminen. Benchmarking-menetelmässä kerätään muiden samankaltaisten palvelujen tarjoajien tietoja ja taitoja, joista voidaan oppia uutta ja soveltaa omaan palveluun. (Vuorinen 2013, 118-119.)

Ensimmäisenä katselimme Savon alueen nuorille suunnattua Po1nt - nuorten portaalia. Aihealueet oli jaoteltu hyvin. Sivulla oli myös oma maskotti, Tietoporsas (Kuva 1.). (Poin1nt - nuorten portaalin www-sivut 2014.)



Kuva 1. Po1nt -nuorten portaali

Espoon kaupungin ylläpitämä Nuorten tieto- ja neuvontapiste yESBOx (Kuva 2.) on upotettu kaupungin omille sivuille (Espoon kaupungin www-sivut. 2014). Karhuseudun palveluoppaan olisi mahdollista laittaa Porin kaupungin sivuille, mutta koimme, että kaupungin omat sivut ovat kankeat, vanhanaikaiset ja liian virallisen

näköiset houkuttelemaan nuoria käyttäjiä. YESBOx-sivut on sijoitettu Kulttuurin ja liikunnan alle, joka on mielestämme harhaanjohtavaa. Kuten yESBOx, Karhuseudun palveluopas hukkuisi liian monen linkin taakse kaupungin omilla sivuilla, jolloin se olisi vaikea löytää.

The screenshot shows the website for 'Nuori Espoo'. At the top, there are language options (På svenska, In English, Muut kielet) and social media icons. The main header features the 'ESPOO ESBO' logo and a large banner with the text 'Mikä meininki? #nuoriespoo' over a photo of people in a field. Below the banner is a search bar and a navigation menu with tabs for 'Etusivu', 'Sosiaali- ja terveyspalvelut', 'Kulttuuri ja liikunta', 'Päivähoito ja koulutus', 'Asuminen ja ympäristö', 'Työ ja yrittäminen', 'Espoon kaupunki', and 'Asiat verkossa'. The 'Kulttuuri ja liikunta' tab is selected. The main content area is titled 'Nuorten tieto- ja neuvontapiste yESBOx' and contains text about services for young people, including a Facebook event link. A sidebar on the left lists various services like 'Kirkasto', 'Kulttuuri', 'Nuorisot', and 'Tietoa ja neuvontaa'. A right sidebar contains contact information and a Facebook icon.

Kuva 2. Nuorten tieto- ja neuvontapiste yESBOxin sivut

Turun nuorten tieto- ja neuvontapalvelujen Pointti-sivuilla (Kuva 3.) teemojen jaottelu on tehty tuplana vasempaan sivupalkkiin: sekä kuntien että palvelujen teemojen mukaan. Valitsemalla kunnan, käyttäjä saa näkyviin vain oman kuntansa tarjoamat palvelut ja palvelun teemaa klikkaamalla saa näkyviin alueen yhteiset palvelut. (Turun Pointin www-sivut 2014.) Tämä saattaa olla käyttäjälle harhaanjohtavaa, jos hän ei tiedä kuuluuko haettu palvelu oman kunnan sisäisiin vai koko alueen yhteisiin palveluihin.

The screenshot shows the 'Nuorten Turun Pointti' website. At the top, there's a header with the 'Turku Pointti' logo and navigation links for 'Pä suomeksi' and 'in English'. Below the header, there's a search bar and a date 'Tänään on lauantai 29.11.2014'. The main content area is divided into several sections: a welcome message for the 'NuortenTurun Pointti-sivuille', a 'Kysy Nuorten Turun työntekijöiltä' section with a question mark icon, and an 'Ajankohtaista' section with two articles. The left sidebar contains a 'Valitse kunta' menu with a list of municipalities and a 'NuortenTurku' section with various service links. The bottom right corner features a 'Nuorisotilat Turussa' section.

Kuva 3. Nuorten Turun Pointti-sivut

Pidimme Oulun kaupungin Nuorten tieto- ja neuvontakeskus Napin ylläpitämästä NettiNappi-sivuista (kuva 4.) (NettiNapin www-sivut 2009-2011). Sivut olivat laajat ja opastavat. Teemojen jaottelu oli kattava ja se oli tehty palveluittain. Saimme teema-aiheista vinkkejä palveluoppaaseen.

OULU Oulun kaupunki | City of Oulu

NettiNappi®

ETUUVU YHTEYSTIEDOT HAKU

TIETOALUE NUORTEN KANAVA PULMAKULMA NUORISOTIEDOTUS NUORISOTIEDON KIRJASTO KYSY HEI!

Opiskelu  
Työelämä  
Yrittäjyys  
Raha-asiat  
Asuminen  
Vapaa-aika  
Mieti apua?  
Rakkaus ja seksi  
Hyvinvointi  
Laki nuorelle  
Osallisuus  
NettiNappi  
Maailmalle  
NettiNappin kehittämishanke

**TIETOALUE**

Onko sinulla huolia ja murheita raha-asioissa, askarruttaako opiskelu tai työelämä? NettiNappin tietoaalueelta löydät tietoa opiskelusta, asumisesta, työelämästä, rakkaudesta, seksistä ja muista nuorta askarruttavista asioista.

SIIRRY TIETOALUEELLE »

**Nuorten kanavalla**

Käyttäjät: Nappi, 18.06.2014 11:20  
Selonki-koimituksen toiminta loppunut →

Käyttäjät: Mika, 30.04.2014 08:07  
Lasten ja nuorten kaupunkikokous 6.5.2014  
Ritaharjun monikulttuurisella →

Käyttäjät: Mika, 21.05.2012 11:09  
Kaupunkikokous myönsi rahaa Yli-tilin kiertotulomaksuun, Oulunlahden rannan kunnostukseen ja Kalliojärven aistan maastamiseen →

Käyttäjät: Noora, 22.05.2012 13:56  
Kaupunkikokous oli kahden kaupunkikuvan koulutuksen, Wäskä-talontaan ja Oulun koulujen liikuntavälineiden rittävyyteen →

Käyttäjät: Mika, 26.04.2012 15:13

**Ajankohtaista »**

- Lakiesipäivystys aikoo Byströmin nuorten palvelussa joulukuussa
- Koulutusneuvvoja tavoitella Nuorten tieto- ja neuvontakeskus Napissa marraskuussa perjantain klo 13-15
- Oulun nuortovaakeri 2014 ehdolleasetussuoraksi jatkuu 21.11. asti. Ehdolle voivat asettaa vuosina 1995-1999 syntyneet nuoret.
- Nuorten tieto- ja neuvontakeskus Nappi sekä Byströmin nuorten palvelut avoinna maanantaina 3.11. ja 10.11. pöytäkokouksellaan klo 9-13.30

**Tapahtumat »**  
No events to show

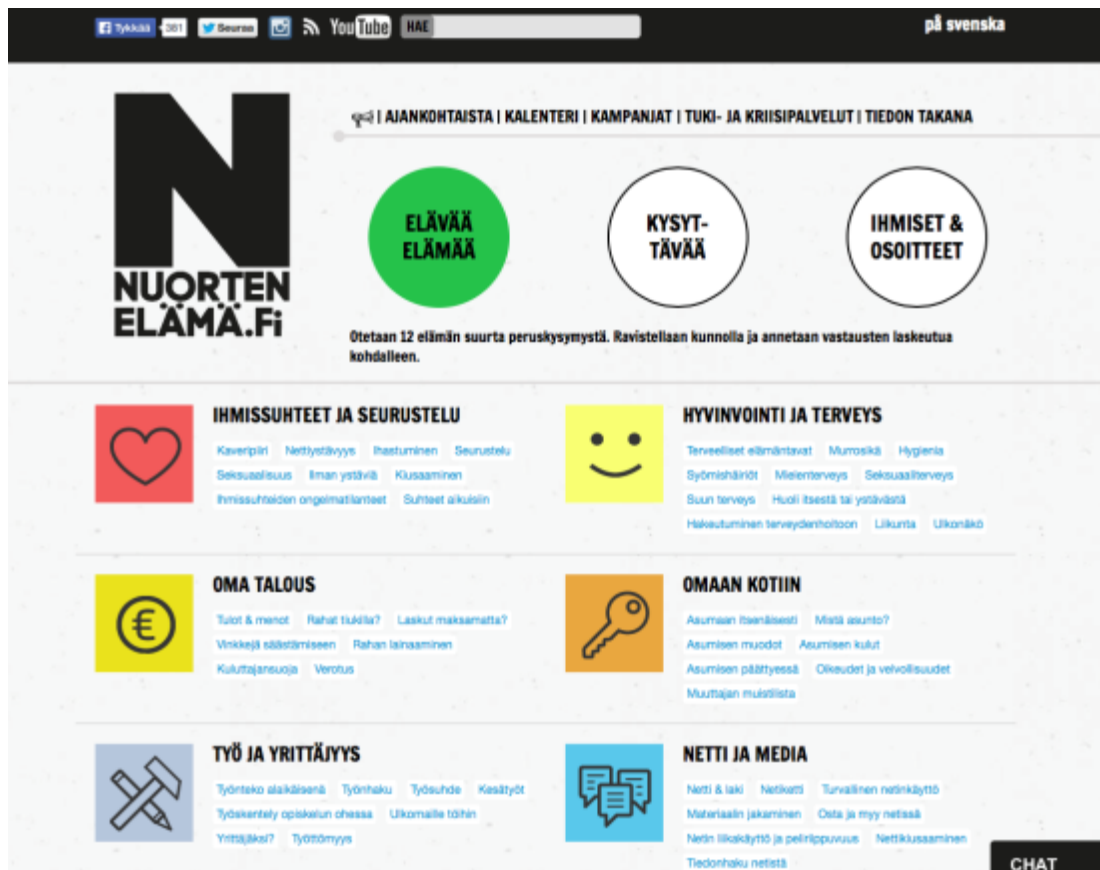
Kuva 4. Oulun kaupungin NettiNappi

Lapin Nuorisoportaali LaNutu (Kuva 5.) oli mielestämme visuaalisesti kiinnostavan näköinen. Myös näillä sivuilla kehoitettiin käyttäjiä valitsemaan ensin kunta ja vasta sen jälkeen palvelu (LaNutin www-sivut 2014).

The screenshot shows the LaNuti website interface. At the top, there is a logo for LaNuti and a search bar. Below the logo is a navigation menu with the following items: ETUSIVU, VALITSE KUNTA!, TIETOPALVELUT, KYSY, NUORET VAIKUTTAJAT, LINKIT, YHTEYSTIEDOT, TAPAHTUMAKALENTERI, LANUTI-ASIAINTUNTUVERKOSTO, ETSIVÄ NUORISOTYÖ, and NUORTEN YRITTÄJYYS. The main content area features a large banner image of a group of young people at a meeting, with the text 'LANUTI-verkosto' and 'Nuorten palvelut kuntoon Lapissa Monialaiset ohjauk- ja palveluverkko'. Below the banner are four sections: 'LaNuti?', 'Valitse kunta', 'Ajankohtaista', and 'Nuorisotyö pelaa'. The 'Valitse kunta' section lists various municipalities in Lapland, and the 'Ajankohtaista' section lists recent events.

Kuva 5. Lapin nuorten tieto- ja neuvontapalvelu LaNuti

Viimeisenä katselimme Nuortelämä.fi-sivuja (Kuva 6.). Nuortelämä-sivut ovat valtakunnalliset ja sitä ylläpitää Nuorten tieto- ja neuvontatyönkehittämiskeskus Koordinaatti (Nuortelämän www-sivut 2014). Ulkoasu miellytti meitä kaikkia. Väreillä ja symboleilla jaotellut kategoriat helpottavat käyttäjää löytämään tietoa laajasta materiaalmäärästä.



Kuva 6. Nuortenelämä.fi-sivut

### 3 SIVUT TYÖN ALLA

#### 3.1 Ensimmäiset visuaaliset ja rakenteelliset suunnitelmat

Aluksi suunnittelimme, että käyttäjä voisi ensimmäisenä valita paikkakuntansa ja vasta sen jälkeen tarvitsemansa palvelun tiedot kuten monilla muilla nuorten neuvontasivuilla havaitsimme. Päädyimme kuitenkin jakamaan materiaalit yhdeksään pääryhmään: opiskelu, sosiaalipalvelut, työ, raha, terveys, päihteet ja mielenterveys, erityisnuorisotyö, rikos ja yhdistykset. Materiaalin keruun jälkeen lisäsimme Seksi-painikkeen, koska aihe saattaisi kiinnostaa nuoria. Teema löytyi myös muilta palveluoppaan kaltaisilta sivuilta, kun kävimme niitä läpi. Harrastusjärjestöt ja muut vapaa-ajan organisaatiot rajattiin pois, koska Porin kaupungin ylläpitämä harrastusrekisteri netissä ja vuosittain ilmestynvä Nuori Pori -lehti kokoavat alueen harrastukset yhteen. Rajasimme pois myös tiedot, joita käyttäjä

luultavammin lähtisi ensisijaisesti etsimään Googlen avulla, esimerkiksi uimahallin aukioloajat. Halusimme sivujen keskittyvän tietoihin, joita nuorella saattaa olla vaikeuksia löytää; suoranumero oikealle auttajalle, ei keskusnumeroa. Pois jäi myös muutamia palveluja, joihin tarvitaan ensin lähete toiselta palveluntarjoajalta.

Palveluteeman sisällä käyttäjä voi valita paikkakunnastaan löytyvät palvelut käyttämällä suodatinta. Esimerkiksi, jos käyttäjä haluaa nähdä vain ulvilalaisten hammaslääkärien yhteystiedot, hän voi klikata Terveys-painikkeen alavalikosta löytyvää Hammashuoltoa ja sieltä yläreunassa olevaa "Hammashuolto Ulvila"-painiketta, jolloin näkyviin tulevat vain Ulvilasta löytyvät hammaslääkärit. Päädyimme tähän valintaan, koska nuori etsii palveluita ensisijaisesti ongelmansa mukaan, ei paikkakunnan mukaan. Kaikkia palveluita ei myöskään löydy jokaiselta paikkakunnalta. Esimerkiksi ravitsemusterapeutti löytyy vain Porista. Jokainen palvelu kirjoitettiin erillisenä artikkelina, jotta suodatin toimisi toivotulla tavalla.

### 3.2 Karhukuntien nuorten toiset nettisivut

Suunniteltavien palvelusivustojen lisäksi toteutettiin myös toiset Karhukuntien nuorille suunnatut nettisivut. Porin kaupungin nuorisoyksiköllä on ollut omat nettisivut nimellä tiäksää.fi. Palveluoppaan yhteydessä luotiin uudet nuorisotyöhön liittyvät sivut, jotka laajenevat koskemaan kaikkia Karhukuntien nuorisotyön yksiköitä. Näin jokaisella kunnalla ei olisi omia nuortensivuja ylläpidettävänä ja päivitettävänä vaan sivuista huolehditaan yhdessä. Seutukunnallinen yhteistyö palvelee myös nuoria, jotka haluavat hyödyntää lähipaikkakuntien tarjontaa oman paikkakuntansa lisäksi.

Sivujen toteuttamisesta vastasivat Noora Liuhonen ja projektityöntekijä Aleks Salminen. Näiltä sivuilta löytyy nuorisotyöhön liittyvät paikka- ja yhteystiedot sekä vapaa-aikaan kohdistuvat vinkit. Siksi niitä ei laiteta palveluopassivuille. Liuhonen ja Salminen antoivat minulle vapaat kädet suunnitella palveluoppaan ulkoasun ja he suunnittelisivat nuorisotyön sivuille samankaltaista visuaalisuutta sen mukaan pienillä eroavaisuuksilla. Ulkoisesti sivut ovat ikään kuin samaa tuoteperhettä,

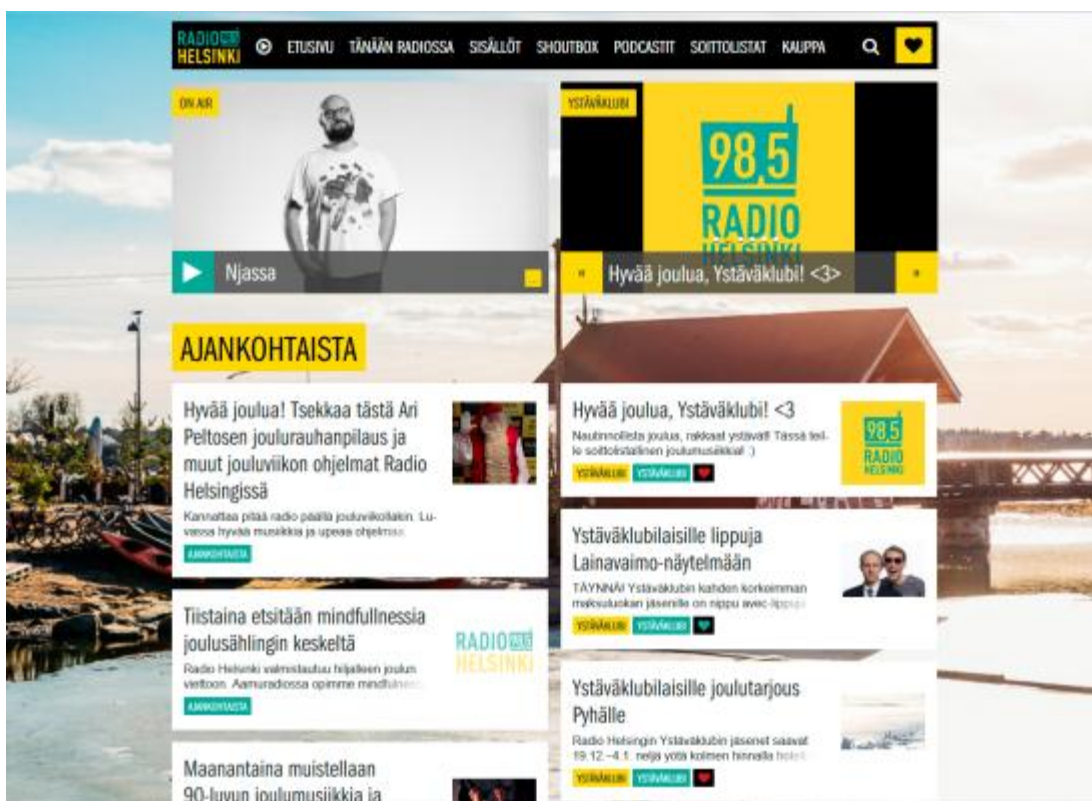


sisältö- ja käyttötarkoituksen ollessa eri. Toisiinsa liittyviä tuotteita kutsutaan tuoteperheeksi (Kotimaisten kielten keskuksen www-sivut 2014).

Sovimme toisessa palaverissa, että molemmat sivut toteutetaan Wordpress-alustalle. Se on sekä minulle että Liuhoselle ennestään tuttu sisällönhallintasivusto. Liuhonen loi Wordpress-alustan ja –tunnukset minulle, jonka jälkeen aloin rakentamaan sivuja. Sain myös tunnukset nuorisotyön sivuille, jotta voisin seurata niiden kehittymistä ja ottaa vinkkejä liittyen esimerkiksi lisäosien käyttöön.

### 3.3 Visuaaliset valinnat

Pidän valokuvataustaisista nettisivuista, joissa on selkeä yläpalkki ja tekstimateriaali on sijoitettu taustan päälle erillisissä tekstilaatikoissa. Radio Helsingin nettisivut (Kuva 7.) kuvastavat parhaiten ajatuksiani ja värimaailmakin osui yhteen ideoideni kanssa (Radio Helsingin www-sivut 2014).

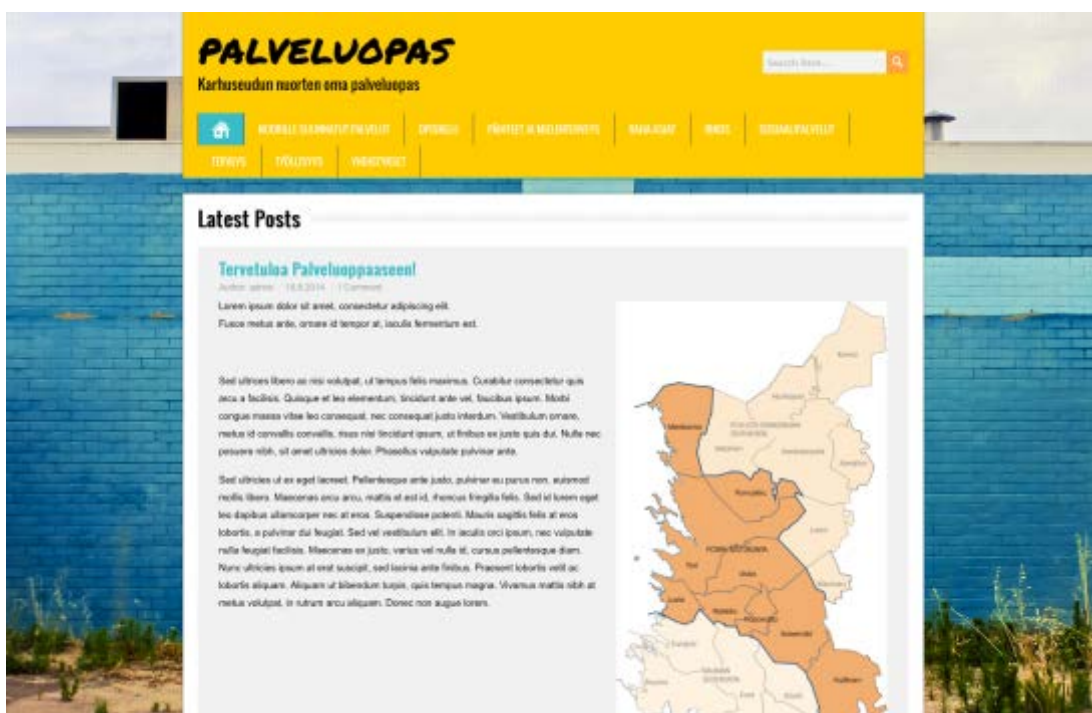


Kuva 7. Radio Helsingin nettisivut

Tein ensin Photoshopilla sivulayoutin (Kuva 8.), jonka hyväksytin palaverissa. Etsin Wordpressin sivuteemoista ideoihini sopivan teeman, ja päädyin Tomas Tomanin kehittämään BrickYard-teemaan (Kuva 9.) (Wordpressin www-sivut 2014). Teema on ilmainen ja riittävän muokattavissa haluamaani tyyliin. Se toimii mukautuvasti eri laitteilla, joka on tärkeää mobiililaitteiden suosion vuoksi.



Kuva 8. Ensimmäinen layoutsuunnitelma Photoshopilla



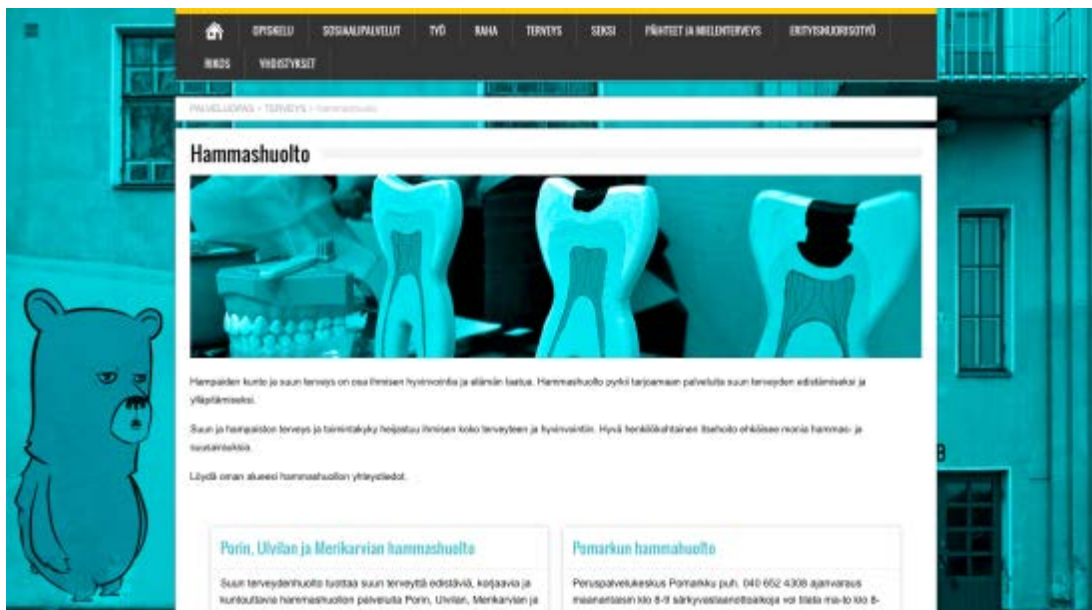
Kuva 9. Toinen layoutsuunnitelma Wordpress-teemalla

### 3.3.1 Kuvitus ja värit

Satakunnan maakuntavärit ovat sininen ja keltainen (Satakuntaliiton www-sivut 2014). Koska kohderyhmään kuuluvat satakuntalaiset nuorten, halusin tehdä väreistä hieman ”nuorekkaammat”. Päädyin pääväreissä turkoosiin ja keltaiseen. Turkoosi on rauhoittava, herkkä, ystävällinen ja rentouttava väri. Keltainen mielletään iloiseksi ja masennusta ehkäiseväksi väriksi (Rihlama 1997, 108-109.) Värien symboliset merkitykset sopivat palveluoppaaseen, jonka käyttäjä saattaa olla ongelmansa vuosi ahdistunut, levoton tai alakuloinen.

Sininen koetaan etäiseksi ja keltainen kohti tulevaksi (Rihlama 1997, 108-109). Sen vuoksi laitoin sinisen värin tausta- sekä yläteemojen kuviin (Kuva 10.) ja keltaisen värin logopalkkiin. Keltainen väri oli aluksi myös ylävalikossa (Kuva 9.), mutta valkoinen teksti ei erottunut siitä. Päädyin BrickYard-Wordpress -teeman tarjoamaan tummanharmaaseen sen kontrastisuuden vuoksi, joka auttaa hahmottamaan elementtejä ja helpottaa luettavuutta. (Arnkil 2007, 94-96 & 147.)

Taustakuva on Aleksii Salmisen ottama. Laitoin kuvaan teemasinisen värin ja muokkasin siihen mukaan sivujen maskotti-karhun, josta kerron myöhemmin lisää. Noora Liuhonen valitsi teemakuvat Porin kaupungin henkilökunnan intrasta, Patarummusta, löytyvästä kuvapankista sekä omista kuvistaan.



Kuva 10. Terveys-sivun teemakuva ja taustakuva

Piirsin etusivulle teeman mukaisella sinisellä karttakuvan (Kuva 11.), jossa näkyy kaikki Karhukunnat. Kartan avulla voi tarkistaa mitkä kunnat kuuluvat sivuihin. Kartassa on myös huomioitu 1.1.2015 Poriin liittynyt Lavia.



Kuva 11. Karttakuva Karhukunnista

### 3.3.2 Fontit

BrickYard-Wordpressteema tarjoaa 220 Google fonttia, joista valitsin otsikkofontiksi Oswaldin ja leipätekstifontiksi Arialin. (Wordpressin www-sivut 2014). Oswald-fontti on Vernon Adamsin suunnittelema päätteetön fontti, joka toimii sekä tietokoneen näytöillä että mobiililaitteilla (Google Fonts www-sivut 2014).

Arial on suosittu päätteetön fontti, jota käytetään sekä digitaalisissa että painetuissa teksteissä. Robin Nicholas ja Patricia Saunders suunnittelivat tämän fontin vuonna 1982 IBM:lle. Fontti nousi suosioon Microsoftin ansiosta, joka otti fontin käyttöönsä vuonna 1992 Windows 3.1 varten (Fonts www-sivut 2014.).

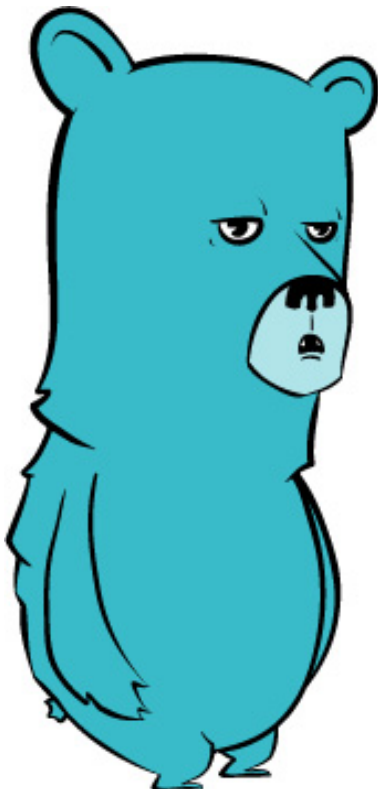
Molemmat fontit miellyttivät minua helppolukuisuudellaan ja selkeydellään. Koska palveluopas on suomenkielinen sivusto, fonttiperheestä täytyy löytyä myös ääkköset. Sekä Oswaldista että Arialista löytyvät nämä. Molemmat fontit ovat ilmaisia ja niitä voi käyttää vapaasti myös mainontaan (Google Fonts www-sivut 2014).

## 4 SIVUJEN MARKKINOINTI

### 4.1 Maskotti

Sivujen maskotti on Aleks Salmisen suunnittelema ja toteuttama. Maskotti, ”perseeseen ammuttu karhu”, on asenteeltaan negatiivinen ja se neuvoo nuoria tekemään päinvastoin kuin palvelun tekijät toivovat. Maskotin asenne ja olemus muistuttavat satakuntalaista mentaliteettia ja teiniangstia eli nuoren kehitykseen liittyvää negatiivisuutta. Karhu on tyyliltään sarjakuvamainen ja toistaa sivujen teemaväriä, turkoosia. Hahmon sanonnat on kirjoitettu porilaisten nuorten murteella puhekuplaan, ja nuoret saavat itse ehdottaa, mitä karhu voisi sanoa. Mainonnan sloganina käytetään lausetta: ”Älä kuuntele karhua” (Kuva 12. ja Kuva 15.). Sloganilla kannustetaan jättämään passiivisuus ja kannustetaan osallistumaan mukaan toimintaan ja etsimään tietoa. Ajatus maskottiin lähti vastaavankaltaiselta

irlantilaiselta nuorten sivustolta SpunOutista löytyvästä ”Ditch the Monkey”-animaatioista, jossa apina yrittää houkutella nuoria negatiivisuuteen ja passiivisuuteen. (SpunOutin Ditch the Monkey -animaation www-sivut 2015).



Kuva 12. Aleks Salminen suunnittelema yrmeä maskotti-karhu

#### 4.2 Nimikilpailu

2014 syksyllä järjestettiin nimikilpailu, jossa nuoret saivat ehdottaa molemmille sivuille omaa nimeä. Aleks Salminen teki nimikilpailusta julisteen (Kuva 13) ja Facebook-kuvan. Vastauksia kerättiin niin sähköisesti kuin paperilapulla nuorten tapahtumissa. Vastauksia tuli kymmeniä.



**KEKSI NIMET JA VOITA LEFFALIPPUJA**

Kilpailussa etsitään uutta nimeä kahteen sivustoon:

1. Sivustolla jaetaan tietoa, uutisia ja ajankohtaisia asioita nuorille. Nuoret voivat myös itse osallistua sivuston tekoon ja päivittämiseen. Ensimmäiseksi keksitään nimi ja osoite, joten osallistu kilpailuun!\*
2. Sivustolle tuotetaan myös opas, jossa esitellään erilaisia nuorille suunnattuja palveluja ja annetaan tietoa monenlaisista nuorten elämään liittyvistä kysymyksistä, kuten opiskelusta, terveydestä ja työllisyydestä. Mikä olisi hyvä nimi oppaalle?\*

**Lue lisää kisasta: [tiäksää.fi](http://tiäksää.fi)**  
**Kisaan voi osallistua 31.10.2014 saakka.**

\* Voit tarkistaa onko ehdotuksesi jo varattu toiselle nettisivustolle esimerkiksi osoitteessa [domain.fi/info](http://domain.fi/info)



Kuva 13. Nimikilpailun mainosjuliste

Noora Liuhonen, Anna Huhtasen opinnäytetyön ohjaaja, Anni Heikintalo ja minä kävimme läpi vastauksia, joista valitsimme nuorisotyön sivuille nimeksi Nuokka ja palveluoppaan sivuille nimeksi Jeesari. Nuokka kuvastaa nuorisotilaa ja sopii sivujen nimeksi, koska sivuilta löytyy esimerkiksi nuorisotilojen yhteystiedot. Tarkistimme Viestintäviraston sivuilta, että nimien mukaiset verkkotunnukset olivat vapaina, jonka jälkeen Liuhonen tilasi molemmat verkkotunnukset Viestintävirastolta. Nimien ehdottajat saivat palkinnoksi elokuvaliput.

### 4.3 Nuoret sosiaalisessa mediassa ja sosiaalinen media käyttö sivujen markkinoinnissa

Maskotille luotiin oma Twitter- ja Instagram-tili, joissa hahmo personoitiin. Twitterin twiitit ovat kuvitteellisesti karhun kirjoittamia ja Instagram-kuvat hänen ”kuvaamiaan”. Karhu seikkailee myös nuokka.fi ja Jeesari-sivustojen omilla Facebook-sivuilla. Tilien kautta nuoria ja heidän kanssaan toimivia aikuisia tiedotetaan sivujen palveluihin liittyen. Nuorilla on mahdollisuus ottaa yhteyttä myös sosiaalisen median kautta, sillä tilejä hallinnoivat karhukuntien nuorisotyöntekijät.

Nuorisobarometri 2013 -tutkimukseen osallistui 1903 15-29-vuotiasta suomalaista. Tutkimuksesta selvisi, että aktiivisimmat sosiaalisen median käyttäjät asuvat suurissa kaupungeissa Länsi-Suomessa ja Uudellamaalla. Suurin osa sosiaalisen median käytöstä menee toisten tuottamien sisältöjen seuraamiseen. Barometrin mukaan päivittäin 71% nuorista seuraa muiden tuottamia aineistoja, 34% kommentoi muiden sisältöjä ja itse sisältöä tuottaa 15%. (Myllyniemi 2013, 11 & 36.)

Tytöt ja pojat käyttävät digitaalista mediaa eri tavalla, vaikka erot ovatkin tasoittuneet. Poikia pidetään kuitenkin edelleen aktiivisempina internetin käyttäjinä kuin tyttöjä. He ovat kiinnostuneita teknologisesta puolesta ja verkkopeleistä, kun taas tytöt käyttävät internetiä sosiaalisuuteen, tiedonhankintaan ja uuden oppimiseen. (Haltia-Nurmi & af Ursin 2013, 71; Merilampi 2014, 24-25; Myllyniemi 2013, 35.)

University College Londonin materiaalsen kulttuurin professorin, Daniel Millerin, (Miller 2013) mukaan Twitter, Instagram, WhatsApp ja Snapchat -palvelut ovat brittinuorten keskuudessa suosituimpia palveluita. WhatsApp ja Snapchat ovat pikaviestinpalveluja. WhatsAppin kautta voi lähettää tekstiviestejä ja kuvia tuntemilleen henkilöille. Snapchatissa käyttäjä voi lähettää kuvan, joka katoaa heti kun vastaanottaja on nähnyt sen. Nämä palvelut eivät kuitenkaan yksinään syrjäytä Facebookia, sen monipuolisuuden vuoksi.



#### 4.3.1 Twitter

Twitterissä lähetetään, luetaan, kommentoidaan ja jaetaan päivityksiä (Rahja 2013, 10). Twitterin suosio Suomessa on lähtenyt hitaasti käyntiin ja sitä käytetään edelleen meillä vähemmän kuin englanninkielisissä maissa. Twitter on erityisesti journalistien, poliitikkojen, it- ja media-alalla työskentelevien työväline. Julkkiset keräävät eniten Twitter-seuraajia. (Kortesuo 2014, 70 & 73.)

Twitterin idea on kirjoittaa lyhyesti ja tiivistetysti. Twiitin maksimipituus 140 merkkiä. Kirjoituksen perään voi kirjoittaa aihetunnisteen eli hashtag -merkillä. Hashtagiin kirjoitetaan sana, johon twiitti liittyy. Hashtagissa ei kannata käyttää ääkkösiä, sillä se ei toimi toivotulla tavalla. @-merkillä voi liittää toisen käyttäjän mukaan twiittiin. Retwiittaamisella tarkoitetaan jonkun toisen käyttäjän kirjoittaman twiitin uudelleenjakamista. (Kortesuo 2014, 71-74.) Nuokka-karhun viralliset hashtag -merkit ovat #nuokka ja #nuokkaruhu.

#### 4.3.2 Instagram

Instagramissa kuvat ovat pääosassa. Palvelussa voi muokata ja jakaa sekä kuvia että videoita. Käyttäjät voivat seurata ja kommentoida muiden jakamia kuvia. (Rahja 2014, 10.) Instagram on mobiilisovellus ja se toimii tietyillä älypuhelimilla ja tableteilla esimerkiksi Applen ja Androidin laitteilla. Kuvatekstin yhteyteen kirjoitettavat hashtagit toimivat Instagramissa samalla tavalla kuin Twitterissä (Kortesuo 2014, 80). Kuvaan voi myös merkitä muita käyttäjiä ja kuvauspaikan. Kuvat ovat tarkoitettu näkymään julkisesti kaikille, mutta myös yksityisen profiilin luominen on mahdollista. Tällöin profiili näkyy vain kuvaajan hyväksymille käyttäjille. (Instagramin www-sivut 2014.)

Selfie on englanninkielinen termi, joka tarkoittaa valokuvaa, jonka kuvaaja on ottanut itsestään. Kuva otetaan yleensä älypuhelimella tai nettikameralla ja se laitetaan sosiaaliseen mediaan. (Oxford Dictionariesin www-sivut 2015.) Nuorilla ja alueen työntekijöillä on mahdollisuus ottaa selfie-valokuva (Kuva 12.) Nuokka-karhun kanssa. Askartelimme ja laminoimme pieniä paperisia karhuja, joita on

helppo pidellä kädessä kuvaa ottaessa. Karhun puhekuplaan nuori voi itse kirjoittaa mitä karhu sanoo. Käytön jälkeen puhekuplan tekstin voi pyyhkiä pois. Tämä idea lähti Pelastakaa Lapset ry:n Netari-toiminnan maskotista, Hemmo-hahmosta, joka seikkailee ympäri Suomea ja esiintyy Instagram-kuvissaan (Hemmo-hahmon www-sivut 2015).



Kuva 12. Porin nuorisovaltuuston selfie Nuokka-karhun kanssa Instagramissa

#### 4.3.3 Facebook

Facebook on yhteisöpalvelu, jossa jaetaan, julkaistaan ja kommentoidaan tilapäivityksiä, kuvia, videoita ja linkkejä. Pidetään yhteyttä tuttuihin, liitytään yhteisöihin ja pelataan (Rahja 2013, 10). Facebookissa aktiivisuus on tärkeää, mutta liian usein päivittävä saatetaan leimata ”spämmääjäksi” ja seuraajat kaikkoavat. Julkaisuaajalla voi vaikuttaa saavutettavuuteen. Nuoret liikkuvat Facebookissa illalla

yhdeksän ja kymmenen välillä. Päivitys kannattaa ajastaa julkaistavaksi aktiiviseen aikaan, jotta se tavoittaa mahdollisimmat monet. Facebookissa kirjoitustyyli on rentoa ja päivitykset voivat välillä olla viihteellisiä tasapainottaakseen asiapitoista materiaalia. (Kortesuo 2014, 70.)

Uusi asia voi nousta nopeasti suureen suosioon netissä, mutta se myös hiipuu nopeasti pois (Kortesuo 2014, 28). Internetpalveluja syntyy jatkuvasti lisää. Kun nuorten vanhemmat liittyvät Facebookin seuratakseen lapsiaan, nuoret ”lähtevät pakoon” heitä ja etsivät uusia palveluita. (Miller 2013.) Loin molempia nuorten sivuja varten Facebook-sivut, koska nuorten kanssa toimivat aikuiset ja osa nuorista liikkuu vielä Facebookissa. Etsin palvelusta alueen nuorisotyöntekijöitä ja muita nuorten kanssa toimivia, joita sivut voisivat kiinnostaa. Kutsuin heidät yksitellen tykkäämään sivustojen Facebook-sivusta ja sain näin heidät tutustumaan palveluun jo ennakkoon. Tykkääjät taas puolestaan voivat pyytää omia kavereitaan, sekä kasvattajia että nuoria, tykkäämään myös sivuista.

#### 4.4 Logo, bannerit ja painettu mainosmateriaali

Jeesari-nimi viittaa slangisanaan ”jeesata”, joka tarkoittaa auttamista. Jeesari tarkoittaa myös ”Jeesus-teippiä” eli ilmastointiteippiä. Teipistä sain idean tehdä logoon (Kuva 14.) ilmastointiteipin palan, jonka päälle on kirjoitettu nettisivujen osoite tussilla. Logosta tehtiin banneri, joka laitettiin nuokka.fi-sivuille. Banneria klikkaamalla käyttäjä voi siirtyä Jeesarin puolelle. Myös Jeesariin tehtiin gif-banneri (Kuva 15.) kolmella vaihtuvalla kuvalla, joka ohjaa käyttäjää nuokka.fi-sivuille. Koska Jeesarissa on mainittu vain alueelliset auttajat, halusimme laittaa nuorteneämä.fi-bannerin myös etusivuille. Bannerin kautta käyttäjät voivat tutustua nuorteneämä.fi-sivuille (Kuva 6.) koottuihin valtakunnallisiin auttajiin. Tällaista palvelua emme voi resurssien puutteen vuoksi tarjota, joten bannerin avulla voimme ohjata nuoria valtakunnallisten palvelujen ääreen ja antaa heille mahdollisuus kysyä asiantuntijoilta, joita Karhukunnista ei löydy. Banneri on sivuston tekijöiden suunnittelema.



Kuva 14. Jeesarin logo



Kuva 15. Nuokka.fi-sivun gif-bannerin ensimmäinen kuva

Molempia nuorten nettisivuja markkinoitiin myös painomateriaaleilla. Tein mainosjulisteen (Kuva 16.), johon laitoin maskotti-karhun, molempien sivujen selitystekstit ja logot sekä sosiaalisen median osoitteet. Tein kaksipuoleisia käyntikortteja (Kuva 17.) jaettavaksi nuorten kanssa toimiville aikuisille. Toisella puolella on nuokka.fi-sivusta ja toisella puolella jeesari.nuokka.fi-sivusta. Tilasin tarroja (Kuva 18.), joita voidaan jakaa nuorille. Tarroissa näkyy vain nuokka.fi, koska tila oli rajallinen ja koska nuokka.fi-sivua pidetään ylätasen nettisivuna ja Jeesari on ikään kuin alisivu Nuokalle.



MITÄ MUKA SIÄL  
NUOKKA.FI:SSÄ O? EI  
VARMAA MITTÄÄ TÄRKEET.

**ÄLÄ KUUNTELE KARHUA!**

**Nuokka.fi** on Karhukuntien nuorten oma nettisivu.  
Sieltä löytyy kaikenlaista nuorten elämään liittyvää tietoa  
sekä esimerkiksi ohjeita, blogikirjoituksia ja muita nuorten juttuja.



Karhukuntien nuorten tieto- ja  
neuvontapalvelu netissä

**JEESARI.NUOKKA.FI**

Jeesari jeesaa Karhukuntien  
nuoria löytämään apua  
suoraan oikealta henkilöltä.

[facebook.com/nuokka](https://facebook.com/nuokka)
[twitter.com/NuokkaKarhu](https://twitter.com/NuokkaKarhu)
[instagram.com/nuokkakarhu](https://instagram.com/nuokkakarhu)

Kuva 16. Molempien nettisivujen mainosjuliste



Kuva 17. Kaksipuoleisen käyntikortin molemmat puolet



Kuva 18. Tarrakuva

#### 4.5 Opinnäytetyöstä työksi

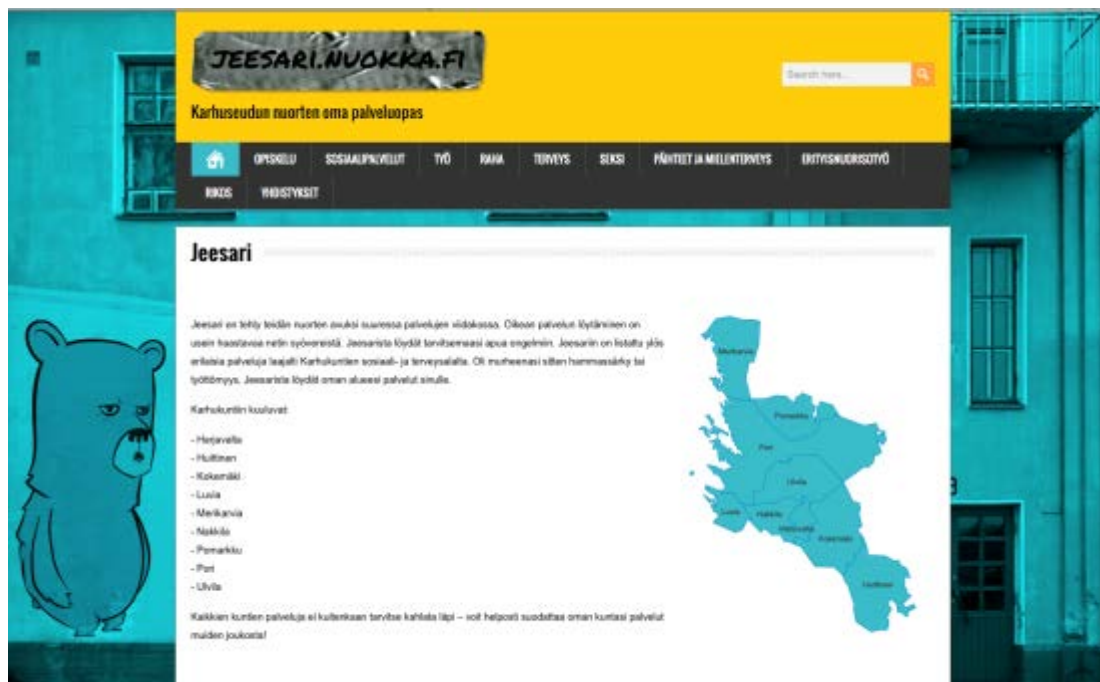
Lokakuun palaverissa opinnäytetyöni ohjaaja, Noora Liuhonen kertoi muuttavansa pois Porista joulukuussa. Hän kysyi kiinnostaisiko minua hänen paikkansa verkkonorisotyöntekijänä. Koska minulla on ennestään nuorisotyöntekijän pätevyys ja kiinnostus nuorten kanssa tehtävään mediatyöhön, työtarjous kuulosti houkuttelevalta. Marraskuussa allekirjoitin sopimuksen ja joulukuussa 2014 aloitin työt Porin kaupungin verkkonorisotyöntekijänä. Jeesarin ylläpitäminen, markkinointimateriaalien tuottaminen ja tiedottaminen ovat olennainen osa verkkonorisotyöntekijän toimenkuvaa.

Työntekijän roolissa minun on helpompi verkostoitua sivuilla olevien palvelutarjoajien kanssa, olla heihin yhteydessä. Voin seurata helpommin “talon sisältä käsin” sivujen käyttöönottoa niin nuorten kuin heidän kanssaan toimivien keskuudessa.

## 5 SIVUJEN JULKAISU JA TULEVAISUUS

### 5.1 Julkaisutilaisuus ja mediaseuranta

Kutsu julkaisutilaisuuteen lähetettiin viikko ennen sivujen avaamista Karhukuntien alueella toimiville medioille, kuntien viestintävastaaville ja nuorisotyöntekijöille. Valmiit sivut (Kuva 19.) julkaistiin 20.1.2015. Tilaisuudessa esittelin molemmat nuorten nettisivut, maskotin ja sosiaaliset mediat. Tilaisuuteen osallistui yhteensä yhdeksän henkilöä, joista Radio Porin toimittaja oli ainoa paikallismedian edustaja. Hän teki radiohaastattelun, joka tuli ulos samana päivänä. Loput paikalla olleista kuuluivat Karhukuntien alueen nuorisotoimiin.



Kuva 19. Valmiit nettisivut

Tiedote lähetettiin heti julkaisutilaisuuden jälkeen. Tiedotteessa kerrottiin molempien sivujen ideasta, toteutuksesta ja tärkeydestä. Paikallismedioista Jokilaakso-lehti, Lauttakylä-lehti, Merikarvia-lehti, Radio Eazy ja Sydän-Satakunta -lehti sekä Porin kaupungin viestintä kirjoittivat jutun sivuista. Nuorten tieto- ja neuvontapalvelujen kehittämiskeskus Koordinaatti pyysi minulta kirjoitusta Keskipisteessä-nettiartikkelia varten. Koordinaatti on nuorten tieto- ja neuvontapalveluiden kehittämiskeskus ja sen kotisivuille on kerätty kaikki suomalaiset nuorten tieto- ja neuvontapalvelut.

(Koordinaatin [www-sivut 2015](#).) Jeesari on Karhukuntien nuorten tieto- ja neuvontapalvelu verkossa.

Julkaisupäivän jälkeen sivuja on esitelty nuorten parissa toimiville aikuisille, nuorten ryhmille, koululaisille ja opiskelijoille. Mainosmateriaalia on jaettu ympäri Karhukuntia nuorten, nuorisotyöntekijöiden ja opettajien toimesta.

## 5.2 Sivujen vastaanottaminen ja palaute

Jo ensimmäisen viikon aikana sain päivitystoiveita ja lisäyksiä sivuja varten. Loin Jeesaria varten Google Analytics -profiilin, jonka kautta pystyn seuraamaan sivujen kävijälukuja. Ensimmäisen kuukauden aikana sivut keräsivät 448 käyntiä.

Käyttäjillä on mahdollisuus antaa palautetta ja päivitysmuutoksia Jeesarin etusivulta löytyvän lomakkeen (Kuva 20.) kautta tai kirjoittamalla sähköpostilla osoitteeseen [nuorisotiedotus@pori.fi](mailto:nuorisotiedotus@pori.fi). Halusimme antaa mahdollisuuden palautteenantoon, jotta voisimme kuulla käyttäjien ajatuksia ja kehittää sivuja. Palautteen lisäksi nuoret voivat kertoa omista kokemuksistaan, miten he ovat saaneet apua sivuilla olevien palvelujen kautta. Näin nuorilla on mahdollisuus vaikuttaa sivuihin ja sen sisältöön.

Yhdessä palautteessa kritisoitiin Seksi-osion niukkuutta. Sivuilla on tällä hetkellä Karhukuntien äitiys- ja ehkäisyneuvolat, joiden kautta nuoret voivat kysyä seksuaalisuuteen liittyvistä asioista. Sivuilla on myös [nuorteneämä.fi](#)-banneri, jonka kautta käyttäjät pääsevät valtakunnallisten auttajien pariin sekä voivat kysyä asiantuntijoilta suoraan heitä askarruttavia asioita. Palautteen vuoksi selvensin tätä lisäämällä tekstin bannerin yläpuolelle: ” Jeesariin on koottu Karhukuntien tarjoamat palvelut. Nuorteneämä.fi -sivulta löydät kaikki valtakunnalliset auttavat tahot. Klikkaa banneria ja tutustu sivuihin:”. Facebookin kautta tuli yksi kysymys, jossa kysyttiin, paljonko sivujen tekeminen on maksanut. Tähän vastasin, että sivut on toteutettu yhteistyönä kahden Satakunnan ammattikorkeakoulun opiskelijan kanssa.



**Hei!**

Haluatko antaa palautetta sivuista? Haluatko luoda sisältöä sivuille?

Nuori! Kirmostaako sinua kertoa, miten olet saanut sivulla esitellyistä palveluista apua ongelmaasi?

Aikainen! Puuttuuko edustamasi palvelu sivulta tai haluatko päivittää palvelunne tietoja?

Kaikki nämä onnistuvat täyttämällä vieressä olevan lomakeen. Vastamme sinulle viikon kuluessa.

**Nimesi \***

**Sähköpostiosoitteesi \***

**Viestisi \***

**Mitä on 3+5 \***

**Lähetä!**

Kuva 20. Yhteydenotto- ja palautelomake

### 5.3 Hankerahoitus haussa

Joulukuussa haimme hankerahoitusta sivujen markkinointia varten Opetusministeriöltä. Hankerahoituksella on tarkoitus panostaa markkinointiin ja palkata yksi hanketyöntekijä. Hänen vastuullaan ovat sivujen markkinointi ja vakiinnuttaminen osaksi Karhukuntien palvelujen tuottajien viestintää. Tämän lisäksi hanketyöntekijän toimenkuvaan tulevat kuulumaan muun muassa nuorten ideoiden kuuleminen ja palautteen kerääminen sekä nuorten kanssa toimivien tiedottaminen, kouluttaminen ja perehdyttäminen nettisivujen tarkoitukseen, sisällön tuottamiseen, sivujen hyödyntämiseen omassa työssään ja sosiaalisen median käyttöön nuorten neuvontatyössä (Liite 1.)

Porin kaupungin verkkonuorisotyöntekijä toimii hanketyöntekijän apuna ja työparina. Hanke kestää kolme vuotta, 2015-2018, mutta hankerahoitus anotaan aina vuodeksi kerrallaan. Hankkeen ensimmäisessä vaiheessa (2015-2016), panostetaan sivujen markkinointiin ja arviointiin, toisena vuonna (2016-2017) tarkennetaan toimintamallia ja luodaan konkreettisia ohjeistuksia ja kolmantena vuonna (2017-2018) viimeistellään toimintamallia ja raportoidaan lopputuloksista. Jos hankerahoitusta ei myönnetä, sivujen kehittäminen jatkuu Porin kaupungin

verkkonuorisotyöntekijän, eli minun, tehtävänä. Tällöin sivujen markkinointia ja nuorten kanssa työskentelevien kouluttamista toteutetaan pienemmillä resursseilla. Hakemuksen käsittelyyn menee noin 3-4 kuukautta ja hankeen tarkoitus on alkaa huhtikuun 2015 aikana (Liite 1.)

## 6 LOPUKSI

Projekti oli minulle mielekäs, koska sain hyödyntää aikaisempaa tutkintoani sekä soveltaa nykyisillä kursseillani oppimaani. Koen kehittyneeni sekä verkkosivuston tekijänä, graafikkona että nuorisotyöntekijänä.

Sivustoille tulee viikoittain uutta materiaalia ja päivitettävää. Tämän vuoksi ne eivät tule koskaan olemaan täysin valmiit. Huomasin, miten tärkeää on, että sivujen materiaali on ajantasaista. Ei riitä, että sivut julkaistaan kerran ja annetaan niiden sen jälkeen vain olla. Tämän päivän nettisivujen sisällön tulee olla helposti päivitettävissä. Yksi väärä yhteystieto saattaa viedä sivuston luotettavuuden, jolloin avun hakeminen saattaa jäädä kesken. Sosiaalisten medioiden ylläpito vaatii samanlaista toimintatapaa pysyäkseen ajankohtaisina. Facebook-, Twitter- ja Instagram-sivuja päivitetään vähintään kerran viikossa, jolloin ne tavoittavat nuoret, kun on tarvetta myös äkilliselle tiedottamiselle.

Porin nuorisoyksikön esimies, Anne Leppänen, antoi palautteen sivuista näin:

*Nuorten palveluoppaan Jeesarin toteutus on selkeä, toimiva ja helppokäyttöinen ja se vastaa erinomaisesti tavoitteita, joita sen toteutukselle asetettiin. Sivujen ulkoasussa on hyvin huomioitu nuortensivusto Nuokka.fi, jonka yhteydessä Jeesari palvelee. Jeesari antaa erinomaiset mahdollisuudet ajantasaisen tiedon ylläpitoon. Sieltä voidaan poistaa ja sinne voidaan lisätä sekä päivittää tietoja helposti. Tämä ominaisuus on tämän päivän nopeasti muuttuvassa ja ”tietotulvaähkyn” täyttämässä maailmassa merkityksellinen, jotta saadaan oikea tieto oikea-aikaisesti nuorille. Sivujen toteutuksessa on*

*myös merkityksellistä se, että ne toimivat erilaisissa mobiililaitteissa. Sivustot, joiden käytettävyys on hyvä mm. älypuhelimissa ovat nuorten näkökulmasta ehdottomasti tätä päivää.*

Minusta on hienoa seurata sivujen kehittymistä ja olla mukana tekemässä sivuja työntekijänä vaikka opinnäytetyön osalta projekti loppuukin. Haluankin kiittää ohjaajaani, Noora Liuhosta tuesta ja neuvoista.

## LÄHTEET

Arnkil, H. 2007. Värit havaintojen maailmassa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Espoon kaupungin www-sivut. 2014. Viitattu: 29.11.2014.

<http://www.espoo.fi/yesbox>

Fontsien www-sivut. 2014. Viitattu: 23.12.2014.

[http://www.fonts.com/font/monotype/arial#product\\_top](http://www.fonts.com/font/monotype/arial#product_top)

Google Fontsien www-sivut. 2014. Viitattu: 23.12.2014.

<http://www.google.com/fonts/specimen/Oswald>

Haltia-Nurmi, M. & af Ursin, P. 2013. Osallisuus netissä - näkökulmia nuorten aktiiviseen kansalaisuuteen. Teoksessa R. Kupiainen., Kotilainen, S., Nikunen, K. & Suoninen A (toim.) Lapset netissä - Puheenvuoroja lasten ja nuorten netin käytöstä ja riskeistä. Helsinki: Mediakasvatusseura ry, 70-71. Viitattu 16.9.2014.

<http://www.mediakasvatus.fi/files/ISBN978-952-67693-3-2.pdf>

Hemmo-hahmon www-sivut. 2015. Viitattu 17.2.2015.

<http://instagram.com/hemmohahmo>

Instagramin www-sivut. 2014. Viitattu: 4.12.2014. <http://instagram.com/about/us/#>

LaNutin www-sivut. 2014. Viitattu: 29.11.2014. <http://www.lanuti.fi/Suomeksi>

Koordinaatin www-sivut. 2015 Viitattu: 2.2.2015 <http://koordinaatti.fi/fi>

Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 1: ammattilaisen käsikirja sosiaaliseen mediaan. Helsinki : Kauppakamari.

Kotilainen, S. & Rantala, L. 2008. Nuorten kansalaisidentiteetti ja mediakasvatus. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.

Kotimaisten kielten keskuksen www-sivut. 2014. Viitattu: 17.2.2015.

<http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>

Kupiainen, R. 2013. EU Kids Online – suomalaislasten netin käyttö, riskit ja mahdollisuudet. Teoksessa R. Kupiainen., Kotilainen, S., Nikunen, K. & Suoninen A (toim.) Lapset netissä - Puheenvuoroja lasten ja nuorten netin käytöstä ja riskeistä. Helsinki: Mediakasvatusseura ry, 5-14. Viitattu 16.9.2014.

<http://www.mediakasvatus.fi/files/ISBN978-952-67693-3-2.pdf>

Merilampi, R. 2014. Mediakasvatuksen perusteet. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Miller, D. 2014. Facebook's so uncool, but it's morphing into a different beast. Viitattu: 4.12.2014. [http://theconversation.com/facebook-so-uncool-but-its-morphing-into-a-different-beast-21548?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+conversationedu+%28The+Conversation%29](http://theconversation.com/facebook-so-uncool-but-its-morphing-into-a-different-beast-21548?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+conversationedu+%28The+Conversation%29)

Myllyniemi, S. 2013. Vaikuttava osa. Nuorisobarometri 2013. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta ja Nuorisotutkimusverkosto. Viitattu: 30.9.2014. [http://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2014/02/Nuorisobarometri\\_2013\\_lowres1.pdf](http://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2014/02/Nuorisobarometri_2013_lowres1.pdf)

Nenonen, E. 2009. Viitattu: 19.11.2014. <http://www.pori.fi/material/attachments/tyollisyysyksikko/nuortentyopaja/5tq68IkUr/nuortenpalveluopas.pdf>

NettiNapin www-sivut. 2009-2011. Viitattu: 29.11.2014. <http://www.nettinappi.fi>

Noppiari, E. 2014 Mobiilimuksut - Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 3. Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET. Viitattu 16.9.2014. [http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/95272/mobiilimuksut\\_2014.pdf?sequence=1](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/95272/mobiilimuksut_2014.pdf?sequence=1)

Nuorisolaki. 2006. 27.1.2006/72 muutoksineen.

Nuortelämän www-sivut. 2014. Viitattu: 29.11.2014. <http://www.nuortelama.fi>

Oxford Dictionariesin www-sivut. 2015. Viitattu 2.1.2015. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>

Poin1nt - nuorten portaalin www-sivut. 2014. Viitattu: 29.11.2014. <http://www.poin1nt.fi>

Porin kaupungin www-sivut. 2014. Viitattu: 19.11.2014. <http://www.pori.fi/lavia.html>

Porin Seutu Karhukuntien www-sivut. 2014. Viitattu: 19.11.2014. <http://www.karhukunnat.fi/>

Radio Helsingin www-sivut. 2014. Viitattu: 22.12.2014. <https://www.radiohelsinki.fi/>

Rahja, R. 2013. Nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa. Helsinki: Mediakasvatusseura ry. Viitattu 30.9.2014. [http://www.mediakasvatus.fi/files/nuorten\\_mediamaailma\\_pahkinankuoressa.pdf](http://www.mediakasvatus.fi/files/nuorten_mediamaailma_pahkinankuoressa.pdf)

Rihlana, S. 1997. Värioppi. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Satakuntaliiton www-sivut. 2014. Viitattu: 23.12.2014. <http://www.satakuntaliitto.fi/maakuntatunnukset>

SpunOutin Ditch the Monkey animaation www-sivut. 2015. Viitattu: 3.2.2015. <http://spunout.ie/ditchthemonkey>

Suoninen, A. 2014. Lasten mediabarometri 2013. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto. Viitattu: 16.9.2014.  
<http://www.nuorisotutkimusseura.fi/julkaisuja/lastenmediabarometri2013.pdf>

Turun Pointin www-sivut. 2014. Viitattu: 29.11.2014. <http://www.pointti.info/turku>

Valtionvarainministeriö. 2008. Käyttäjälähtöisyys verkkopalveluiden suunnittelussa. Hallinnon kehittäminen julkaisu 5/2008. Viitattu: 7.2.2015.  
[http://www.vm.fi/vm/fi/04\\_julkaisut\\_ja\\_asiakirjat/01\\_julkaisut/04\\_hallinnon\\_kehittaminen/20080129Kaeyttae/verkkopalveluiden\\_suunnittelu.pdf](http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/04_hallinnon_kehittaminen/20080129Kaeyttae/verkkopalveluiden_suunnittelu.pdf)

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja. Helsinki: Talentum.

Wordpressin www-sivut. 2014. Viitattu: 23.12.2014.  
<https://wordpress.org/themes/brickyard>

## LIITE 1

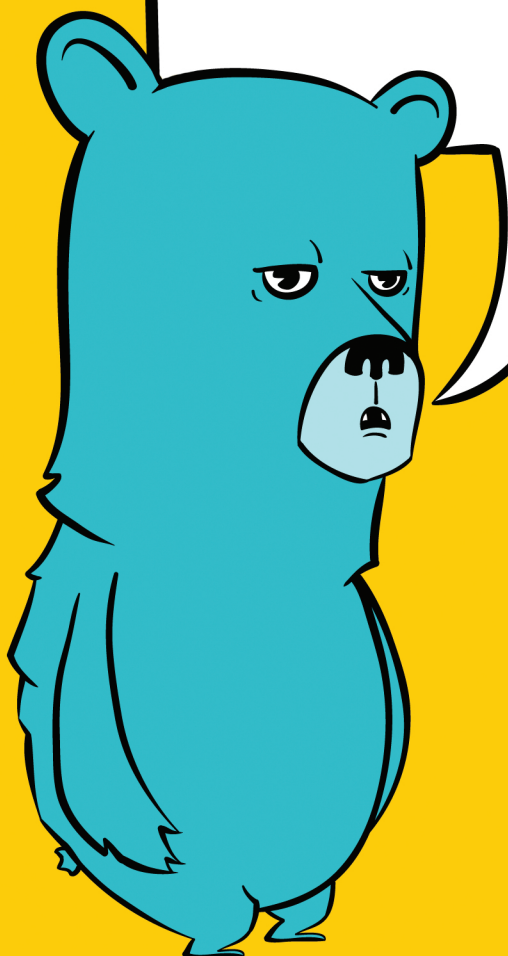
Liite lisätään tähän kohtaan, kun word-tiedosto on muutettu PDF-muotoon.

# **jeesari.nuokka.fi**

**Netissä toimivan nuorten tieto- ja  
neuvontapalvelun kehittäminen  
Karhukunnissa**

**Hankesuunnitelma**

**1. vaihe  
2015-2016**







# Sisällysluettelo

1. Tiivistelmä .....	2
2. Tausta .....	3
3. Tavoitteet ja odotetut tulokset .....	4
4. Kohderyhmä.....	5
4.1. Nuokka.fi -palvelun käyttäjät (nuoret) .....	5
4.2. Nuorten kanssa toimivat tahot.....	6
5. Henkilöstö.....	6
5.1. Hankekoordinaattori.....	6
5.2. Muu henkilöstö.....	7
6. Osaamista, verkostoitumista ja nuorten osallistumista edistävä toimintamalli .....	7
6.1. Alueellinen toiminta nuorten tieto- ja neuvontatyössä .....	8
6.2. Markkinointi.....	8
6.3. Nuorten osallisuus .....	9
6.4. Koulutusten sisällöt .....	10
6.5. Palvelun laadun arviointi ja ylläpito .....	12
7. Aikataulu.....	13
7.1. Ensimmäisen hankekauden aikataulusuunnitelma.....	13
8. Toimijat.....	16
8.1. Ohjausryhmä .....	16
8.2. Mukana olevat kunnat .....	17
8.3. Muut yhteistyökumppanit ja linkittyminen muihin palveluihin.....	17
9. Vakinaistamissuunnitelma.....	18
Lähteet .....	19
Liitteet .....	20

## 1. Tiivistelmä

Hankkeen tarkoituksena on edistää tammikuussa 2015 julkaistavan seutukunnallisen (Porin seutukunta) nuorten tieto- ja neuvontapalvelun näkyvyyttä. Tavoitteena on myös lisätä alueen nuorten kanssa toimivien ammattilaisten tietoa nuorisotiedostuksesta, sekä erityisesti netin ja sosiaalisen median roolista ja käyttömahdollisuuksista nuorten neuvonnassa.

Hankkeen taustalla on vuosina 2010-2014 toteutettu saman alueen yhteinen nuorten mediapajahanke, jonka aikana heräsi tarve toteuttaa yhteinen verkossa toimiva palvelu Karhukuntien alueella asuville nuorille. Uusi palvelu on jaettu kahteen osaan, joista toinen keskittyy nuorten vapaa-aikaan ja osallisuuteen, ja toinen muihin nuorten elämään liittyviin asioihin. Nimeä varten järjestettiin avoin nimikisa, jonka tuloksista koko palvelun nimeksi ja verkko-osoitteeksi valittiin nuokka.fi, ja nuorille suunnattuja palveluja käsittelevän osion nimeksi Jeesari. Palvelulle on myös luotu oma maskotti, joka tulee näkymään myös tämän hankkeen eri vaiheissa.

Hankkeen päätavoitteita ovat:

- nuokka.fi-palvelun tunnettuuden lisääminen sekä nuorille että nuorten kanssa toimiville tahoille suunnatun markkinoinnin avulla
- yhtäläisten tiedonsaantimahdollisuuksien ja henkilökohtaisen neuvonnan tarjoaminen Karhukunnissa asuville ja opiskeleville nuorille
- henkilöstön osaamisen kehittäminen tieto- ja neuvontatyön vaatimuksia vastaavaksi
- sidosryhmien palvelua ja sen tarkoitusta koskevan tietoisuuden lisääminen
- Nuokka.fi-palvelun arviointi, kehittäminen ja juurruttaminen osaksi kuntien nuorisotyötä

Henkilöstön osaamista ja verkostoitumista edistetään järjestämällä säännöllisiä koulutuksia, joihin voivat osallistua nuorisotyöntekijöiden ja -ohjaajien ohella kaikki nuorten kanssa työskentelevät tahot. Koulutusten ja tapaamisten tuloksena luodaan toimintamalli, jossa määritellään toimenpiteet, joilla tavoitteiden toteutumisesta huolehditaan sekä hankkeen aikana että sen päätyttyä. Malli sisältää ainakin seuraavat osa-alueet:

- alueellisuus
- markkinointi
- nuorten osallisuus
- koulutusten sisällöt
- palvelun laadun arviointi ja ylläpito

Hankkeen kokonaiskesto on kolme vuotta, joista jokaisella on oma painotuksensa. Ensimmäisenä vuonna (tämä hankesuunnitelma, 2015-2016) keskitytään nuokka.fi-palvelun markkinointiin ja arviointiin, toisena vuonna (2016-2017) toimintamallin tarkentamiseen ja konkreettisten ohjeistusten luomiseen ja kolmantena vuonna (2017-2018) toimintamallin viimeistelyyn, vakiinnuttamiseen ja raportointiin. Hankevuosi alkaa huhti-toukokuussa rahoituksen varmistuttua.

Hankkeessa ovat mukana kaikki yhdeksän Karhukuntaa: Pori, Ulvila, Huittinen, Kokemäki, Harjavalta, Nakkila, Luvia, Pomarkku ja Merikarvia. Koordinoivana tahona toimii Porin kaupungin vapaa-aikavirasto.

Visualisoitu tiivistelmä hankkeesta on nähtävissä osoitteessa: [uudistus.tiaksaa.fi](http://uudistus.tiaksaa.fi)

## 2. Tausta

Hanke perustuu vuonna 2008 Porissa ja 2010 muissa Karhukunnissa<sup>1</sup> aloitettuun toimintaan, jonka tarkoituksena on ollut käynnistää ja kehittää pääsääntöisesti verkossa toimivaa nuorille suunnattua tieto- ja neuvontatyötä.

Porissa on toiminut vuodesta 2008 lähtien nuorille suunnattu tiäksää.fi-sivusto, jonka ylläpito on ollut aktiivista sen perustamisesta lähtien, ja palvelu on juurtunut hyvin osaksi porilaista nuorisotyötä. Vuonna 2010 Porin seutukunnassa käynnistettiin Karhukuntien nuorten mediapajahanke<sup>2</sup>, jonka tavoitteena oli

- a) toteuttaa ja lanseerata verkossa toimiva nuorten tieto- ja neuvontapalvelu kaikkiin Karhukuntiin
- b) parantaa nuorten osallistumismahdollisuuksia etenkin erilaisia medioita hyödyntäen
- c) tukea nuorten omaehtoista mediatyöskentelyä

Hankkeen ensimmäisenä vuonna jokaiseen kuntaan toteutettiin oma verkkosivusto. Useissa kunnissa sivusto toteutettiin tiiviinä osana nuorten mediapajan työskentelyä. Sivustojen valmistuttua kuntien nuorisotyöntekijöille (erityisesti hankkeen ohjausryhmän jäsenille) järjestettiin käyttökoulutus.

Kolmevuotisen hankkeen aikana kuitenkin huomattiin, että jokaisen kunnan omien sivustojen ylläpito ja päivittäminen oli työlästä, eikä kunnilla ollut riittäviä resursseja niiden kehittämiseen. Monet sivustot jäivät kokonaan päivittämättä, eikä niitä markkinoitu nuorille tarkoituksenmukaisella tavalla. Samalla Porin tiäksää-sivusto alkoi vaatia laajempaa päivittämistä sekä kokonaisvaltaista modernisointia. Tästä syystä päätettiin käynnistää kaikki Karhukunnat kattavan verkkoperustaisen palvelun suunnittelu ja toteutus.

Uutta palvelua suunniteltiin osana nuorten mediapajahanketta huhtikuuhun 2014 asti, jonka jälkeen työtä jatkettiin kuntien omien resurssien puitteissa hankerahoituksen päättyessä. Suunnittelusta ja toteutuksesta on vastannut pääasiassa Porin kaupungin vapaa-aikavirasto. Muut Karhukunnat ovat osaltaan osallistuneet sisällöntuotantoon kokoamalla ja lähettämällä tietoja omista toiminnoistaan Porin nuorisoyksikön verkkonuorisotyöntekijälle. Porin kaupungin vapaa-aikaviraston sekä Karhukuntatoimiston rahoituksella palkattiin lisäksi projektityöntekijä syys-lokakuuksi 2014 vastaamaan kokonaisuuden visuaalisesta ilmeestä.

Uusi nuokka.fi-palvelu on jaettu kahteen osaan, joista toinen keskittyy nuorten vapaa-aikaan ja osallisuuteen<sup>3</sup> ja toinen muihin nuorten elämään liittyviin asioihin.<sup>4</sup> Nuokka.fi:n yleisestä toteuttamisesta ovat vastanneet verkkonuorisotyöntekijä sekä projektityöntekijä. Jeesarin sisällön on koonnut ja tuottanut sosionomi(AMK)-opiskelija Anna Huhtanen opinnäytteenään Satakunnan ammattikorkeakoululle. Ulkoasun taas on suunnitellut opinnäytteenään (Satakunnan ammattikorkeakoulu) medianomi(AMK)-opiskelija Anniina Korpi. Työskentelyä ovat ohjanneet

<sup>1</sup> Porin seutukunta: Pori, Ulvila, Huittinen, Kokemäki, Harjavalta, Nakkila, Luvia, Pomarkku ja Merikarvia

<sup>2</sup> Ks. <http://mediapajahanke.wordpress.com>

<sup>3</sup> Netti ja media, vaikuttaminen, vapaa-aika, kulttuuri ja kansainvälisyys

<sup>4</sup> Opiskelu, sosiaalipalvelut, työ, raha, terveys, päihteet ja mielenterveys, erityisnuorisotyö ja rikokset

Porin kaupungin verkkonuorisotyöntekijä Noora Liuhonen sekä etsivä nuorisotyöntekijä Anni Heikintalo.

Palvelu on testausvaiheessa ja sen lopullinen valmistuminen ja lanseeraus sijoittuu tammikuulle 2015.

### 3. Tavoitteet ja odotetut tulokset

Hankkeen tarkoituksena on yhtäältä huolehtia nuokka.fi-palvelun markkinoinnista ja sen juurruttamisesta osaksi nuorisotyötä Porin seutukunnassa. Toisaalta nopeasti kehittyvä mediamaailma asettaa haasteensa myös nuorisotyölle, ja monet nuorisotyöntekijät kaipaavat koulutusta ja työkaluja esimerkiksi sosiaalisen median hyödyntämiseen osana työtään. Palvelun kehittämistyön ohella hanke tähtää kaikkien nuorten kanssa työskentelevien verkkoa ja sosiaalista mediaa koskevan tieto-aidon tukemiseen.

Tiivistetysti hankkeen tavoitteena on

- a) lisätä tammikuussa 2015 julkaistavan palvelun tunnettuutta
- b) tarjota Karhukunnassa asuville ja opiskeleville nuorille yhtäläiset mahdollisuuden tiedonsaantiin ja henkilökohtaiseen neuvontaan
- c) lisätä sidosryhmien tietoisuutta palvelusta ja sen tarkoituksesta
- d) saattaa henkilöstön osaaminen tieto- ja neuvontatyön vaatimuksia vastaavaksi
- e) huolehtia uuden sivuston arvioinnista, kehittämisestä ja juurruttamisesta osaksi kuntien nuorisotyötä

Tunnettuutta lisätään tehokkaalla markkinoinnilla sekä nuorille että nuorten kanssa työskenteleville ammattilaisille. Hankkeen lopussa nuoret tunnistavat heille suunnatun palvelun, ja tietävät millaisia asioita sieltä löytyy. Toisaalta markkinoinnilla toteutetaan myös muita ylhäällä mainittuja tavoitteita: nuorten kanssa toimiville ammattilaisille suunnatun markkinoinnin tuloksena sivusto tunnetaan myös palveluverkostossa ja sitä hyödynnetään työkaluna. Verkoston tietoisuus palvelusta ja sen sisällöstä edesauttaa palvelussa esiteltävien tietojen ajantasaisuutta, kun niihin liittyvien yksityiskohtien (esimerkiksi aukioloajat ja yhteystiedot) muuttumisesta ilmoitetaan. Näin edesautetaan nuorten mahdollisuutta ajantasaisen tiedon saantiin.

Jotta nuoret voivat saada mahdollisimman oikeata ja ajantasaista tietoa, sekä tarpeen mukaan myös henkilökohtaista ohjausta, on henkilöstön osaaminen nuorten neuvontaan liittyvissä asioissa ajantasaistettava. Henkilöstön osaamista edistetään järjestämällä säännöllisiä koulutuksia, jotka käsittelevät sekä nuorten tieto- ja neuvontatyötä että sosiaalista mediaa nuorisotyöntekijän työkaluna. Koulutusten tuoma hyöty on, että nuorisotyöntekijät (tai muut nuorten kanssa työskentelevät) pystyvät vastaamaan paremmin nuorten kysymyksiin, sekä huomioimaan nuorten toiveet ja kehitysajat. Hankkeessa halutaan myös kartoittaa, millaista lisäarvoa sosiaalisen median ja erityisesti älypuhelimien sovellusten hyödyntäminen tuo erityisesti nuorten neuvontaan ja ohjaukseen.

Nuorille tullaan luomaan mahdollisuus antaa välitöntä palautetta palvelun toimivuudesta ja informaation selkeydestä. Lisäksi nuorten kuulemisessa hyödynnetään jo olemassa olevia nuorten vaikuttamisryhmiä, kuten nuorisovaltuustoja. Nuorten osallisuutta ja toimintaa hankkeessa avataan tarkemmin kappaleissa 6.3 ja 8.1.

Jos työntekijä ei itse pysty tarjoamaan nuorelle tämän etsimää tietoa, kannatta tukea ja neuvoa hakea yhteistyökumppaneilta (Härmä 2003, 42-43; Faché 2014, 48). Tämän vuoksi hankkeessa kehitetään esimerkiksi kuntien ja järjestöjen yhteistyötä. Helpoimmillaan tämä tarkoittaa sitä, että työntekijä tietää, keneen olla yhteydessä kun nuoren asia ylittää oman ammattiosaamisen rajat. Kunnissa nuorten elämään liittyviä monialaisia verkostoja on luotu jo aiemmin, muun muassa etsivän nuorisotyön yhteydessä. Täysin uuden yhteistyöverkoston luomisen sijaan huomioidaan jo olemassa olevat yhteydet, ja mahdollistetaan verkkoperustaisen nuorten ohjauksen ja neuvonnan hyödyntäminen esimerkiksi yhteisten koulutusten ja työpajojen kautta myös muille kuin nuorisotoimissa työskenteleville. Lisäksi monien Karhukuntien nuorisotyön resurssit ovat hyvin pienet, jolloin yhteistyö sekä lähikuntien että muiden toimijoiden (järjestöt, seurakunnat yms) välillä on koettu erittäin tärkeäksi nuorten kohtaamisen ja kuulemisen kannalta.

Jotta tavoitteet toteutuvat sekä hankkeen aikana että sen jälkeen, koordinaattori kokoaa hankkeen aikana käydyistä tapaamisista, koulutuksista ja palautteista toimintamallin hyödynnettäväksi nuorten kanssa tehtävässä tieto- ja neuvontatyössä. Toimintamallin sisällöt ja muoto on esitelty tarkemmin kappaleessa 5.

## 4. Kohderyhmä

Hankkeella voidaan katsoa olevan kaksi pääkohderyhmää: ensimmäisen muodostavat tieto- ja neuvontapalvelun potentiaaliset käyttäjät (nuoret) ja toisen nuorten kanssa työskentelevät ammattilaiset.

### 4.1. Nuokka.fi -palvelun käyttäjät (nuoret)

Hankkeen pääkohderyhmänä ovat nuoret, sillä nuokka.fi-palvelu on tehty ensisijaisesti heitä varten. Nuoret huomioidaan kohderyhmänä etenkin markkinoinnista ja kehittämisestä puhuttaessa. Vaikka seuraavassa kappaleessa käsitellään nuorten kanssa toimivia ammattilaisia omana kohderyhmänään, on myös heille järjestettyjen koulutusten ja yhteistyön tavoitteena kuitenkin lopulta juuri laadukkaasti tiedon ja neuvonnan tarjoaminen nuorille.

Haasteena nuorille suunnatun palvelun kehittämisessä ja markkinoinnissa on se, että nuoret eivät muodosta yhtä, tasaista kohderyhmää, vaan esimerkiksi 13-24 –vuotiaiden ryhmä jakautuu vielä edelleen pienempiin ryhmiin, joilla on erilaiset tarpeet myös tiedotuksen suhteen. Yksinkertaisimmillaan eri ryhmille suunnattu markkinointi voi tarkoittaa erilaisia julisteita eri oppilaitoksille. (Valjus 2003, 92) Nuokka.fi-palvelun kohdalla ikähaarukka on melko laaja, pitäen sisällään nuoret ja nuoret aikuiset yläkouluikäisistä 29-vuotiaisiin (pohjana nuorisolain määritelmä).

Nuorten huomioiminen kohderyhmänä tarkoittaa heille suunnitellut markkinointimateriaalin tuottamista ja jakamista eri tilaisuuksissa, (koordinaattorin) osallistumista nuorille suunnattuihin tapahtumiin, verkossa toimivista vaikuttamismahdollisuuksista tiedottamista ja nuorilta saatavan palautteen huomioimista palvelun kehittämisessä.

## 4.2. Nuorten kanssa toimivat tahot

Nuorten kanssa toimivat ammattilaiset on eritelty omaksi kohderyhmäkseen esimerkiksi markkinointiin liittyvien kysymysten selkeyttämisen vuoksi. Sopivien markkinointitapojen valinta helpottuu, kun materiaalit voidaan tuottaa selkeästi kahdelle eri ryhmälle.

Säännöllisesti järjestettävät koulutustilaisuudet on myös helpompi käsitellä omana, tälle kohderyhmälle suunnattuna kokonaisuutena. Kaikille nuorten kanssa työskenteleville avoimia koulutustilaisuuksia järjestetään ensimmäisen hankekauden aikana kahdeksan. Koulutusten sisällöt suunnitellaan sen mukaan, mitkä aiheet ovat ajankohtaisia ja nuorten tiedonsaantia, kohtaamista tai kuulemista edistäviä. Alustavan kartoituksen<sup>5</sup> perusteella toivottuja aiheita ovat muun muassa älypuhelimien sovellukset ja mahdollisuudet, (sosiaalisen) median tehokas käyttö, pelaaminen ja ”nettisanasto” (nuorten käyttämät sanat ja sanonnat netissä).

Pääpaino myös nuorten kanssa toimivien ammattilaisten informoimisessa ja kouluttamisessa tulee olla nuorten palveleminen. Jokaisen koulutuksen yhteydessä tulisi syntyä ainakin yksi konkreettinen käytännön sovellutus nuorten palvelutyöhön. Koulutusten sisältöjä on avattu tarkemmin kappaleessa 6.4.

## 5. Henkilöstö

Opetus- ja kulttuuriministeriöltä haettava avustus kattaa yhden kokoaikaisen työntekijän palkkaamisen.<sup>6</sup> Muu henkilöstö muodostuu koordinaattorin kanssa tiiviisti työskentelevistä nuorisotoimen vakituisista työntekijöistä.

### 5.1. Hankekoordinaattori

Koordinaattorin tehtäviin kuuluu hankesuunnitelman toteuttaminen, arviointi ja raportointi, viestintä sekä koulutusten organisointi. Koordinaattori huolehtii hankkeen aikana tiedottamisesta sekä ohjausryhmän jäsenille ja kuntien johdolle että yhteistyötahoille. Lisäksi hän huolehtii nuokka.fi-palvelun markkinointimateriaalien tuottamisesta ja tilaamisesta.

---

<sup>5</sup> Epävirallinen kysely viikolla 47 Porin kaupungin vapaa-aikaviraston nuorisotyöntekijöille ja nuoriso-ohjaajille

<sup>6</sup> Ks. Hankkeen suunniteltu budjetti, liitteenä

Hankkeen alussa koordinaattori tekee viestintäsuunnitelman tämän hankesuunnitelman perusteella. Suunnitelman tavoitteena on yhdenmukaistaa (Karhukuntien alueen) nuorisotoimien sosiaalisen median käyttöä siten, että se yhtäältä tukee tieto- ja neuvontapalvelun markkinointia ja toisaalta tuo nuorille erilaisia mahdollisuuksia ottaa yhteyttä ja saada neuvontaa kysymyksiinsä asuinpaikkakunnasta riippumatta.

Koordinaattori kokoaa säännöllisesti palvelusta saadun palautteen ja käy sen tarvittaessa läpi muun henkilöstön sekä nuorten edustajien kanssa. Hän myös tapaa nuorten vaikuttajaryhmiä, ja kuuntelee heidän näkemyksiään palvelusta ja sen sisällöistä.

Koordinaattori osallistuu kansalliseen toimintaan (koulutukset, seminaarit, verkostot) ja konsultoi tarvittaessa asiantuntijatahoja.<sup>7</sup>

## 5.2. Muu henkilöstö

Koordinaattorina toimivan työntekijän lisäksi hanke työllistää mukana olevia kuntia suunnitelman mukaan keskimäärin kolme tuntia viikossa. Hankkeen koordinoivana tahona toimii Porin kaupungin vapaa-aikavirasto, jonka resurssiksi on arvioitu yhteensä 15 viikkotyötuntia. Tuntimääriin sisältyy hankkeen ohjausryhmän kokouksiin osallistuminen, paikallisyhteistyötä eri toimijoiden kanssa sekä koulutuksiin osallistuminen. Porin kaupungin kohdalla hanke työllistää henkilöstöä lisäksi muun muassa taloudellisissa kysymyksissä.

Koordinaattorin lähiesimiehenä toimii Porin kaupungin vapaa-aikaviraston nuorisoyksikön esimies, nuorisosihteeri Anne Leppänen. Myös yksikön verkkonuorisotyöntekijän työpanos näkyy hankkeen suunnitteluna ja koordinaattorin avustamisena.

Koordinaattorin lisäksi yllä mainitut muuhun henkilöstöön kuuluvat työntekijät osallistuvat myös valtakunnallisiin koulutuksiin ja seminaareihin (lähinnä Koordinaatin järjestämät tilaisuudet) varatun resurssin puitteissa, ja hyödyntävät niissä syntyneitä verkostoja.

## 6. Osaamista, verkostoitumista ja nuorten osallistumista edistävä toimintamalli

Hankkeen tavoitteiden toteutumiseksi luodaan toimintamalli, joka jää toimimaan myös hankkeen päätyttyä. Seuraavissa alakappaleissa on käsitelty tarkemmin toimintamallin eri osa-alueita.

---

<sup>7</sup> Mm. Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus, Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus



## 6.1. Alueellinen toiminta nuorten tieto- ja neuvontatyössä

Vuosien 2010-2014 aikana toteutetun mediapajahankkeen aikana yhdeksän kunnan alueellinen yhteistyö koettiin mielekkääksi, sillä yksittäisillä kunnilla ei olisi ollut resursseja vastaavan hankkeen koordinointiin. Monen kunnan työntekijäresurssit ovat erittäin pienet. Esimerkiksi Nakkilassa tai Pomarkussa ei ole vakituista nuorisotyöntekijää. Tällöin seutukunnallisen yhteistyön tarve on todella suuri: ilman sitä vastaavaa nuorille suunnattua palvelua on mahdotonta ylläpitää.

Nuorille alueellinen palvelu näyttäytyy parhaimmillaan ajantasaisena ja luotettavana tiedonlähteenä sekä mahdollisuutena osallistua niin oman kunnan päätöksentekoon kuin laajempiin kokonaisuuksiinkin. Esimerkkinä jo aiemmin käynnistetystä Porin seudun nuorten yhteisestä toiminnasta on Karhukuntien nuorten verkkolehti KooäNVEe.<sup>8</sup> Verkkolehden perustamisen jälkeen siinä on ollut mukana nuoria toimittajia kaikista Karhukunnista, ja aiheet ovat vaihdelleet oman paikkakunnan ruokailumahdollisuuksista koulumaailmaan. Omasta asuinkunnasta kirjoittaminen tai sen kuvaaminen on usein koettu mukavaksi, ja nuoret ovat halunneet jakaa kotipaikastaan myös muille sellaisia asioita, jotka he kokevat itselleen tärkeiksi.

Verkkosivumuotoinen palvelu on nuorelle matalan kynnyksen paikka, josta voi saada nopeasti tietoa asuinpaikkakunnasta huolimatta. Tarkoituksena ei ole tehdä korjaavaa työtä tai käsitellä pitkäkestoisesti vaikeita kysymyksiä, vaan neuvoa nuorelle mistä hän voisi saada tarvitsemaansa apua ja tarvittaessa auttaa palvelun pariin hakeutumisessa. Kyse on ennaltaehkäisevästä palvelusta, jonka avulla ylläpidetään lasten ja nuorten hyvinvointia ja terveyttä sekä edistetään heidän osallisuuttaan. Parhaimmillaan netti tukee nuoren kasvua antamalla erilaisia mahdollisuuksia löytää tietoa pitkistä välimatkoista huolimatta (Huttunen, Lauha, Middeke & Säilä 2014, 27).

Esimerkiksi palvelujen saatavuus, opiskelupaikkojen sijainti tai työllistyminen ovat (lasten ja nuorten elämiin liittyviä asioita, joiden paikkakuntakohtaiset erot ovat paikoitellen suuria. Kuitenkin lapsi- ja nuorisopolitiikan kehittämisohjelman mukaan lapsille, nuorille ja lapsiperheille on tarjottava heidän tarvitsemaansa apua mahdollisimman pian asuinpaikkakunnasta riippumatta. (Lapsi- ja nuorisopolitiikan kehittämisohjelma 2012-2015, 26.) Ohjelman tavoitteita voidaan toteuttaa hankkeessa antamalla verkon kautta mahdollisuus tiedonsaantiin jo varhaisessa vaiheessa. Alueellisen palvelun avulla nuori voi saada esimerkiksi yllä mainituista asioista tietoa laajemmalta alueelta, kuin omalta paikkakunnaltaan. Tämä on luontevaa ja tarpeellista jo siksi, että monet Jeesarissa esitellyistä palveluista löytyvät vain Porista. Alueellisen yhteistyön avulla voidaan vastata myös pienempien paikkakuntien nuorten tiedontarpeisiin.

## 6.2. Markkinointi

Markkinointia tarvitaan, jotta palvelulle saadaan kävijöitä, kävijät taas pitävät palvelun ajankohtaisena sekä nuorten että heidän kanssaan toimivien ammattilaisten silmissä. Markkinoinnin tavoitteena on tehdä palvelu tunnetuksi suurelle yleisölle ja näin luoda sille kysyntää. Selkeän

---

<sup>8</sup> <http://kooanvee.net/>

markkinointisuunnitelman laatiminen hankkeen alussa toimii konkreettisenä työkaluna päästä tavoitteisiin. (Valjus 2003, 90-91). Nuokka.fi-palvelun hyvä ja suunnitelmallinen markkinointi edistää myös sen saavutettavuutta: nuorten ei voida olettaa käyttävän palvelua, jos he eivät tiedä siitä.

Nuokka.fi:n luomisessa visuaalinen ilme on huomioitu ulkoasun huolellisena suunnitteluna. Tämän lisäksi markkinoinnin kannalta ehkä oleellisin lisäys on palvelun maskotti, ”perseeseen ammuttu karhu”. Alun perin vitsistä kimmonnut hahmo on negatiivinen, eikä sillä juurikaan ole luottoa asioiden onnistumiseen. Lyhyesti kerrottuna karhu neuvoa nuorta tekemään juuri niin, kuin palvelun tekijät eivät toivo hänen tekevän. Vastaavaa vaikuttamistapaa on käyttänyt irlantilainen nuorten sivusto SpunOut ”Ditch the monkey” -animaatioissaan.<sup>9</sup> Karhua tullaan hyödyntämään palvelun markkinoinnissa, ja sillä pyritään luomaan tarinallisuutta sosiaaliseen mediaan.

Ulkoasu on pidetty melko neutraalina, ja eri ryhmiin vaikuttaminen pyritään tekemään maskotin avulla (esimerkiksi vaihtelevat tekstit puhekuplissa sekä muiden hahmojen käyttö karhun kanssa).<sup>10</sup> Visuaalinen ilme sekä sitä varten suunniteltu maskotti toimivat pohjana markkinointimateriaalille. Materiaalit suunnitellaan ja tilataan erikseen molemmille kohderyhmille. Nuorille suunnattu materiaali pyrkii houkuttelemaan sivustolle käyttäjiä, kun taas ammattilaisille ja yhteistyökumppaneille tuotettu materiaali tähtää pitämään palvelun ajankohtaisena. Nuorille suunnattuja markkinointimateriaaleja ovat esimerkiksi julisteet, tarrat, karkkirasiat sekä palkintoina tai erityistilaisuuksissa jaettavat erikoisemmat tuotteet (kuten tuulilasin jääraaputtimet ja juomapullot). Ammattilaisille suunnatussa materiaalissa voidaan taas muistuttaa oman palvelun tietojen tarkastamisesta tasaisin väliajoin (esim. ”Muista tarkistaa Jeesari-tiedot!” -teksti muistilappuvihon yläkulmassa).

### 6.3. Nuorten osallisuus

Nuorten näkökulma minkä tahansa heille suunnatun palvelun järjestämisessä on ensiarvoisen tärkeä. Ryhmän nuoria voi esimerkiksi ottaa ammattilaisen avustuksella mukaan luomistyöhön (Sildnik 2014, 100). Tähän mennessä nuoret ovat voineet osallistua palvelun toteutukseen nimikisan muodossa. Ennen palvelun julkaisua sitä tullaan tarkastelemaan nuorista koostuvien pienryhmien kanssa, jonka jälkeen palveluun voidaan tehdä muutoksia tapaamisissa nousseiden ajatusten ja ideoiden pohjalta.

Nuorten kuulemisessa hyödynnetään myös olemassa olevia malleja. Esimerkiksi Porissa järjestetään keskiviikkona 21.1.2015 koulujen oppilaskuntien edustajille sekä ohjaaville opettajille tilaisuus, jonka yhtenä aiheena on uuden palvelun ilmestyminen, sekä nuorten mahdollisuudet osallistua sen arviointiin ja sisällöntuotantoon. Jotta kuuleminen ei keskittyisi vain sivuston lanseeraukseen, hyödynnetään jo olemassa olevia nuorten vaikuttamisryhmiä, kuten nuorisovaltuustoja siten, että jokaisen Karhukunnan nuorisovaltuusto (tai muu vaikuttajaryhmä) nimeää hankkeeseen edustajan, joka toimii viestinviejänä hankkeen ohjausryhmän ja nuorten ryhmien välillä. Nuorten saattaa olla

<sup>9</sup> <http://spunout.ie/ditchthemonkey>

<sup>10</sup> Ks. Liite 1

helpompi antaa palautetta ja tuoda ajatuksiaan julki esimerkiksi oman ikäisensä edustajan kautta, kuin koordinaattorille. Edustajalla on kuitenkin oltava käsitys palvelusta ja sen tarkoituksesta, jotta hän voi esittää asian muille. Siksi nuorilla on mahdollisuus osallistua ohjausryhmän kokouksiin, ja koordinaattori tapaa heitä myös tarvittaessa kokousten ulkopuolella.

Nuorisotyössä korostetaan lähes kaikessa toiminnassa nuorten osallisuutta. Nuorten mahdollisuus osallistua on kuitenkin varsin riippuvaista heidän saamastaan tiedosta ja neuvonnasta. Yhteiskunta on nykyisellään monimutkainen ja hyvin paljon erilaisia mahdollisuuksia tarjoava. Nuoret eivät pysty osallistumaan toimintaan, josta he eivät tiedä. Lisäksi ”informaatioähky” vaikeuttaa monen itsenäistä tiedonhakua. Tieto olemassa olevista palveluista edistää nuoren mahdollisuutta elää tehokasta elämää ja olla osallisena yhteisössään. Muuttuvassa yhteiskunnassa nuorisotiedotus auttaa nuoria tunnistamaan ja kehittämään omia resurssejaan, taitojaan ja strategioitaan. (Faché 2014, 47-49.) Tästä syystä hankekoordinaattorin tehtäviin kuuluu myös yhteydenpito nuoriin, sekä nuorten kysymysten vastaanottaminen sekä välittäminen eteenpäin muille asianomaisille vastaajille.

Hankkeen yhteydessä nuorten vaikuttamismahdollisuuksia oman kuntansa asioihin tuetaan kansallisen verkkodemokratiapalvelun avulla. Ainakin Pori on ilmoittanut alustavan kiinnostuksensa uuden vuoden 2015 alussa julkaistavan nuortenideat.fi:n käyttöönottoon. Lähes kaikissa Karhukunnissa on ollut käytössä aloitekanava, ja sen käytöstä on esimerkiksi Ulvilassa ja Nakkilassa hyviä kokemuksia. Koordinaatin Aloitekanava-tuen päättyessä muutkin Karhukunnat ottanevat nuortenideat.fi-palvelun käyttöönsä. Nuortenideat.fi tullaan sisällyttämään palveluun Vaikuttaminen-otsikon alle, ja sitä markkinoidaan Nuokka.fi-palvelun yhteydessä.

Nuorten ääni ja kokemukset näkyvät palvelun tietoartikkelien yhteyteen lisättävinä ”kokemuspalstoina”. Palstoja lisätään vähitellen palvelun lanseerauksen jälkeen, mutta siellä on jo nyt EVS-ohjelman kautta Suomeen tulleen ranskalaisen Danyn kirjoitus hänen kokemuksistaan sekä 19-vuotiaan Heikun ajatuksia kesätöistä Islannissa pari vuotta sitten.

#### 6.4. Koulutusten sisällöt

Aktiivinen yhteydenpito nuoriin sosiaalisen median kautta tai pelkkään tiedottamiseen tähtäävä ote vaativat erilaisia painotuksia. Sosiaalisen median hyödyntämisen luonne vaikuttaa myös esimerkiksi käyttäjäprofiilien luomiseen: jos ammattiprofiilin kautta halutaan esimerkiksi saada yhteys nuoriin, on hieman yksilöllisempi ja henkilökohtaisempi lähestymistapa todennäköisesti toimivampi. Sen sijaan laajemmalle yleisölle tiedotettaessa profiilin sisältö on luonnollisesti muodollisempi. (Silfverberg 2014, 54-55.) Moni nuorisotyön ammattilainen on avannut esimerkiksi ”ammattitilin” facebookiin (vaikkakin useamman profiilin ylläpito on vastoin kyseisen palvelun käyttöehtoja). Sen sijaan voi olla vaikeaa ideoida miten nettiä ja sosiaalista mediaa voisi hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti nuorisotyössä, tai miten sen kautta voi palvella nuorta.

Henkilöstön osaamista ja verkostoitumista edistetään pääasiassa koulutuksilla sekä aktiivisella viestinnällä. Vaikka työntekijän työnkuvaan ei liittyisikään varsinaista tieto- ja neuvontatyötä, voi perusteiden tiedostamisesta olla hyötyä muissakin tehtävissä. Nuorten kanssa työskentelevät

kohtaavat toisinaan tilanteita, joissa vastaus nuoren kysymykseen tai ongelmaan löytyy muualta kuin oman työn piiristä. Nuorisotiedotus voidaan nähdä konkreettisenä työkaluna kohdata nuorten tarpeita alati muuttuvassa maailmassa, toisaalta sen kaltainen toiminta tukee myös nuorten omien taitojen kehittymistä (Sildnik 2014, 97). Tästä syystä yhtenä koulutussisältönä tulee olemaan puhtaasti nuorten tieto- ja neuvontatyö.

Puhuttaessa verkon välityksellä tehtävästä työstä, nousee työntekijöiden riittävä tekninen tietotaito usein kysymykseksi. Suuri osa Euroopan nuorista käyttää älypuhelimia, jolloin internet tulee tiedon lähteenä yhä merkittävämmäksi (Sildnik 2014, 98). Vaikka tekniset taidot ovat toki merkittävä osa internetissä työskentelyä, liittyy siihen myös muita erityiskysymyksiä ja kasvokkain kohtaamisesta poikkeavia toimintatapoja. Näiden avaaminen nuorten kanssa toimiville saattaa tuoda uusia näkökulmia nuorten elämiin liittyviin kysymyksiin, ja toisaalta mahdollistaa myös uusien nuorten kohtaamisen. Koulutuksissa voidaan tarpeen mukaan luoda yleiskatsauksia ajankohtaisiin ilmiöihin, tai keskittyä jonkin tietyn menetelmän läpikäymiseen. Alustavan kartoituksen perusteella sosiaalinen media, nuorten netissä käyttämät ilmaisut ("nettislangi") ja älypuhelimien sovellukset ovat alueita, joista halutaan oppia lisää.

Hankkeessa pyritään myös kehittämään ammattilaisten (verkossa tapahtuvaa) yhteistyötä. Esimerkiksi Helsingin sosiaaliviraston Vespa-hankkeen kohdalla todettiin, että moniammatillisella verkkopalvelumallilla voidaan tarjota nuorelle mahdollisuus keskustella luotettavan aikuisen kanssa hänelle itselleen luontevassa ympäristössä. Esimerkiksi vakavampien kysymysten (koulukiusaaminen, masennus, itsetuhoisuus, perheen sisäiset ongelmat) kohdalla laaja-alaisesta asiantuntemuksesta on hyötyä. (Opas nuorille suunnatun moniammatillisen chat-palvelun järjestämisestä, 12.)

### **Koulutukset tulevat ensimmäisen hankekauden aikana käsittelemään seuraavia aiheita:**

1. Jimmy – nuorille suunnatun tiedon välittäjä -koulutus (Koordinaatti)
2. Katsaus Nuokka.fi ja Jeesari-palveluihin ja niiden sisältöön
3. Palvelun käyttökoulutus, osa 1(järjestetään tarvittaessa useammassa pienryhmässä atk-tilojen vuoksi)
4. Palvelun käyttökoulutus, osa 2(järjestetään tarvittaessa useammassa pienryhmässä atk-tilojen vuoksi)
5. Älypuhelimien sovellukset ja niiden hyödyntäminen nuorisotyössä ja nuorten neuvonnassa
6. Sosiaalinen media nuorisotyössä. Markkinointia vai nuoren kohtaamista? Osa 1(mm. facebook, Twitter, Instagram)
7. Sosiaalinen media nuorisotyössä. Markkinointia vai nuoren kohtaamista? Osa 2 (mm. facebook, Twitter, Instagram)
8. Nuortenideat.fi (Koordinaatti)

Hankkeen sisällä järjestettävien koulutusten lisäksi erityisesti hankekoordinaattori ja muut hankkeelle keskeiset työntekijät (esimerkiksi ohjausryhmän jäsenet) osallistuvat kansallisiin koulutuksiin ja seminaareihin. Niiden avulla alueellinen työ voidaan tuoda laajempaan yhteyteen, ja samalla luodaan valtakunnallisia verkostoja paikallista työskentelyä tukemaan.

## 6.5. Palvelun laadun arviointi ja ylläpito

Hankekoordinaattorin tehtävänä on sivuston markkinoinnin lisäksi huolehtia sivuston kehittämisestä ja siihen liittyvän tiedon keräämisestä. Nuokka.fi-palvelun tilaa arvioidaan kävijätilastojen, kyselyjen ja saadun palautteen avulla.<sup>11</sup> Näiden lisäksi hankkeen aikana seurataan koulutusten vaikutuksia työntekijöiden sosiaalisen median käyttöön osana työtään säännöllisten kyselyiden avulla.

Porin tiäksää.fi-sivuston sekä KooäNVee-verkkolehden käytössä on ollut Koordinaatin tarjoama nutitilastot.fi-palvelu, johon on kerätty sivujen kävijämäärät sekä esimerkiksi sähköpostitse tai sosiaalisessa mediassa käydyt keskustelut. Jotta nuorilta saadaan palautetta, on sen antamisesta tehtävä mahdollisimman välitöntä ja helppoa. Jokaisen artikkelin loppuun lisätään yksinkertaiset palautenapit, joiden avulla nuori voi kertoa palvelun ylläpitäjille, saiko hän etsimänsä tiedon ja oliko hän tietoon tyytyväinen. Saadun palautteen pohjalta palvelua voidaan arvioida ja siihen voidaan tarvittaessa tehdä muutoksia.

Palvelun uuden visuaalisen ilmeen lisäksi huomiota on kiinnitetty jo suunnitteluvaiheessa sivuston käytettävyyteen ja erityisesti mobiilikäyttöön. Koska nuoret käyttävä nettiä yhä enemmän älypuhelimillaan perinteisten päätteiden sijaan, on sivusto suunniteltu mobiililaitteita silmälläpitäen. Sivustolle on lisätty myös muita käyttöä ja tiedon löytymistä helpottavia työkaluja perinteisen hakupalkin lisäksi, kuten mahdollisuus suodattaa tietoja esimerkiksi oman asuinpaikkakunnan mukaan.<sup>12</sup> Tällaiset tekniset kysymykset ovat osa palvelun laatua, kun kyseessä on verkkoon toteutettu kokonaisuus. Palvelun ylläpidosta (myös teknisestä) vastaa Porin kaupungin vapaa-aikavirasto, jolloin esimerkiksi julkaisualustan päivitykset ja tietoturvasta huolehtiminen on osa palvelun huoltoa.

Palvelun arvioinnissa hyödynnetään Koordinaatin suunnittelemaa auditointimallia. Arviointien kautta saatu tieto toimii kehittämisen tukena, ja sen avulla voidaan sekä kuvata toimintaa ja sen sisältöä että asettaa konkreettisia tavoitteita. Tavoitteena on, että hyödyntämällä auditointimallia kaikilla hankkeessa mukana olevilla kunnilla ja niiden (nuoriso)työntekijöillä on yhteinen ymmärrys siitä, mitä nuorten tieto- ja neuvontatyö on ja mitä se merkitsee. Hankekoordinaattori käyttää auditointimallia työkaluna esimerkiksi työtä koskevan keskustelun herättelyssä ja sisältöjen suunnittelussa. Suunnitelmallisen arvioinnin avulla toimintamallin luomisessa mukana olevat

---

<sup>11</sup> Ks. Valjus 2003, 91

<sup>12</sup> Ks. Liite 2

työntekijät myös kehittävät kykyään arvioida toimintaa ja antaa palautetta. Osaamiskartta auttaa seuraamaan miten työntekijöiden osaaminen on kehittynyt hankkeen aikana.

## 7. Aikataulu

Hankkeen suunniteltu kokonaispituus on kolme vuotta. Jokaisena kautena tullaan painottamaan hieman eri kokonaisuuksia.

- 1.vuosi** Nuorille suunnatun palvelun markkinointi ja arviointi
- 2.vuosi** Sosiaalinen media nuorisotyöntekijöiden ja muiden nuorten kanssa toimivien käytössä, toimintamallin tarkentaminen ja konkreettisten ohjeistusten luominen
- 3.vuosi** Toimintamallin viimeistely, vakiinnuttaminen ja raportointi

### 7.1. Ensimmäisen hankekauden aikataulusuunnitelma

Kevään ja kesän 2015 aikana luodaan myös markkinointisuunnitelma. Markkinointimateriaali suunnitellaan ja toteutetaan sivuston graafista ilmettä mukaillen ja maskottia hyödyntäen.

Markkinointimateriaalit tilataan kesän aikana siten, että ne valmistuvat koulujen alkuun mennessä jaettavaksi nuorille. Markkinointisuunnitelmaa arvioidaan tarpeen mukaan esimerkiksi palautteen ja sivuston käyttäjämäärien perusteella. Työntekijät saavat myös perehdytyksen nuorten tieto- ja neuvontatyöhön heti hankkeen alussa Jimmy-koulutuksen muodossa.

Syksyn aikana tehdään hakemus toiselle hankekaudelle. Koulutuksissa keskitytään käsittelemään nuorten netinkäyttötapoja, sosiaalista mediaa ja siellä oloa nuorisotyöntekijänä. Kevät 2016 varataan ensimmäisen hankekauden tarkasteluun ja raportointiin.

Hankkeen ohjausryhmä kokoontuu pääsääntöisesti kerran kahdessa kuukaudessa, tarvittaessa useammin. Hankkeen auditoinnissa tullaan noudattamaan samoja aikavälejä, jotta palvelua ja työntekijöiden osaamista seurataan säännöllisesti koko hankkeen ajan.

#### **Huhtikuu 2015**

- Ensimmäisen koulutustilaisuuden järjestäminen: Jimmy – nuorille suunnatun tiedon välittäjä (Koordinaatti)
  - o Koulutuksessa perehdytään nuorten tieto- ja neuvontatyöhön ja siihen miten työmuotoa voi hyödyntää arjen nuorisotyössä (nuorisotalot ja -tilat)
  - o Kurssin jälkeen osallistujat voivat toimia ”Jimmyinä”
- Koordinaattori aloittaa markkinointisuunnitelman ja markkinointimateriaalin valmistamisen
- Tapaaminen nuorisovaltuustojen (tai muiden nuorten vaikuttajaryhmien) kanssa
  - o Keskustelua palvelusta ja sen toimivuudesta nuoren näkökulmasta

## **Toukokuu 2015**

- Järjestetään katsaus Nuokka.fi ja Jeesari -palveluihin ja niiden sisältöön
- Jatketaan markkinointisuunnitelman ja –materiaalin tekoa
- Tapaaminen nuorisovaltuustojen (tai muiden nuorten vaikuttajaryhmien) kanssa
  - o Keskustelua markkinoinnista
- Yhteydenpitoa palveluverkoston, hankkeesta tiedottaminen yhteistyökumppaneille (kuntien järjestöt, seurakunnat yms)

## **Kesäkuu 2015**

- Markkinointimateriaalien tilaukset
- Palvelun ensimmäisen kuuden kuukauden tarkastelu kävijätilastojen ja palautteiden perusteella
- Syksyn tavoitteiden ja toimenpiteiden tarkentaminen arvioinnin pohjalta

## **Heinäkuu 2015**

- Palvelun ja hankkeen markkinointia kesän tapahtumissa
- Syksyn koulutusten suunnittelua

## **Elokuu 2015**

- Koulujen alku: Nuorten palvelun markkinointi koulukierroksin, tempauksin ja kampanjoin
- Järjestetään palvelun ensimmäinen käyttökoulutus (toimii suunnitelman kolmantena koulutuksena)
  - o Järjestetään tarvittaessa useammassa pienryhmässä rajallisten atk-tilojen vuoksi
- Koordinaattori kokoontuu nuorten ryhmien (tai niiden edustajien) kanssa
  - o Sovitaan mahdollisista nuorten tuottamista sisällöistä ja niiden julkaisusta

## **Syyskuu 2015**

- Järjestetään palvelun toinen käyttökoulutus (toimii suunnitelman neljäntenä koulutuksena)
  - o Järjestetään tarvittaessa useammassa pienryhmässä rajallisten atk-tilojen vuoksi
- Toisen käyttökoulutuksen yhteydessä työpaja-muotoista ideointia (palvelun kehittäminen, markkinointi, nuorten aktivoiminen mukaan sisällöntuotantoon)
- Pyydetään nuoria mukaan asiantuntijoiksi seuraavien kuukausien koulutuksiin

## **Lokakuu 2015**

- Järjestetään viides koulutus, jonka aiheena ovat älypuhelinsovellukset ja niiden hyödyntäminen nuorisotyössä ja nuorten neuvonnassa
- Nuoret mukana koulutuksessa asiantuntijoina
- Käydään läpi käytännön menetelmiä, jotka voi ottaa osaksi esimerkiksi nuorisotalon toimintaa (esimerkkinä instagram-kävely tai minecraft-nuorisotila)
- Ohjausryhmä määrittelee tavoitteet ja toimenpiteet toiselle hankekaudelle
- Kirjoitetaan toisen hankekauden rahoituksen hakemus (opetus- ja kulttuuriministeriö)

## **Marraskuu 2015**

- Kirjoitetaan toisen hankekauden rahoituksen hakemus (opetus- ja kulttuuriministeriö)
  - o Pyydetään Koordinaatin kommentit suunnitelmaan
- Järjestetään kuudes koulutus, jonka aiheena on sosiaalinen media nuorisotyössä.
  - o Tarkoituksena on pohtia nuorisotyön näkökulmasta, onko sosiaalinen media pelkkä markkinointiväline vai nuoren kohtaamispaikka
- Nuoret mukana koulutuksessa asiantuntijoina
- Luodaan konkreettisia toimintamalleja ja ohjeistuksia koulutuksessa heränneiden ajatusten pohjalta (esimerkiksi nuorisotyöntekijän instagram-opas)

## **Joulukuu 2015**

- Järjestetään toinen sosiaalista mediaa ja nuorisotyötä koskeva koulutus (suunnitelman 7. koulutus)
- Nuoret mukana koulutuksessa asiantuntijoina
- Kootaan palvelun ensimmäisen vuoden kävijätilastot, palautteet ja kokemukset arviointia varten

## **Tammikuu 2016**

- Palvelun ensimmäisen vuoden tarkastelu kävijätilastojen ja palautteiden perusteella
- Toisen hankekauden koulutusten alustava suunnittelu
- Järjestetään ensimmäisen hankekauden viimeinen koulutus, joka käsittelee nuorten osallisuutta netissä
  - o Tarkastellaan nuortenideat.fi-verkkodemokratiapalvelua (Koordinaatti) ja pohditaan miten sitä voidaan markkinoida ja hyödyntää osana omaa työtä

## **Helmikuu 2016**

- Ensimmäisen hankekauden raportointia

## **Maaliskuu 2016**

- Ensimmäisen hankekauden raportointia
- Toisen hakekauden suunnitelman läpikäyminen ohjausryhmässä, tavoitteiden tarkentaminen
- Toisen hakekauden koulutusten vahvistaminen, kun tieto rahoituksesta on saatu

Sosiaalisen median painotukset ja käsiteltävät palvelut päätetään lähempänä koulutuksia, sillä nuorten netinkäyttötavat ja suositut mediat saattavat tämän hankesuunnitelman kirjoittamisen ja varsinaisen koulutuksen välissä muuttua paljonkin. Koulutusten järjestystä voidaan myös tarvittaessa muuttaa, jos esimerkiksi nuortenideat.fi-verkkodemokratiapalvelun tarkastelu on tarpeen jo aiemmin.



## 8. Toimijat

Jo aiemmin kappaleessa 5 esitellyn henkilöstösuunnitelman lisäksi hankkeessa tehdään yhteistyötä esimerkiksi kuntien eri hallintokuntien (erityisesti Jeesari-palveluun liittyen), sekä esimerkiksi paikallisten nuorten kanssa toimivien järjestöjen, seurojen ja seurakuntien kanssa.

### 8.1. Ohjausryhmä

Ohjausryhmä kokoontuu säännöllisesti tarkastelemaan hankkeen etenemistä ja hankesuunnitelman toteutumista. Ohjausryhmään kuuluu jokaisesta kunnasta 1-2 vapaa-aika tai –nuorisotoimen työntekijää. Lisäksi ohjausryhmään kuuluu Karhukuntatoimiston edustaja. Jokaiselle hankekaudelle valitaan ohjausryhmän puheenjohtaja ja sihteeri. Kappaleissa 3 ja 6.3 esitellyn mallin mukaan myös nuorisovaltuustojen tai muiden nuorten vaikuttajaryhmien edustajat kutsutaan ohjausryhmän tapaamisiin sekä kuulemaan hankkeen etenemisestä, että välittämään nuorten ryhmissä heränneitä ajatuksia ja ideoita kuntien työntekijöille.

Ohjausryhmän kokoontumiset ja kunnan edustus siinä kuuluu kuntien hankkeeseen varaamaan viikkoresurssiin (Porissa 15t/vk, muissa Karhukunnissa 3t/vk). Tämän lisäksi ohjausryhmän jäsenten tehtävänä on huolehtia hankkeeseen liittyvästä tiedottamisesta omassa kunnassaan sekä hankesuunnitelman esittelystä kunnan johdolle.

Ohjausryhmään kuuluu ensimmäisenä hankekautena yhteensä 12 jäsentä sekä hankekoordinaattori.

#### **Ohjausryhmän jäsenet ensimmäisellä hankekaudella:**

Anne Leppänen, nuorisosihteeri	Pori
Anniina Korpi, verkkonuorisotyöntekijä	Pori
Henna Lempiäinen, vs. seutujohtaja	Karhukuntatoimisto
Markku Nevala, vapaa-aikakoordinaattori	Ulvila
Teuvo Munkki, nuoriso- ja liikuntatoimen johtaja	Huittinen
Reija Kankilampi, nuorisoasiainhoitaja	Huittinen
Hanna Lahti, nuorisotyöntekijä	Kokemäki
Miia Jokinen, nuoriso-ohjaaja	Harjavalta
Tiina Palomäki, vapaa-aikasihteeri	Nakkila
Mia Sajantola, nuoriso-ohjaaja	Luvia
Reijo Peltomaa, vapaa-aikasihteeri	Pomarkku

Jari Tuuri, sivistysjohtaja

Merikarvia

## 8.2. Mukana olevat kunnat

Hankkeessa ovat mukana kaikki yhdeksän Karhukuntaa: Pori, Ulvila, Huittinen, Kokemäki, Harjavalta, Nakkila, Luvia, Pomarkku ja Merikarvia. Koordinoivana tahona toimii Porin kaupungin vapaa-aikavirasto.

Hankkeeseen mukaan lähteneet kunnat sitoutuvat varaamaan hankkeen suunnitteluun, arviointiin ja toteutukseen vähintään viikkotuntiresurssin (Porissa 15t/vk, muissa Karhukunnissa 3t/vk). Edellä mainittujen ohjausryhmän kokousten lisäksi kunta sitoutuu tiedottamaan hankkeesta hallintokunnilleen sekä muille yhteistyökumppaneille. Kunnan henkilöstölle (erityisesti nuorisotoimien työntekijät) varataan mahdollisuus osallistua kaikkiin hankesuunnitelmassa esitettyihin koulutuksiin, jolloin kunta vastaa esimerkiksi osallistumisesta koituvista kuluista, kuten päivärahojen maksamisesta.

Kunnat sitoutuvat osallistumaan toimintasuunnitelman luomiseen ja sen noudattamiseen hankkeen päätyttyä. Nuokka.fi ja Jeesari -palveluja markkinoidaan kaikissa Karhukunnissa kampanjoiden, tempausten ja markkinointimateriaalien avulla. Kunta nimeää vähintään yhden henkilön vastaamaan palvelun päivittämisestä ja ylläpidosta yhdessä koordinaattorin ja Porin kaupungin verkkonuorisotyöntekijän kanssa. Päivittämiseen ja ylläpitoon kuuluu mm. tietojen tarkastamista, yhteystieto- ja aukioloaikamuutoksista ilmoittamista, sisällöntuotantoon osallistumista sekä nuorilta tulleisiin kysymyksiin vastaamista. Lisäksi ne kunnat, jotka ottavat nuortenideat.fi-verkkodemokratiapalvelun käyttöönsä, huolehtivat myös sen markkinoinnista samassa yhteydessä, sekä vastaavat palvelun käyttöehtojen toteutumisesta.

## 8.3. Muut yhteistyökumppanit ja linkittyminen muihin palveluihin

Koska monen Karhukunnan nuorisotyön resurssit ovat erittäin pienet, korostuu muiden nuorten elämässä ja vapaa-ajassa toimivien rooli. Yhteistyö merkitsee hankkeesta sekä nuokka.fi-palvelusta tiedottamista järjestöille ja muille vastaaville toimijoille, sekä koulutusten tarjoamista myös heille. Hankkeen aikana vahvistetaan kuntien eri toimijoiden välistä tiedottamista ja verkostoitumista nuorten tieto- ja neuvontapalveluihin liittyvissä kysymyksissä esimerkiksi luomalla selkeä lista henkilöistä, jotka osallistuvat nuokka.fi-palvelun sisällöntuotantoon (esimerkiksi asiantuntijan blogikirjoitus) ja ovat tavoitettavissa, mikäli nuorilta tulleisiin kysymyksiin vastaavat työntekijät tarvitsevat asiantuntijatukea.

Hankkeen tiedotuksessa, toimintamallin koonnissa ja koulutusten järjestelyissä hyödynnetään jo olemassa olevia verkostoja, kuten moniammatillisia yhteistyöryhmiä ja järjestöyhteistyötä.

## 9. Vakinaistamissuunnitelma

Kappaleessa 6 esitetty toimintamalli muodostaa pohjan vakinaistamiselle. Tähän suunnitelmaan kirjattuja osa-alueita ja toimintatapoja tullaan tarkentamaan ja kehittämään koko hankkeen ajan. Rinnalle tuodaan myös konkreettisia, toiminnallisia esimerkkejä ja keinoja hyödyntää verkkoa ja sosiaalista mediaa nuorten kanssa tehtävässä työssä (erityisesti nuorten tieto- ja neuvontatyössä). Näin hankkeen lopussa, kolmannen hankekauden päätyttyä on olemassa valmis, esimerkiksi oppaan muotoon toteutettu kokonaisuus, joka jää käyttöön Karhukuntiin.

Hankkeen aikana jaetut vastuualueet, kuten palvelun tietojen päivittäminen, nuorilta tulleisiin kysymyksiin vastaaminen sekä nuorten osallisuus säilyvät myös hankkeen päätyttyä. Käytännössä siis samat työntekijät, jotka hankkeen aikana vastasivat nuorten kysymyksiin, jatkavat sitä myös hankkeen päätyttyä.

Tavoitteena on, että hankkeen päättyessä vuonna 2018 Karhukuntiin voitaisiin kuntien yhteisellä rahoituksella palkata yhteinen työntekijä huolehtimaan palvelun toiminnasta ja kehittämisestä. Toimintamallin ja hankkeen aikana sovittavien vastuujakojen avulla kuitenkin huolehditaan siitä, että vastaavaa työtä voidaan tehdä myös ilman vakituista työntekijää pienemmässä mittakaavassa. Toiminnan koordinointi voidaan hankkeen jälkeen hoitaa joko siten, että Porin kaupunki jatkaa yhteydenpitoa ja ottaa päävastuun nuokka.fi ja Jeesari -palveluiden ylläpidosta. Toinen vaihtoehto on kierrättää koordinointivastuuta esimerkiksi vuorovuosin siten, että pienimmät kunnat voivat ottaa koordinointivastuun halutessaan myös yhdessä.

## Lähteet

Faché, W. 2014. The Reasoning for youth information and counselling services. Teoksessa Ivanovskis, M., Evaldas, R. (toim.) Compendium on National Youth Information and Counselling Structures. European Youth Information and Counselling Agency.

Härmä, M. 2003. Nuorisotiedotuksen etiikka. Teoksessa Verma-Timonen, P., Fedotoff, J. (toim.) Näkökulmia nuorisotiedotus- ja neuvontatyöhön. Helsinki: Helsingin kaupungin nuorisoasiain keskus, Oulun kaupungin nuorisoasiainkeskus.

Opetus- ja kulttuuriministeriö, Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto 2012. Lapsi- ja nuorisopolitiikan kehittämisohjelma 2012-2015. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:6.

Saukko, M., Parikka, M. ?. Opas nuorille suunnatun moniammatillisen chat-palvelun järjestämisestä. Lasten ja nuorten verkkososiaalipalvelut (Vespa) –osahanke, Etelä-Suomen Lapsen ääni –kehittämisohjelma, Helsingin sosiaalivirasto.

Sildnik, H. 2014. Skills of a youth information worker. Teoksessa Ivanovskis, M., Evaldas, R. (toim.) Compendium on National Youth Information and Counselling Structures. European Youth Information and Counselling Agency.

Silfverberg, S. 2014. Facebook-profiili ammatillisessa käytössä – Kuka minun tulisi olla? Teoksessa Lauha, H., Tuuttila, L. (toim.) Verkko nuorisotyössä – Nuorisotyö verkossa. Helsinki: Verke – Verkko nuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.

Valjus, K. 2003. Nuorisotiedotuspalvelujen suunnitelmallinen markkinointi. Teoksessa Verma-Timonen, P., Fedotoff, J. (toim.) Näkökulmia nuorisotiedotus- ja neuvontatyöhön. Helsinki: Helsingin kaupungin nuorisoasiain keskus, Oulun kaupungin nuorisoasiainkeskus.

Esimerkkejä markkinointimateriaaleista



## Kuvakaappauksia demosivustosta (27.10.2014)

Esimerkki artikkelien esittämistavasta.

Esimerkki artikkelien suodattamisesta paikkakunnan mukaan. Käyttäjä voi esimerkiksi valita, että sivu näyttää vain Harjavallan nuorisotilat.

Porin kaupungin vapaa-aikavirasto ja Porin seutukunta, 2014

*tutustu netissä: [uudistus.tiaksaa.fi](http://uudistus.tiaksaa.fi)*