

Tiina Vesa

Helsinkiläisen sosialidemokraattisen nuorisojärjestön viestintäsuunnitelma

Case: Stadin demarinuoret

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi AMK

Viestintä

Opinnäytetyö

22.11.2013

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Tiina Vesa Helsingiläisen sosialidemokraattisen nuorisjärjestön viestintäsuunnitelma, case: Stadin demarinuoret 31 sivua + 2 liitettä 22.11.2013
Tutkinto	Medianomi AMK
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Digitaalinen viestintä
Ohjaaja	Lehtori Katri Myllylä
<p>Tässä opinnäytetyössä esittelen toteuttamani viestintäsuunnitelman Helsingin sosialidemokraattiselle nuorisopiiri ry:lle eli Stadin demarinuorille. Viestintäsuunnitelmassa on strategiset tavoitteet sekä kuvattuna keinoja ja välineitä onnistuneeseen järjestöviestintään. Työssä hain vastausta kysymykseen, miten poliittisen nuorisjärjestön kannattaa viestiä Helsingissä.</p> <p>Stadin demarinuoret on yksi Helsingin vanhimmasta nuorisjärjestöistä. Se toimii valtakunnallisen Sosialidemokraattisten nuorten Helsingin piirijärjestönä. Jäseniä voivat olla 15–32-vuotiaat helsinkiläiset nuoret, järjestöllä on myös kannatusjäseniä.</p> <p>Työn tutkimusosuus koostuu aineistoista, jotka sain tekemällä survey-tutkimuksen jäsenille 6.-21.10.2013 välisenä aikana. Haastattelin myös kahden poliittisen nuorisjärjestön viestintäasiantuntijaa. Olen kerännyt aineistoa myös havainnoimalla, koska työskentelin vuoden 2013 helmikuusta lokakuuhun järjestössä.</p> <p>Tein survey-tutkimuksen kyselynä järjestön jäsenille. Kyselyssä oli sekä määrällisesti, että laadullisesti mittaavia kysymyksiä. Kyselyn vastausprosentin jäädessä alhaiseksi, tein strukturoidun sähköpostihaastattelun kahdelle poliittisen nuorisjärjestön viestintäasiantuntijalle.</p> <p>Viestintäsuunnitelmassa kiinnitin huomiota sosiaalisen median tärkeyteen osana toimivaa järjestötiedottamista. Jaottelin suunnitelmassa sisäisen ja ulkoisen viestinnän toimet sekä välineet, koska strategiaan tavoitteisiin kuuluvat jäsenhankinta, jäsenhuolto ja asiantuntijaviestinnän nostaminen keskiöön. Viestintäsuunnitelma sisältää käytännön keinoja jäsenviestinnän toteuttamiseksi ja niitä noudattamalla uskon, että järjestön uskottavuus poliittisena toimijana Helsingissä nousee.</p>	
Avainsanat	Viestintäsuunnitelma, Poliittinen nuorisjärjestö, Sosialidemokraattiset nuoret, Stadin demarinuoret, Järjestöviestintä

Author Title Number of Pages Date	Tiina Vesa Strategic communications plan for Socialdemocrat Youth in Helsinki 31 pages + 2 appendices 22 November 2013
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor	Katri Myllylä, Senior Lecturer
<p>In this thesis I present the implementation of a strategic communications plan for The Social Democratic Youth in Helsinki. The communications plan includes strategic goals as well as methods and tools for successful communication in organization. I am searching an answer to the question of how the political youth organization should communicate in Helsinki.</p> <p>The Social Democratic Youth in Helsinki is one of the oldest political organizations in Helsinki. It is the Helsinki district organization of the Social Democratic youth Finland. Members on the organization are from 15 to 32 years people living in Helsinki. The organization has also supporting members.</p> <p>I did the research as a survey-research and by interviewing. The enquiry survey was sent to members of the organization. I have also collected data by observing since I worked for the organization from February to October in 2013.</p> <p>The survey had both quantitatively and qualitatively orientated questions. The survey response rate was rather low so I did structured interview by e-mail for two communications professionals working in political youth organizations.</p> <p>The communications plan drew attention to the importance of social media as part of the organizations communications. I divided the plan for internal and external communication. Strategic objectives include membership development, member service and expert communications. The communication plan will include practical ways to carry out the communications. I believe that the organization's credibility as a political actor in Helsinki will rise after implementation of this communications plan</p>	
Keywords	Communications Plan, Political Youth Organization, Social Democratic Youth Finland, Social Democratic Youth Helsinki

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Poliittinen nuorisotyö sosialidemokraattisessa liikkeessä	2
2.1	Puoluepoliittiset nuorisojärjestöt osana Helsingin nuorisotyötä	3
2.2	Sosialidemokraattiset nuoret valtakunnallisena järjestönä	4
2.3	Stadin demarinuoret	6
3	Järjestöviestintä Stadin demarinuorissa	7
3.1	Yhdistyksen verkkosivuilta löytyy olennainen tieto	8
3.2	Sosiaalinen media tärkeässä roolissa Stadin demarinuorten viestinnässä	8
3.3	Postia jäsenille sähköisesti tai kuoressa	10
3.4	Järjestöviestinnän nykytilan arviointi ja tavoitetila	11
4	Miten järjestö viestii jäsenistönsä mielestä?	12
4.1	Tutkimuskysymysten asettelu	13
4.2	Survey-kyselyn toteuttaminen	14
4.3	Kyselyn tulokset kertovat epäaktiivisuudesta	14
4.4	Haastattelut	17
5	Viestintäsuunnitelma Stadin demarinuorten käyttöön	19
5.1	Kohti asiantuntijaviestintää	19
5.2	Pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteet	20
5.3	Stadin demarinuorten viestintäsuunnitelma 2014-2016	20
5.3.1	Verkkosivut ja sähköposti	22
5.3.2	Mielipidekirjoitukset	23
5.3.3	Tiedotteet ja kannanotot	23
5.3.4	Blogit ja kommentit	24
5.3.5	Facebook, Twitter, Foursquare	24
5.3.6	Vaalit ja tapahtumat	27
5.3.7	Haastattelut ja kriisiviestintä	28
5.3.8	Mediaseuranta	28
6	Pohdinta	29
7	Lähteet	30

Liitteet

- 1 Stadin demarinuorten viestintäkyselyn kysymykset
- 2 Haastattelukysymykset nuorisjärjestöjen viestintäasiantuntijoille.

1 Johdanto

Teen opinnäytetyönäni viestintäsuunnitelman Helsingin sosialidemokraattiselle nuorisopiirille eli Stadin demarinuorille. Tutkin viestinnän toteutumista järjestössä ja käytän tausta-aineistona järjestöviestinnän sekä asiantuntijaviestinnän tutkimusaineistoa. Tutkimuskysymykseksi olen asettanut, miten poliittisen nuorisojärjestön tulee viestiä Helsingissä. Olen kerännyt aineistoa havainnoimalla, jäsenille suunnatun viestintäkyselyn sekä haastatteluiden avulla. Stadin demarinuorilla ei ole ollut käytössä viestintäsuunnitelmaa tai graafista ohjeistusta, vaan toimintaa on ohjannut yhdistyslain mukaiset säännöt, toimintasuunnitelma ja talousarvio sekä vuosittain pidettävät yhdistyksen kokoukset.

Kartoitin kyselyllä käytössä olevien viestintäkeinojen toimivuutta ja halusin saada vastauksia siihen, minkälaista viestiä Stadin Demarinuorten tulisi jäsenilleen lähettää ja mitä viestintävälineitä käyttää. Toteutin kyselyn ajalla 6.-21.10.2013. Viestintäkyselyn avulla sain sekä määrällistä että laadullista aineistoa havainnoinnin tueksi. Tutkimuksen ja viestintäsuunnitelman kohderyhmänä toimivat Stadin demarinuorten jäsenistö, eli 15–32-vuotiaat helsinkiläiset Sosialidemokraattisen nuorisopiirin jäsenet.

Tässä työssä ja viestintäsuunnitelmassa pohdin syitä huonoon tiedotukseen ja vähäiseen jäsenten aktiivisuuteen tapahtumissa ja koulutuksissa. Halusin selvittää, miten poliittisen nuorisojärjestön kannattaa viestiä, jotta mahdollisimman moni jäsen ymmärtäisi viestin ja myös kokisi olevansa tärkeä järjestölle. Viestintäsuunnitelma pitää sisälleen strategisen osuuden sekä suunnitelman vuosille 2014-2016. Osa strategisten tavoitteiden aloittamisesta on huomioitu vuoden 2014 toimintasuunnitelmassa. Viestintää tulee suunnitella pitkällä aikavälillä ja tulevaisuutta silmällä pitäen. Työllä on strategiset tavoitteet ja ne ovat mitattavissa lopullisessa viestintäsuunnitelmassa.

Sain kyselyaineiston lisäksi käyttää aineistona Suomen sosialidemokraattisen puolueen SDP:n viestintäohjeistusta, joka on tarkoitettu jäsenille ja puolueosastoille. Haastattelin myös kahta eri nuorisojärjestön viestintäasiantuntijaa. Viestintäsuunnitelmassa käytin tausta-aineistona myös kirjallisuutta ja muiden yhdistysten viestintäsuunnitelmia sekä -strategioita.

Suhtaudun politiikkaan intohimoisesti ja haluan kasvattaa nuorten kansalaistoiminnan aktiivisuutta. Poliittisella nuorisojärjestöllä on myös usein monia toimintakenttiä ja viestintäsuuntia. Halusin selvittää, että mitkä ovat tärkeimmät vaikuttamisen paikat, onko se poliittinen vaikuttaminen päättäjiin, jäsenten koulutus ja median käytön ohjaus vai joku muu. Taustaltani olen toiminut monessa eri organisaatiossa luottamustehtävissä ja minulla on kokemusta useiden erilaisten järjestöviestinnän suunnittelusta ja toteuttamisesta. Vuoden 2011 toimin Opiskelijoiden Liikuntaliitto OLL ry:n hallituksen jäsenenä ja kehitin viestintää osana hallitustyötä. Olen toiminut vuoden 2013 hallituksen jäsenenä Sosialidemokraattisten opiskelijoiden liitossa, SONK ry:ssä, jossa olen ollut mukana tekemässä järjestön poliittista julkaisua, Debatti-lehteä. Työskentelin vuoden 2013 helmikuusta lokakuuhun Stadin demarinuorten toiminnanjohtajana ja olen havainnut työssäni yhdeksi haasteeksi viestintäohjeistuksen puuttumisen. Tämä työ ja viestintäsuunnitelma vastaa siis työyhteisön tarpeisiin. Kokemukseni perusteella toimiva viestintä on iso osa järjestön uskottavuutta ja viestin ymmärtämisellä voidaan parantaa sitouvuutta järjestöön ja sen toimintaan.

Tässä työssä käsittelen ensin poliittista nuorisotyötä osana valtakunnallista ja paikallista toimintakenttää sekä sosialidemokraattista liikettä. Esittelen myös järjestörakennetta sekä Stadin demarinuorten sidosryhmiä. Kolmannessa luvussa käsittelen järjestöviestinnän tilaa Stadin demarinuorissa. Neljännessä luvussa esittelen käytetyt tutkimusmenetelmät sekä kysymysasettelu survey-tutkimukseen ja viidennessä luvussa kyselyn sekä haastattelut tulokset ja päätelmät. Kuudes luku sisältää toiminnallisen osuuden, eli Stadin demarinuorten viestintäsuunnitelman 2014-2016. Seitsemännessä luvussa pohdin tutkimuksen tuloksia osana toiminnallista osuutta.

2 Poliittinen nuorisotyö sosialidemokraattisessa liikkeessä

Kerron tässä luvussa poliittisesta nuorisotyön roolista sosialidemokraattisessa liikkeessä ja Stadin demarinuoret järjestönä. Esittelen myös poliittista nuorisotyötä ja nuorten poliittista aktiivisuutta Helsingissä. Poliittiselle nuorisotyölle on paikkansa Suomessa, sillä nuorisojärjestöjä tuetaan nuorisolain mukaan. Opetus- ja kulttuuriministeriö (OKM) vastaa poliittisten nuorisojärjestöjen valtionapujen myöntämisestä. Osa puoluepoliittisista toimii puolueen jäsenenä tai sisarjärjestönä. (Finlex, 2013.) Puoluepoliittisten nuorisojärjestöjen toiminta on tarkoitettu alle 29-vuotiaille, mutta myös vanhempia kannan-

tusjäseniä saa olla, kunhan valtaosa jäsenistöstä kuuluu nuorisolain piiriin (Kompassi, 2013). Suomessa kunnat ovat velvoitettuja toteuttamaan nuoriso- sekä politiikkatyötä ja OKM rahoittaa tämän toiminnan. Kunnallisen nuorisotyön tehtäviin kuuluvat muun muassa kasvatuksellinen ohjaus, toimintatilojen ja harrastusmahdollisuuksien järjestäminen sekä nuorisojärjestöjen tukeminen. Nuorisotyön tulee on monialaista yhteistyötä nuorten, toimintaa järjestävien tahojen ja nuorten toimintaa järjestävien kansalaisjärjestöjen kanssa. (Finlex, 2013.)

2.1 Puoluepoliittiset nuorisojärjestöt osana Helsingin nuorisotyötä

Helsingissä nuorisotyötä organisoii nuorisoasiainkeskus, ja työ on jaettu neljään eri toimintatapaan; alueelliseen, kohdennettuun, kulttuuriseen nuorisotyöhön sekä nuorten kansalaistoimintaan. Toimintaa ohjaa nuorisolautakunta. (Nuorisoasiainkeskus, 2013.)

Nuorisolaissa 20.8.2010/693 sanotaan:

Nuorisotyö ja -politiikka kuuluvat kunnan tehtäviin. Nuorisotyön toteuttamisesta vastaavat kunnat, nuorisoyhdistykset ja muut nuorisotyötä tekevät järjestöt. Nuorisotyön palveluja voidaan tuottaa myös alueellisesti kuntien yhteistyönä.

Kunnan nuorisotyöhön ja -politiikkaan kuuluvat nuorten kasvatuksellinen ohjaus, toimintatilat ja harrastusmahdollisuudet, tieto- ja neuvontapalvelut, nuorisoyhdistyksien ja muiden nuorisoryhmien tuki, liikunnallinen, kulttuurinen, kansainvälinen ja monikulttuurinen nuorisotoiminta, nuorten ympäristökasvatus sekä tarvittaessa nuorten työpajapalvelut ja etsivä nuorisotyö tai muut paikallisiin olosuhteisiin ja tarpeisiin sopivat toimintamuodot.

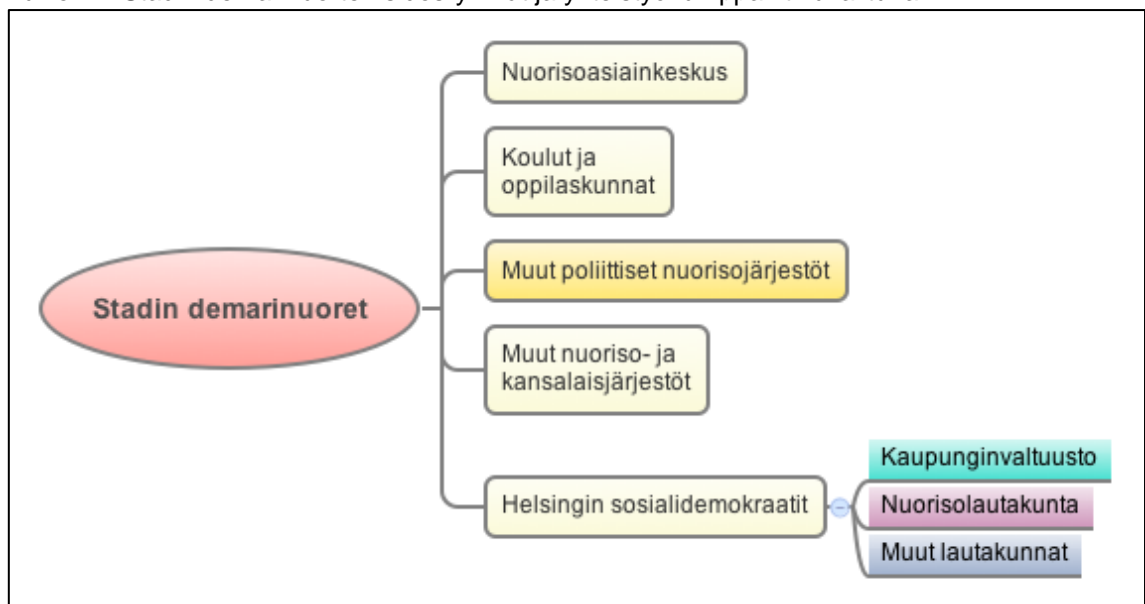
Helsingin kaupunki tukee poliittista nuorisotyötä ja nuorisolautakunta myöntää avustuksia kansalaisjärjestöille, nuorisoryhmille sekä poliittisille nuorisojärjestöille. Helsingissä on yli 400 erilaista nuorisojärjestöä, joissa toimii yli 30 000 nuorta. Kansalaistoiminnan toimisto myös auttaa kansalaisjärjestöjä kehittämään järjestöjen toimintaa ja tekemään yhteistyötä muiden kansalaisjärjestöjen kanssa. Avustuksien myöntämiseen on ohjesäännöt, joita avustuksia saavat järjestöt sitoutuvat noudattamaan. (Nuorisoasiainkeskus, 2013.)

Poliittisten nuorisojärjestöjen työ on mielestäni tärkeä osa nuorten kansalaiskasvatusta. Äänestystilastoista näkee, kuinka nuoret äänestävät ja miten paljon puoluepolitiikka kiinnostaa. Helsingin kaupungin tuottaman Nuoret Helsingissä 2011 -tutkimuksessa käydään läpi myös nuorten poliittinen aktiivisuus ja kiinnostus poliittiseen toimintaan. Kyselyyn on vastannut 1433 11–19-vuotiasta nuorta 42 eri koulusta. SDP:llä meni tutkimuksessa aika huonosti ja siinä todetaankin, että nuoret eivät koe SDP:tä omakseen. SDP:n kannatus oli vuoden 2011 eduskuntavaaleissa 18 %. Kuitenkin tutkimuksessa

vain 6 % 16–17-vuotiaista ja 2 % yli 18-vuotiaista olisivat äänestäneet SDP:tä. Esimerkiksi kokoomuksen vastaavat luvut tutkimuksessa olivat 31 % (16–17-vuotiaat) ja 25 % (yli 18-vuotiaat) ja kannatus eduskuntavaaleissa oli 27 %. Poliittisten nuorisojärjestöjen toimintaan osallistui 3 % kaikista kyselyyn vastanneista 11–19-vuotiaista. Poliittiselle nuorisovaikuttamiselle Helsingissä on mielestäni paikkansa sekä Sosialidemokraattiselle Puolueelle, että Demarinuorille.

Nuoriasiainkeskuksen ja nuorisojärjestöjen työhön yhdistyy myös Helsingin nuorten Ruuti, eli vaikuttamisjärjestelmä, joka toimii nuorisovaltuuston tavoin, mutta enemmän nuoria osallistavana kuin edustuksellisena demokratiana. Ruuti mahdollistaa nuorten erilaisten ryhmien toimimisen, aloitteiden tekemisen lautakunnille tai valtuustolle ja osallistavan suunnittelun. Ruutia edustaa kahdenkymmenen nuoren ydiryhmä, joka toimii linkkinä nuorten ja Helsingin päättäjien välillä. Ruudin ydinryhmä valitaan vuosittain vaaleilla ja ääntä saa käyttää jokainen 13–20-vuotias nuori ja ehdolle voivat asettua 13–17-vuotiaat helsinkiläiset nuoret. (Ruuti, 2013.)

Kuvio 1. Stadin demarinuorten sidosryhmät ja yhteistyökumppanit kuvailtuna



2.2 Sosialidemokraattiset nuoret valtakunnallisena järjestönä

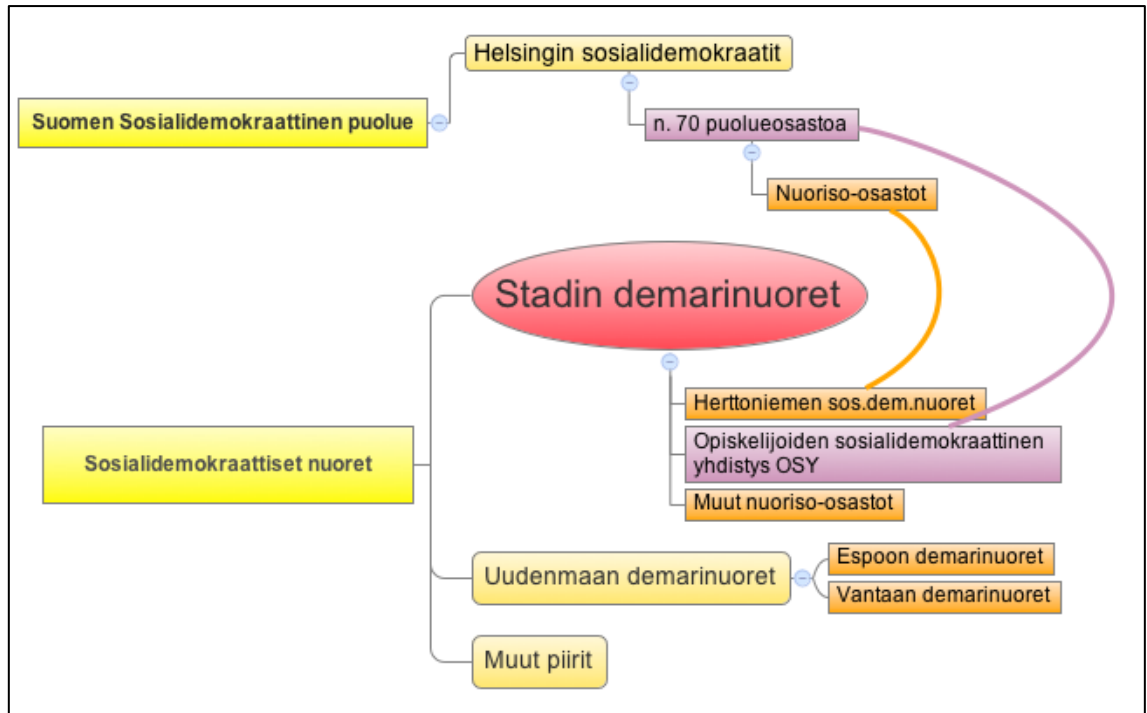
Sosialidemokraattiset nuoret, myöhemmin tässä työssä Demarinuoret, on valtakunnallinen poliittinen nuorisojärjestö, joka toimii sosialidemokraattisella aatteella. Suomen Sosialidemokraattisella puolueella SDP:llä on monta sisarjärjestöä, joista osaa toimii suoraan puolueen alla, osa erikseen. Demarinuoret ei ole osa puoluetta, vaan toimii puoluetta lähellä, sosialidemokraattisella aatteella. Demarinuoriin voi kuulua 15-

vuotiaasta 32-vuotiaaksi asti. Myös opiskelijoilla on oma liitto, Sosialidemokraattiset Opiskelijat SONK ry. En kuitenkaan käsittele opiskelijatyötä tässä työssä, vaan keskityn nuorisopuoleen.

Sosialidemokraattiset Nuoret ry toimii tasa-arvon, vapauden, solidaarisuuden ja oikeudenmukaisuuden puolesta. Liiton tavoite on uudistaa yhteiskuntaa arvojensa mukaisesti. Kokoamme arvojemme taakse eritaustaisia, erilaisissa tilanteissa eläviä nuoria joka puolelta Suomea. Arvomme eivät ole mainostoimistosta tilattuja, vaan kumpuavat jäsentemme sisimmästä.

Liitto haluaa olla Suomen vaikuttavin, näkyvin ja vetovoimaisin poliittinen nuorisjärjestö. Tahdomme vaikuttaa vahvasti sekä puolueessa että yhteiskunnallisessa keskustelussa. Nuorten äänestysaktiivisuus on hälyttävän alhaista ja osallistuminen puolueiden toimintaan on vähäistä. Ongelmat johtuvat pitkälti siitä, että nuorten tietämys politiikasta on huteraa. Koulujen yhteiskuntaopin opetus keskittyy liikaa valtion instituutioiden ja hallinnon toimintaan. Sosialidemokraattiset Nuoret vaatii poliittisten nuorisjärjestöjen esittäytymiselle tilaa toisen asteen oppilaitosten opetussuunnitelmissa. (Sosialidemokraattiset nuoret, 2013).

Kuvio 2. Stadin demarinuoret osana sosialidemokraattista liikettä



Demarinuoret on valtakunnallisesti jaettu kahdeksaan piiriin, joista Helsinki eli Stadin demarinuoret on yksi. Piireihin valitaan kalenterivuositain hallitukset ja piirijärjestöissä voivat toimia palkatut työntekijät, jotka hoitavat paikallista toimintaa ja viestintää. Demarinuoret antaa välineitä ja ohjeita piirien viestintään. Demarinuoret järjestää muun muassa kaikille jäsenille tarjottavia koulutuksia, joissa käsitellään teemoja nuorten yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta, ay-toiminnasta, kansainvälisyydestä ja mediatoiminnasta. Demarinuoret toimittaa Lippu-lehteä, jonne myös helsinkiläiset demarinuoret

kirjoittavat artikkeleita. Demarinuorten työtä ohjaa kahden vuoden välein pidettävät liittokokoukset. Liittokokouksessa päätetään toimintaa ohjaavat linjapaperit, kuten poliittinen ohjelma, periaateohjelma ja tasa-arvoasiakirja. Liittokokousten välillä työstä vastaa puheenjohtaja, liittohallitus sekä neljä työntekijää.

2.3 Stadin demarinuoret

Helsingin sosialidemokraattinen nuorisopiiri ry, tuttavallisemmin Stadin demarinuoret on vuonna 1921 perustettu helsinkiläinen sosialidemokraattinen yhdistys, joka tekee puoluepoliittista nuorisotyötä Helsingissä ja on yksi Demarinuorten piirijärjestöistä. Stadin demarinuorten ylintä päätäntävaltaa käyttää yhdistyksen kokoukset. Syyskokouksessa päätetään hallitus, joka toimii kalenterivuoden kerrallaan. Järjestöllä on palkattu kokoaikainen työntekijä, toiminnanjohtaja, jona olen toiminut helmikuusta lokakuuhun vuonna 2013. Stadin demarinuorten pääasiallista toimintaa ovat yhteiskunnallinen kasvatustehtävä ja yhdysiteenä toimiminen jäsenten, nuorten ja poliittisten päättäjien välillä. Järjestö myös kouluttaa ja kannustaa nuoria toimimaan poliittisella kentällä. Nuorille tarkoitetut tilat sijaitsevat Kalliossa, Kaarlenkadulla, ja siellä järjestetään paljon erilaista toimintaa, kuten elokuvailtoja, kokouksia, kokkauskerhoja tai hengailuiltoja. Tarkoituksena on ollut järjestää toimintaa erilaisten jäsenten toiveiden mukaan. Järjestö järjestää paljon toimintaa yhteistyössä muiden poliittisten nuorisojärjestöjen sekä lähijärjestöjen kanssa. Jäsenten ikärakenne jakautuu siten, että kaksi kolmasosaa ovat alle 25-vuotiaita. En julkaise tässä työssä järjestön jäsenmäärää toimeksiantajan pyynnöstä.

Muissa piireissä kuin Helsingissä toimii alueosastoja, esimerkiksi Uudellamaalla toimii piirin alla Espoon demarinuoret. Stadin demarinuorillakin on osastoja, joita ovat muun muassa Opiskelijoiden Sosialidemokraattinen Yhdistys OSY ry ja Herttoniemen sosialidemokraattiset nuoret. Nämä molemmat osastot toimivat myös puolueen alla, mutta Stadin demarinuoret ei kuulu puolueen organisaatioon vaan on nuorisoliiton tavoin erillinen järjestö. (ks. Kuvio 1) Stadin demarinuoriin voi kuulua ilman, että kuuluu puolueeseen. Se tekee toimintaan lähtemisen helpommaksi, koska puoluekantaa ei tarvitse päättää, jos haluaa olla mukana toiminnassa.

Viestintä ja tiedotus ovat mielestäni tärkeimpiä järjestön tehtävistä koulutus- ja tapahtumatoiminnan sekä hallintotyön lisäksi. Jäsenten ollessa 15–32-vuotiaita, on viestinnän kohderyhmää vaikea erotella iän mukaan. Melkein kaikkia toimijoita kuitenkin yhdistää kiinnostus yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen tai arvot. Toimiessani toiminnan-

johtajana olen ollut päävastuussa järjestötiedotuksesta, mutta hallituksen puheenjohtaja, varapuheenjohtaja ja viestintävastaava ovat myös osallistuneet viestinnän toteutukseen. Tarkastelen myöhemmin tässä työssä Stadin demarinuorten viestinnän ja tiedotuksen tehtävien nykytilannetta sekä tavoitetilaa taulukoissa 1 ja 2.

3 Järjestöviestintä Stadin demarinuorissa

Viestinnällä on erittäin tärkeä rooli järjestöissä. Viestinnän tehtäviin kuuluu yhdistyksen tukeminen toiminnan tavoitteiden mukaan, tiedottaa eli pitää jäsenet, sidosryhmät, yhteistyökumppanit tietoisina toiminnasta. Viestintä luo ja ylläpitää positiivista mielikuvaa ja sen avulla voidaan perehdyttää uudet työntekijät ja jäsenet sekä sitouttaa toimintaan. Viestinnässä tulee huomioida kohderyhmä ja viestintää suunniteltaessa tulee miettiä, että miten paljon tietoa tulee tarjota, jotta viesti menee perille. Ennen viestinnän suunnittelua on hyvä miettiä, että miksi yhdistys on olemassa, mitä se haluaa saada aikaan ja minkälaisen kuvan se haluaa saada aikaan. (Ilvonen, 2011, 11-17.)

Stadin demarinuorten viestinnän voi jakaa suoraan ja välilliseen viestintään. Suoraan, henkilökohtaiseen viestintään lukeutuvat puhelinsoitot, sähköpostit, tapaamiset, yleinen huomaavaisuus, edustaminen sekä yhteisövierailut (Ilvonen, 2011, 13). Nämä kaikki sekä jäsentiedotus, sisäisen Facebook-ryhmän viestit, jäsenviestit, laskut ja jäsenposti ovat myös mielestäni suoraa viestintää. Välillisessä viestinnässä viesti kulkee välittäjä-tahon kautta. Tieto voi tulla tiedotteen, tiedotteen, verkkosivujen tai Facebookin kautta. Välilliseen viestintään kuuluvat myös toimintakertomukset, asiakaslehdet, tiedotustilaisuudet, kannanotot, mielipidekirjoitukset, Facebook-sivun päivitykset, tviitit sekä ilmoitustaulut. (Ilvonen, 2011, 13.)

Tiedottaminen on tärkeä osa yhteisöjen viestintää. Sisäisessä tiedottamisessa viestit kulkevat yhdistyksen työntekijöiden, vapaaehtoisten ja luottamustoimijoiden kesken (Ilvonen, 2011, 13-14). Stadin demarinuorissa puolueen, Demarinuorten ja muiden lähijärjestön välillä tapahtuva viestintä on sisäistä. Osa sisäistä viestintää on sisäinen markkinointi, joka tarkoittaa sitä, että uudet toimijat koulutetaan ja perehdytetään niin, että he pystyvät jakamaan yhdistyksen sanomaa ulospäin (Ilvonen, 2011, 14).

Ulkoisen tiedottamisen avulla kerrotaan toiminnasta ulospäin. Kohderyhminä ovat yhteistyökumppanit, potentiaaliset jäsenet ja muut tahot, joihin halutaan vaikuttaa. Vuoro-

vaikutus on avainasemassa ulkoisessa tiedottamisessa. Mediasuhteita, sidosryhmäviestintää ja markkinointiviestintää tulee miettiä siis kaksisuuntaisena viestintänä, ulkoisen viestinnän suunnitteluun tulee myös käyttää aikaa. Ulkoista viestintää hoitaa yleensä puheenjohtaja, toiminnanjohtaja tai tiedotusvastaava. (Ilvonen, 2011, 15.)

Alla tarkastelen lähemmin eri välineitä, joita Stadin demarinuorilla on tällä hetkellä käytössä. Ensin esittelen ulkoisen viestinnän välineitä ja sitten sisäisiä. Myöhemmin tarkastelen tiedotuksen tehtävänjakoa työntekijän ja hallituksen kesken taulukoissa 1 ja 2.

3.1 Yhdistyksen verkkosivuilta löytyy olennainen tieto

Yhdistyksen verkkosivut toimivat käyntikorttina ja ovat tärkeä osa verkkoviestintää yhdessä sosiaalisen median kanssa. Verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat täydentävät toisiaan ja luovat uskottavan sekä ulospäin suuntautuvan kuvan yhdistyksestä. Parhaimmillaan verkkoviestintä toimii dialogina jäsenten ja yhdistyksen toimijoiden kesken eri kanavien kautta. Linkittäminen ja jakaminen luo kaksisuuntaista viestintää, esimerkiksi sosiaalisen median toimintojen kautta suoraan verkkosivuilta. (Seppälä, 12-13, 2011.)

Stadin demarinuorilla on verkkosivut, jotka ovat uudistettu toukokuussa 2013. Verkkosivupohja on yhteinen Demarinuorten kanssa ja se toimii Wordpress-alustalla. Verkkosivuilta löytyvät tapahtumat, työntekijän sekä hallituksen yhteystiedot ja yhdistyksen arvot. Sivut ovat toimivat perusinformaation tarjoajana, ja sivuille on istutettu Facebookpäivityksien, Demarinuorten sekä SDP.fi:n uutiset pienoisikkunoina. Myös jäseneksi liittyminen on tehty helpoksi oman lomakkeen kautta. Verkkosivu-uudistus on vielä kesken eikä sivuille ole tuotettu uutta materiaalia.

3.2 Sosiaalinen media tärkeässä roolissa Stadin demarinuorten viestinnässä

Sosiaalinen media antaa uuden verkostoitumistavan ihmisille verkossa. Perinteisestä mediasta se eroaa siten, että kuka tahansa voi tuottaa sisältöä, jakaa sitä sekä osallistua keskusteluun. Sosiaalisessa mediassa ja varsinkin Facebookissa tavoittaa erilaiset kohderyhmät helposti ja se mahdollistaa yhdistyksen toimijoiden ja jäsenten keskustelun sekä sisällöntuottamisen. IRO Researchin tutkimuksen mukaan 44 prosenttia suomalaisista käyttää jotain sosiaalisen median kanavaa päivittäin. Facebookin käyttäjien keski-ikä on noussut vuoden 2010 aikana, mutta käyttö on lisääntynyt 15–24-vuotiaiden parissa 39 prosentilla. (Seppälä, 17-19, 2011.)

Viestintäsuunnitelmassa halusin keskittyä erityisesti sosiaalisen median hyödyntämiseen osana jäsentiedottamista. Facebook-sivun tykkääjien, päivitysten jakojen sekä Twitterin seuraajien määrät toimivat myös strategisena mittareina osana viestintäsuunnitelmaa. Esittelen luvussa 4, miten viestintäkyselyssä myös sosiaalinen media nousi tärkeimmäksi viestintäkanavaksi.

Kuvio 3. Sosiaalisen median välineet hauska muistlistassa (Humphries, 2013).



Stadin demarinuorilla on Facebookissa sivu, aktiivisten jäsenten julkinen ryhmä sekä oma suljettu piirihallituksen ryhmä. Facebook-sivulla julkaistaan tiedotteita, kommentteja, kuvia sekä muuta virallista tietoa toiminnasta järjestön nimissä. Kaikista järjestön tapahtumista luodaan myös tapahtumasivu Facebookiin. Ryhmät toimivat sisäisen viestinnän kanavana, koska sisältöä voi tuottaa kuka tahansa. Aktiivisten jäsenten ryhmässä käydään enemmän keskustelua toiminnasta, tulevista tapahtumista sekä poliittisista linjoista. Piirihallituksen ryhmässä voidaan käydä syvällisempää ja luottamuksellista keskustelua sekä poliittista debattia. Usein myös tapahtumat sekä kokouksien sisältö suunnitellaan piirihallituksen ryhmässä. Piirihallituksen ryhmä on erittäin tärkeä ja ensisijainen viestintäkanava hallituksen jäsenten kesken.

Stadin demarinuorten sivulla on tykkääjiä 258, joka on verrattuna muihin helsinkiläisiin poliittisiin nuorisjärjestöihin kohtuullinen määrä. Suosituin on Etelä-Suomen Vasemmistonuoret, jolla on 445 tykkääjää, toiseksi suosituin on Helsingin Kokoomusnuoret, jolla on 402 tykkääjää, vähiten on Helsingin KD nuorilla, jolla on 56 tykkääjää. Helsingin

Vihreät Nuoret on lähinnä suosioltaan Stadin demarinuoria 299 tykkääjällään. Stadin demarinuorten suosion taakse jäävät myös RKP:n nuorisojärjestön Helsingin Keskustanuoret 164 tykkääjällä, Helsingin Perussuomalaiset Nuoret 107 tykkääjällä ja Svensk Ungdomin Helsingin piiri 106 tykkääjällä (Facebook, luettu 2013.)

Yhdistyksellä on käytössä myös Twitter-tili @DemarinuoretHEL, joka ei ole aktiivisessa käytössä, vaan sinne on linkitetty vain Facebook-sivun päivitykset. Halusin kehittää suunnitelmaan keinoja, miten Twitterin käyttöä voisi käyttää tehokkaasti. Twitterin suosio on nousussa Suomessa, joten sitä ei voinut jättää huomioimatta viestintäsuunnitelmassa (Yle, 2013). Twitter tuo parhaimmillaan seuraajien kautta uusia jäseniä, näkyvyyttä, osallistujia tapahtumiin ja se toimii ajankohtaisena viestintäkanavana. Myös tapahtumien aikana kannattaa tviitata ja keksiä omia hashtageja, #-merkkejä, jotka laitetaan aihiden eteen. @-merkillä kerrotaan käyttäjän nimi ja se kelle, viesti on kohdennettu. (Seppälä, 47-49, 2013.) Muotoilin esimerkkiviitin merkkien selittämiseksi: @DemarinuoretHEL on tapaamassa puoluesihteerä @ReijoPaananen, Huippua! #SDP. Järjestön nimissä kannattaa seurata poliitikkoja ja muita sidosryhmiä, yksityishenkilönä voi seurata omia kavereita, poliitikkoja tai muita julkisuuden henkilöitä. Hyvään Twitter-etikettiin kuuluvat samat säännöt kuin muuhunkin sosiaalisen median viestintään, ei saa haukkua tai nimitellä, kiroilla, toistaa samaa tviittiä useasti, linkkien jakamisessa pitää muistaa saatesanojen kirjoittaminen ja uudelleen tviitatessa (re-tweet), tulee muistaa mainita alkuperäinen tviittaaaja (Seppälä, 54, 2013).

3.3 Postia jäsenille sähköisesti tai kuoressa

Stadin demarinuorilla on käytössä Apsis, sähköpostimarkkinointiin tarkoitettu palvelu. Apsiksen kautta voi tehdä kohdennettuja uutiskirjeitä ja tiedotteita. Palvelussa on mahdollista seurata viestien lukumääriä tai linkkien avauksia reaaliajassa sekä viestit voi jakaa sosiaalisessa mediassa. (Apsis, 2013.) Stadin demarinuorten jäsentiedote lähetetään 1-2 kertaa kuukaudessa. Jäsentiedotteesta löytyvät tulevat tapahtumat, koulutukset, liiton ja hallituslaisten kuulumiset. Viestit lähetetään demarinuoret.fi-päätteisillä sähköpostiosoitteilla, joita työntekijä hallinnoi. Myös perinteistä kirjepostia lähetetään jäsenille muutaman kerran vuodessa. Kirjeitse lähetetään tapahtumien osallistumismaksujen laskuja ja vaali-ilmoituksia sekä muuta jäsenpostia. Kirjepostin määrää on vähennetty ekologisia periaatteita noudattaen. Tehdessäni viestintäsuunnitelmaa pohdin, pitäisikö palata kirjepostin pariin, koska informaatiotulva internetin kautta voi muodostua suureksi.

3.4 Järjestöviestinnän nykytilan arviointi ja tavoitetila

Kartoitin viestinnän nykytilannetta sekä tavoitetilaa laatimani tiedottamistaulukon (Taulukot 1 ja 2). Taulukon laadintaan käytin pohjana viestinnän oppaassa *Miten tiedotan?* olevaa pohjaa.

Haasteita yhteisölliseen viestintään tuo se, että sisältöä tuottaa pieni määrä luottamus-toimijoita työntekijän lisäksi. Tähän asti Facebook-sivulle on useammalla piirihallituksen jäsenellä ylläpito-oikeudet, jatkossa yhä useammalla tulee olemaan oikeudet jakaa materiaalia sivulla. Viestintäsuunnitelman ohjeissa halusin huomioida sen, että sivua päivittää moni henkilö, joten jokainen kirjoittaa nimensä päivityksen perään.

Taulukko 1. Stadin demarinuorten viestinnän nykytilanteen kartoitus omien havaintojen pohjalta

Toiminta	Kanavat	Vastuuhenkilöt
Facebook-markkinointi	Facebook-sivu	Työntekijä, puheenjohtaja, varapuheenjohtaja
Koulutukset	Facebook, nettisivut,	Työntekijä
Piirihallituksen kokoukset	Sähköposti, Facebook	Työntekijä
Piirikokoukset	Sähköposti	Työntekijä
Sidosryhmien tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä
Sisäinen jäsentiedotus	Facebook-ryhmä	Työntekijä, puheenjohtaja,
Piirihallituksen sisäinen	Facebook-ryhmä, sähköposti	Työntekijä, puheenjohtaja,
Tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, puheenjohtaja
Twiiitit	Twitter	Ohjattu Facebookista
Uusien jäsenten kontaktointi	Sähköposti, puhelin	Työntekijä
kannanotot	Facebook	Työntekijä, puheenjohtaja

Taulukko 2. Stadin demarinuorten viestinnän tavoitetila kyselytutkimuksen jälkeen.

Toiminta	Kanavat	Vastuuhenkilöt
Blogit	Nettisivu	Hallitus
Facebook-markkinointi ja tapahtumat	Facebook-sivu	Työntekijä, puheenjohtaja, varapuheenjohtaja,
Koulutukset	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Piirihallituksen kokoukset	Sähköposti, Facebook	Puheenjohtaja
Piirihallituksen sisäinen viestintä	Facebook-ryhmä, sähköposti	Työntekijä, hallitus
Piirikirje	Posti	Työntekijä, puheenjohtaja
Piirikokoukset	Sähköposti	Työntekijä, puheenjohtaja
Poliittinen viestintä,	E-pressi, nettisivut,	Työntekijä, hallitus
Sidosryhmien tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Sisäinen jäsentiedotus	Facebook-ryhmä	Työntekijä, hallitus
Tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Twiiitit	Twitter	Työntekijä, hallitus
Uusien jäsenten kontaktointi	Sähköposti, puhelin,	Jasenvastaava

4 Miten järjestö viestii jäsenistönsä mielestä?

Tutkimukseni lähti liikkeelle siitä, että havainnointini ja kokemukseni perusteella Stadin demarinuorten viestintä on hajanaista eikä tavoita koko jäsenistöä. Viestintäsuunnitelmassa onkin hyvä huomioida kohderyhmän tarpeet, ja kysely osoittautui hyväksi keinoksi hankkia tietoa suoraan jäsenistöltä. Toteutin lokakuun 2013 aikana jäsenille tehtävän viestintäkyselyn selvittääkseni, minkälaista tiedottamista Stadin demarinuorilta halutaan ja minkälaisia erilaisia kohderyhmiä syntyy. Sähköpostiosoitteet poimin järjestön jäsenrekisteristä. Stadin demarinuorten pyynnöstä en julkaise jäsenten määrää, jolle viestintäkysely lähetettiin. Kyselylomake löytyy liitteestä 1.

Tutkimuksen on tarkoitus olla kartoittava. Sillä selvitetään mitä tapahtuu ja se selittää ilmiötä, eli tässä tapauksessa sitä, että miksi tiedotuksella ei tavoiteta jäsenistöä. Uusi- en näkökulmien löytäminen on äärimmäisen tärkeää, jotta viestintäsuunnitelmassa pystyy erittelemään hyvät viestintätavat, määrän ja kanavat. Kartoittava tutkimus on kenttätutkimusta ja tapaustutkimusta (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 138). Tässä työssä kenttä on rajattu jäsenistöön ja kysely on nimenomaan tapauskohtainen. Tutkimus on myös selittävä, sillä kyselyn tuloksilla voidaan selittää sitä, että miksi tiedotus ja viestintä ei kosketa jäsenistöä tai viesti ei mene perille. Selittävässä tutkimustavassa lähestymistapa on kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen ja se selvittää syy-seuraussuhteita. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 138.)

Tein tutkimuksen survey-tutkimuksena. Survey-tutkimuksessa aineisto kerätään usein kyselyllä, joka on kaikille vastaajille samanlainen (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 134). Käytin kyselyn tekoon SDP:n Surveypal-kyselytyökalua. Kyselyssä oli sekä kvantitatiivisia eli määrällisesti mittaavia kysymyksiä sekä kvalitatiivisia eli laadullisesti mittaavia avoimia kysymyksiä. Kvantitatiivisilla kysymyksillä pystyy mittaamaan määrällisiä arvoja taulukoimalla ne. Kvalitatiivinen osuus sisältää useammin avoimia kysymyksiä tai haastattelun. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 135.) Kyselytutkimus on objektiivinen, koska haastattelijan tai haastateltavan persoona ei vaikuta vastauksiin. Haasteena määrällisesti mitaavissa kysymyksissä on se, että vastauksia analysoitaessa on helpompaa keskittyä keskiarvoon, joten ääripäät voivat jäädä huomaamatta. Avoimien kysymysten analysoinnissa voi paremmin ottaa huomioon erilaiset vastaukset ja luoda syy-seuraussuhteita. (OK-opintokeskus A, 2013.)

Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmenetelmät täydentävät toisiaan ja näin saa mahdollisimman laajan käsityksen kyselyn avulla (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2010, 136-137). Kyselyssäni mittasin määrällisesti muun muassa erilaisten sosiaalisen median työkalujen hyödynnettävyyttä. Avoimilla kysymyksillä kerättiin tietoa siitä, mitä tiedotuksen kehityskohteita Stadin demarinuorilla olisi.

4.1 Tutkimuskysymysten asettelu

Asetin tutkimuskysymykset huolella, jotta saisin sekä määrällistä, että laadullista tietoa tuloksiin sekä viestintäsuunnitelman tueksi. Koska kohderyhmä on nuorta, 15–31-vuotiaita Stadin demarinuorten jäseniä, käytin kyselyn esittelyssä epävirallisempaa kirjoitusasua. Kyselyssä oli yhteensä viisi monivalintakysymystä ja kolme monivalintakysymystä. Taustakysymysten avulla halusin selvittää kyselyn keskivertovastaajan. Tämän tiedon sain kysymällä, onko vastaaja Stadin demarinuorten jäsen vai ei, minkä ikäinen vastaaja on eri ikähaarukoista valitessa sekä sukupuolen.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyin, kuinka paljon vastaaja seuraa Stadin demarinuorten tiedotusta joko nettisivuilla, Facebook-sivulla ja -ryhmässä tai Twitterissä. Kysymyksellä selvitin, kuinka paljon eri käytössä olevia viestintävälineitä seurataan. Laitoin kysymysten perään linkit kyseisille sivuille, jotta vastaaja tietää tarkasti mitä kysymyksellä haetaan. Kysymyksen linkit saattoivat tuoda uutta tietoa jollekin jäsenelle. Toinen monivalintakysymys käsitteli ensisijaisia viestintäkanavia. Vaihtoehtoja olivat nettisivut, Facebook-sivut, Facebook-ryhmä, Twitter, tekstiviesti, sähköposti tekstillä, sähköposti uutiskirjepalvelun kautta, kirjeposti, nettilehti, painettu lehti, puhelut, blogi tai joku muu. Tiedotuksen keskittäminen oli kolmannen kysymyksen aiheena. Vaihtoehtoina olivat kannanotot/julkilausumat, tiedotteet, esitteet, Facebook, blogit, Twitter, kirjeet, printtimainokset, kuvat, videot, kuvapalvelut, mielipidekirjoitukset tai jokin muu. Neljänne kysymyksessä kysyttiin, kuinka usein vastaaja saa sähköpostia Stadin demarinuorilta. Vaihtoehtoina olivat 1 kertaa viikossa, 2 kertaa kuussa, kerran kuussa, kerran puolessa vuodessa, harvemmin, en koskaan tai en osaa sanoa.

Avoimilla kysymyksillä halusin selvittää mihin suuntaan viestintää tulisi kehittää ja minkälaista palautetta Stadin demarinuorille annetaan. Viidennessä kysymyksessä pyydettiin antamaan vastaus, kuinka piirin sisäistä viestintää tulisi kehittää. Kuudennessa kysymyksessä sai antaa vapaata palautetta Stadin demarinuorille. Seitsemännen kysymyksen, eli terveiset Stadin demarinuorten toimistolle/piirihallitukselle, laitettiin kyselyyn palautteen saamiseksi järjestön toiminnasta kuluneena vuonna. En kuitenkaan

käsittele tässä työssä seitsemän kysymyksen vastauksia, sillä ne eivät ole relevantteja tutkimuksen kannalta. Viimeisessä kysymyksessä selvitettiin yleistä tyytyväisyyttä viestintään käytettyjen välineiden perusteella. Vastaukset tuli antaa asteikolle 1-5, niin, että 1 oli ”Ei lainkaan tyytyväinen” ja 5 ”Erittäin tyytyväinen”. Kysymyksen kohtina olivat nettisivut, sähköposti, Facebook, Twitter ja tiedotus yleisesti.

4.2 Survey-kyselyn toteuttaminen

Tein viestintäkyselyn jäsenille ajalla 6.-21.10.2013. Käytin kyselyn tekemisessä SurveyPal-palvelua, jonka sain käyttöön puolueen kautta. Kyselyyn käytin puolueelle luotua visuaalista pohjaa, joten tehtäväkseni jäi kysymysten lisääminen ja ohjetekstin kirjoittaminen. SurveyPal on suomalainen verkkopalvelu, jonka avulla kyselyt ja analysoinnin voi tuottaa mahdollisimman helposti. (SurveyPal, 2013). Verkkopohjainen palvelu oli helppo käyttää eikä kyselyn luomiseen kulunut paljon aikaa. Kyselyn pystyi lähettämään suoraan palvelusta sähköpostikutsulla vastaajille ja kyselyn avaajien ja vastaanottajien määrää pystyi seuraamaan. Kyselyn olisi voinut upottaa suoraan nettisivulle tai siitä olisi voinut tehdä paperiversion. Koin, että vastausten käsitteleminen on helpointa suoraan sähköisesti, ja SurveyPalista pystyi ladata vastaukset suoraan Excel-muodossa. Myös taulukoiden ja kaavioiden lataaminen sujui hetkessä.

4.3 Kyselyn tulokset kertovat epäaktiivisuudesta

Lähetin kyselyn jäsenille, joiden sähköpostiosoite oli tiedossa. Ensimmäisen viestin lähetin 6.10.2013 ja muistutusviestin 20.10.2013. Vain 6,27 % kyselyn saaneista vastasi koko kyselyyn. Koska kyselyyn vastasi niin vähän, en voi vetää yleistyksiä vastauksista, vaan tulkiten niitä kvalitatiivisesti. Tämän pohjalta tein sähköpostihaastattelun kahdelle poliittisen nuorisjärjestön viestinnän asiantuntijalle. Kyselyyn vastasi eniten 21–26-vuotiaat ja 27–31-vuotiaat, joista 60 % oli miehiä ja 40 % naisia. 87 % vastaajista oli järjestön jäseniä.

Kysymyksissä 1-4 tutkin monivalintaisilla kysymyksillä viestintää kvantitatiivisesti eli määrällisesti. Järjestö tiedottaa jäsenistöä pääasiassa neljässä eri paikassa, omilla verkkosivuilla, Facebookissa sivulla sekä suljetussa ryhmässä ja Twitterissä. Kyselyn ensimmäisen kysymyksen vastauksien mukaan eniten eli 75 % seuraajia on Facebook-sivulla ja toiseksi eniten, 65 %, ryhmässä. Nettisivuja seurasi vajaa kolmasosa, 30 % ja Twitteriä joka kymmenes 10 %. Ensisijaiseksi viestintäkanavaksi kyselyssä nousi Fa-

cebook 68 prosentin kannatuksella. Sähköposti uutiskirjepalvelun kautta nousi toiseksi parhaaksi 36 %:lla, verkkosivu kolmanneksi 32 %:lla ja blogi sai 27 % äänistä.

Kyselyn tuloksien mukaan siis sosiaalinen media ja varsinkin Facebook on suosituin seurattava viestinäkanava. Tällä hetkellä ajankohtaisin tiedotus tapahtuukin Facebookin kautta, mikä selittää osittain vastauksen. Kuitenkin Facebookin nouseminen selkeäksi ensisijaiseksi viestintävälineeksi hämmentää. SWOT-kaaviossa 3. esitin yhdeksi uhaksi sosiaalisen median korostuvan liikaa tiedotuksessa. Halusinkin nostaa tämän kysymyksen aiheeksi arvioidessani viestinnän nykytilannetta. Onko Facebook tarpeeksi turvallinen, tai luotetaanko sosiaalisen median viestintään yhtä paljon kuin esimerkiksi virallisen verkkosivun tietoon? Laitoin kyselyn vaihtoehtoihin myös viestintäkanavia, jotka mielestäni toimisivat huonosti ensisijaisina viestintäkanavia. Tällaisia olivat painettu lehti ja kirjeposti. Kuitenkin nekin saivat kannatusta. Painettu lehti sai 18 % ja kirjeposti 9 % äänistä. Lähinnä ongelma näissä ensisijaisina viestintälähteinä voisi olla hidas reagointinopeus ja tieto voi olla jo vanhaa saavutettuaan vastaanottajan. (LÄHDE). ja koenkin, että blogin käyttämistä mielipiteiden ja kommenttien käyttöön tulisi lisätä. Verkkosivupohjalla on mahdollista julkaista myös blogi-kirjoituksia.

Halusin myös selvittää, että minkälaista viestintää järjestöltä odotetaan. Vaihtoehtoina oli 13 tapaa. Kyselyn tuloksen perusteella järjestön tulisi keskittyä kannanottojen ja julkilausumien julkaisuun (68 %), Facebook-tiedottamiseen (46 %) ja mielipidekirjoitukseen (41 %). Suosittuja olivat myös blogikirjoitukset (32 %), tiedotteet (23%) ja mikroblogikirjoitukset (23 %). Tuloksista selviää, että sähköinen media on se, johon järjestön tulee jatkossakin keskittyä. Myös kannanottaminen ja mielipiteiden esiin tuominen pitää nähdä tärkeämpänä ja tulos on mielestäni luonnollinen poliittisessa nuorisojärjestössä. Asiantuntijaviestintään ei vain keskitytty tarpeeksi.

Halusin myös selvittää, että kuinka usein järjestön tulisi tiedottaa sähköpostilla. Kysymysasettelussa tein kuitenkin virheen. Kysyin sähköpostin vastaanottamiskertoja, enkä sitä, että onko sähköposti toimiva tai onko lähetystiheys sopiva. Tuloksessa oli paljon hajaannusta ja se kertoo siitä, että jäsenistö ei muista kuinka usein viestejä tulee tai lukeeko järjestön lähettämiä sähköposteja. Jäsenviesti on lähetetty sähköpostilla keskimäärin kahden viikon välein.

Avoimessa kysymyksessä 6. kysyttiin, miten piirin sisäistä, jäsenistölle tapahtuvaa viestintää tulisi kehittää. Vastauksia, joissa oli selkeitä ehdotuksia, tuli yhdeksän. Jaoin





vastaukset kolmen eri teeman alle: Sisäinen viestintä, poliittinen tiedottaminen, viestintäkeinot. Poliittisen tiedottamisen alle kuuluvat vastaukset, jossa haluttiin enemmän asiantuntijaviestintää, kannanottoja sekä poliittista tiedottamista ja keskustelua. Melkein kaikki vastaukset antoivat vinkkejä sisäisen viestinnän kohdentamiseen ja parantamiseen. Piirihallituksen toimintaa haluttiin avoimemmaksi ja kolmessa vastauksessa ehdotettiin päätösten jakamista jäsenille ja aktiiveille. Viestintävälineet osoittautuvat tärkeäksi, eri formaatteja käyttäen. Samaa tietoa tulee saada monesta eri lähteestä, jotta viesti ei jää huomaamatta. Kritisoitiin myös sähköpostin tai Facebookin toimivuutta, nopealla aikataululla sähköposti ei toimi ja Facebookissa ollaan massiivisen tietoähkyn alaisena. Kohdennetut sähköposti ja tekstiviestit olisivat hyviä lisiä Facebookin tueksi, sanoi eräs kyselyyn vastaaja.

Seitsemännessä kysymyksessä pyydettiin vapain sanoin kommentteja Stadin demarinuorten toiminnasta. Tähän tuli myös yhdeksän vastausta, jotka ovat mielestäni rinnastettavissa viestinnän kehittämiseen. Ulostuloja ja tiedotteita kaivattiin lisää, ja Facebook-sivulle uutisia, jotka koskettavat nuorten elämää Helsingissä. Annettiin myös palautetta siitä, että järjestö voisi olla iloisempi, näkisin, että viestinnässä positiivinen kirjoitussävy vaikuttaa varmasti myös iloisuuteen ja hyvään vastaanottoon. Myös toimijoiden tulee olla positiivisia, sillä jokainen järjestön jäsen on järjestön kävelevä mainoskyltti ja paras markkinoija. Yhteisen toiminnan järjestäminen nousi esille neljässä vastauksessa, selkeästi tapahtumatarjonta ei ole kohdannut kaikkia jäseniä. Yhteistyötä muiden nuorisjärjestöjen kanssa haluttiin, sekä poliittista kouluttamista. Myös kritiikkiä tuli järjestön toimijoista sekä siitä, että ei saada Helsingissä järjestettyä toimintaa.

Mielestäni vastaukset tukivat hyvin omaa havainnointiani tilanteesta. Järjestön tapahtumajärjestäminen on ollut kuluneena vuonna hiljaista, koska vapaaehtoisia toimijoita on ollut vähän. Kuitenkin yhteinen viesti kuuluu vastausten läpi, palautetta ei uskalleta antaa järjestön toimijoille eikä osata ottaa kontaktia ja ehdottaa tapahtumaa tai poliittista kannanoton aihetta. Molemmat viestijät ovat mielestäni syyllistyneet yksipuoliseen viestintään, jossa kohderyhmää ei huomioida. Myös toimijoihin henkilöityvä kritiikki kertoo turhautumisesta ja siitä, että kyseistä jäsentä ei ole kohdeltu hyvin järjestön toiminnassa. Pidän arvokkaana kaikkia palautteita, ja tarkoitukseni on esitellä ne järjestön toimijoille viestintäsuunnitelman yhteydessä. Käsittelen pohdinta-osuudessa enemmän jäsenistön tuntemuksia järjestön toiminnasta.

Tein kyselyn vastauksien ja havainnointini pohjalta SWOT-analyysin. SWOT-menetelmää käytetään usein strategiaa miettiessä. Se on helppokäyttöinen arviointimenetelmä, jossa vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (objectives) ja uhat (threats) kirjoitetaan nelikenttään. Eri ulottuvuuksiin kirjoitetaan asioita, jotka kuuluvat tietyn alueeseen. (OK-opintokeskus B, 2013.) Käytin avukseni laatimaan SWOT-taulukkoa viestintäsuunnitelman teossa yrittäen keskittyä uhkien ja heikkouksien karsimiseen.

Taulukko 3. Swot-analyysi viestinnän tilasta

SWOT-analyysi 📄 📌		
	Haitallinen	Hyödyllinen
Sisäinen	<p> Heikkoudet 📄</p> <ul style="list-style-type: none"> Yhteisö ei ymmärrä viestinnän tärkeyttä Sosiaalisen median liiallinen korostuminen Jäsenten yhteystiedot eivät ole ajan tasalla Viestintä hajanaista 	<p> Vahvuudet 📄</p> <ul style="list-style-type: none"> Puolue ja liitto osana vaikuttamistyössä Linjoja ja keskustelua on, joten viestittäväkin löytyy Monia viestintäkanavia käytössä + Toimijat innostuneita +
Ulkoinen	<p> Uhat 📄</p> <ul style="list-style-type: none"> Viesti ei puhuttele nuoria Vastuuta ei ole jaettu Viestintä hajanaista Järjestön tai yksittäisten toimijoiden mielipiteet vieraannuttavat toiminnasta 	<p> Mahdollisuudet 📄</p> <ul style="list-style-type: none"> Järjestön viestinnän monipuolistuminen Viestinnällä saadaan mukaan nuoria toimintaan Nuorten kansalaisaktiivisuus kasvaa Uusien kanavien löytäminen ja hyödyntäminen

4.4 Haastattelut

Koska kyselyn tuloksista ei voi alhaisen vastausprosentin takia vetää yleistyksiä, haastattelin kahta poliittisten nuorisojärjestöjen viestintäasiantuntijaa. Haastattelut tein strukturoituna sähköpostihaastatteluna. Haastattelussa siis käytetään ennalta rakennettuja kysymyksiä ja sitä voi käyttää, kun halutaan täsmällistä tietoa ja haastateltavat on samasta lähtökohdasta valittu (OK-opintokeskus C.) Haastattelukysymyksiä oli kolme ja niihin pystyi vastaamaan sähköpostitse nopealla aikataululla. Ensimmäinen kysymys oli kaksiosainen. Kysyin, että mitkä ovat poliittisen nuorisojärjestön tiedottamisen haasteet valtakunnallisesti ja pääkaupunkiseudulla. Toisessa kysymyksessä kysyin, miten Stadin demarinuoret voisivat keskittyä poliittisen viestinnän tekemiseen. Kolmannessa kysymyksessä pyysin haastateltavilta nimeämään käytännön keinoja, joilla tiedottaminen ei olisi yksisuuntaista ja jäsenistö vastaanottaisi ja ymmärtäisi viestin. Ensimmäi-

nen ja toinen kysymys liittyi ulkoiseen viestintään ja kolmas sisäiseen viestintään. Käsittelem vastaukset haastateltavien pyynnöstä anonyymina. Käytän haastateltavista nimikkeitä Asiantuntija 1 ja Asiantuntija 2.

Sain molemmista haastatteluista tukea havainnoiteihini sekä tukea kyselyn tuloksiin. Poliittisen nuorisjärjestön tiedottamisen voidaan jakaa sekä ulkoiseen, että sisäiseen viestintään. Jäsenille suuntautuva viestintä on tärkeää ja siihen tukee myös Demarinuorten sisäinen viestintä jäsenille. Valtakunnallisesti viestin läpimeno suppeassa mediatilassa on haasteellista ja Stadin demarinuorten tuleekin keskittyä enemmän paikalliseen viestintään. Ulkoista viestintää myös tehdään monelle eri kohderyhmälle. Onnistuneella viestinnällä voidaan saavuttaa jäsenmäärä kasvua sekä uskottavuutta nuorten aikuisten ja aikuisten silmissä. Asiantuntija 1 toteaa, että Demarinuorten kannanotot ovat usein maltillisia, joka johtaa siihen, että skandaalihakuisessa mediassa huomiota ei saa. Asiantuntija 2 muistutti myös, että erilaisilla tempauksilla saa medianäkyvyyttä, mutta se ei välttämättä auta oman asian edistymistä. Molemmat totesivat haasteeksi toimimisen pääkaupunkiseudulla, näkyvyyttä saa paremmin, kun ottaa rohkeasti kantaa ja reagoi nopeasti.

Asiantuntija 1 antoi toiseen kysymykseen vastaukseksi, että Stadin demarinuorten poliittista viestintää pystyy parantamaan ottamalla kantaa paikallisiin asioihin ja niissä teemoissa, jotka koskettavat suoraan nuoria. Kannanotoissa tärkeintä on ajassa eläminen, ja teksti kannattaa tuottaa pienen työryhmän kesken nopeassa ajassa. Asiantuntija 2 muistuttaa suunnitelmallisuuden tärkeydestä ja siitä, että uutinen vanhenee tunnissa. Yhteenvetona voin todeta, että nopea reagointi on avainasemassa poliittisessa viestinnässä. Hyvin valmistelluilla ja oikeaan aikaan tehdyillä kannanotoilla voi päästä mediassa läpi. Taustatiedustelua tulee tehdä jatkuvasti sekä pitää hyvät yhteydet eri alojen asiantuntijoihin.

Tiedottamiseen yksisuuntaisuuteen molemmat antoivat vinkkejä siitä, miten sosiaalista mediaa tulisi hyödyntää keskustelun herättämiseksi. Esimerkiksi Facebookissa tehdyt kyselyt ja äänestykset sekä provokatiiviset linkkaukset laskevat kynnystä keskustelulle. Kyselyillä ja palautteen keräämisellä voi nostaa osallisuutta, palautetta voi kysyä myös vapaamuotoisemmin kuin lomakkeiden kautta. Asiantuntija 1 muistuttaa, että jäsenkirjeiden tulee olla informatiivisia, mutta voi olla, että ihmisille tulee viestejä niin paljon, että ne jäävät helposti lukematta. Kun hallitus ja puheenjohtajat ovat aktiivisia viestijöitä, antaa se vaikutelman aktiivisesta yhdistyksestä.

Sekä kysely, että haastattelut tukevat sitä ajatusta, miten Stadin demarinuorten pitäisi parantaa asiantuntijaviestintää. Jäsenten osallistaminen on tärkeässä roolissa ja siinä tulee hyödyntää sosiaalista mediaa. Näistä syistä huomioinkin viestintäsuunnitelmassa sosiaalisen median hyödyntämisen sekä asiantuntijaviestinnän tärkeyden. Kaikkien hallituksen jäsenten tulee myös jatkossa toimia aktiivisemmin sosiaalisessa mediassa.

5 Viestintäsuunnitelma Stadin demarinuorten käyttöön

Viestintäsuunnitelma parhaimmillaan ohjaa yhteisön tai yrityksen toimintaa kaikissa viestintään liittyvissä tilanteissa. Viestintästrategian sijaan päätin tehdä viestintäsuunnitelman, jossa on myös strateginen osuus. Kyselyn ja haastattelujen pohjalta muodostin näkemyksen siitä, miten pienen, lähinnä vapaaehtoistoimin pyörivän organisaation viestintää voi tehostaa ilman isoja rahallisia investointeja. Välineitä viestinnän toteuttamiseen on jo paljon käytössä ja suurimman panoksen voi laittaa sosiaaliseen mediaan, sillä kohderyhmä viettää aikaansa sen parissa. Viestintästrategiaa suunnitellessa tulee huomioida se, mihin organisaatio tähtää ja millainen tavoitejulkikuva on. Tilanteen kartuttamiseksi tulee miettiä, missä ollaan nyt. On hyvä miettiä, onko tavoitteiden saavuttaminen mahdollista ja millä keinoin ja välinein siihen päästään. Viestinnän pääsanoman ja resurssien käytön tulee olla tarkkaan mietitty. (Ilvonen, 30, 2013.) Stadin demarinuoret tähtää asiantuntijuuteen, kasvatukselliseen ja kansalaisaktiivisuutta lisäävään viestintään. Jäsenhuolto on tärkeä osa, ja kohderyhmänä toimii sekä jäsenet, että ulkoiset sidosryhmät. Tavoitejulkikuvassa Stadin demarinuoret on uskottava, kiinnostava ja jäseniään arvostava sosialidemokraattisilla arvoilla toimiva poliittinen nuorisjärjestö.

5.1 Kohti asiantuntijaviestintää

Kyselyn vastauksista käy ilmi, että 68 % vastaajista haluavat Stadin demarinuorilta enemmän kannanottoja ja mielipidekirjoituksia, eli asiantuntijaviestintää. Stadin demarinuoret eivät ole virallisesti asiantuntijaorganisaatio, mutta se voidaan nähdä sellaisena, kun otetaan huomioon, mitä arvoja voidaan tuoda esille linjauksissa sekä omaan ikäluokkaan koskevissa asioissa. Näin näkisin, että Stadin demarinuoret ovat 15–32-vuotiaiden helsinkiläisten sosialidemokraattisten sekä poliittisten kysymysten asiantuntijoita.

Asiantuntijaorganisaatiossa pitää keskittyä niihin osa-alueisiin, joissa voi toimia uskottavasti. Kun halutaan saada viesti läpi, pitää tärkeiden ihmisten raportoida ja kommentoida oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa. Tiedottajana toimivan henkilön tulee olla tietoinen vallitsevista uutiskriteereistä ja omaa toimialaa koskevista kriteereistä. Pelkkä tiedotteen tai kannanoton lähettäminen ei takaa läpimenoa, mutta liiallinen tuputtaminen voidaan kokea ahdistavana. Usein asiantuntijan lausunto tai haastattelu vakuuttaa paremmin kuin asiasta tehty mainos tai esite. Luotettavan asiantuntijan rooli muodostuu avoimuudesta, pienistä teoista ja kriisiviestinnästä. Viestintäsuunnitelma on tärkeä osa toiminta- ja projektisuunnitelmia tehtäessä. Tärkeää on myös miettiä, miten suunnitelmat toteutetaan. Hyvä asiantuntija ottaa myös rohkeasti yhteyttä sidosryhmiin ja mediaan viestin läpisaamiseksi. (Järvi, Vainikainen, 32, 46, 2010.)

5.2 Pitkän ja lyhyen aikavälin tavoitteet

Päätin asettaa viestintäsuunnitelmalle strategiset tavoitteet ja niille mittarit. Koska suunnitelma on tehty vuosille 2014-2016, tulee tavoitteissa huomioida mittarit lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Viestintäsuunnitelman strategisiksi tavoitteiksi muodostuivat seuraavat ”Stadin demarinuorten jäsenet ovat sitoutuneita toimintaan ja kokevat tiedotuksen tärkeäksi. Stadin demarinuoret on vaikuttava sosiaalisen median edelläkävijä. Stadin demarinuoret tuottaa uskottavaa poliittista viestiä. Stadin demarinuoret on päääänenkannattaja Helsingissä nuoria kiinnostavissa asioissa”

Mittarit strategisille tavoitteille olivat haastava suunnitella, koska esimerkiksi vaikuttavuutta on vaikea mitata. Mittareina toimivat jäsenmäärän kasvu, jäsenten osallistuminen tapahtumiin, tykkääjien määrä Facebookissa, seuraajien määrä Twitterissä, julkaistujen julkilausumien ja blogien määrä. Mittareiden seuraamiseen sitoutuu koko järjestö ja osa tavoitteista on huomioitu vuoden 2014 toimintasuunnitelmassa. Viestintäsuunnitelmassa on myös huomioitu rooli, jotka pystytään jakamaan hallituksen jäsenten, työntekijän ja aktiivisten jäsenten kesken. Kaikkien sitoutuessa suunnitelmaan, tulee viestinnästä uskottavampaa ja Stadin demarinuoret nähdään tärkeänä osana helsinkiläisiä poliittisia nuorisjärjestöjä.

5.3 Stadin demarinuorten viestintäsuunnitelma 2014-2016

Tämän viestintäsuunnitelman tarkoitus on ohjata Helsingin sosialidemokraattisen nuorisopiirin viestinnän suunnittelua ja toteutusta. Suunnitelma on jaettu kolmeen osaan; strategiaan tavoitteisiin, käytännön ohjeisiin ja hyödyllisiin linkkeihin.

Viestintäsuunnitelman strategiset tavoitteet ovat:

Stadin demarinuorten jäsenet ovat sitoutuneita toimintaan ja kokevat tiedotuksen tärkeäksi.

Stadin demarinuoret on vaikuttava sosiaalisen median edelläkävijä. Stadin demarinuoret tuottaa uskottavaa poliittista viestiä.

Stadin demarinuoret on pää-äänenkannattaja Helsingissä nuoria kiinnostavissa asioissa.

Sisäinen viestintä on tärkeä osa jäsenhuoltoa. Sisäinen viestintä on jäsenviestintää, osastoille viestimistä sekä puheenjohtajan, työntekijän ja piirihallituksen välistä viestintää. Sisäisen viestintään välineitä ovat jäsenkirjeet, sähköpostiviestit, Facebook-ryhmät, tekstiviestit, puhelut, jäsenille tarkoitetut tapahtumat ja kokoukset.

Ulkoinen viestintä on osa sidosryhmäviestintää ja julkisen kuvan luomista. Stadin Demarinuoret viestii monien sidosryhmien kanssa, näihin kuuluvat SDP, sisarjärjestöt, muut nuorisjärjestöt sekä poliittiset nuorisjärjestöt ja Nuorisosiainkeskus. Yksi ulkoisen viestinnän tavoitteista on myös jäsenhankinnan toteuttaminen. Ulkoista viestintää ovat verkkosivujen uutiset, tiedotteet, kannanotot, tviitit, Facebook-sivun päivitykset ja mielipidekirjoitukset.

Sidosryhmät:

- SDP, erityisesti Helsingin piiri
- Kunnanvaltuutetut
- Lautakuntien jäsenet, erityisesti nuorisolautakunta
- Helsingiläiset puolueosastot
- Sosialidemokraattiset nuoret Demarinuoret ry.
- Uudenmaan Demarinuoret, muut piirit
- Nuoret Kotkat, Helsingin piiri
- Sosialidemokraattiset opiskelijat SONK ry.

Muita ulkoisen viestinnän kohderyhmiä ovat eri mediat:

- Lehdet: Demokraatti, HS, Helsingin Uutiset, Metro
- Verkkomediat: Demari.fi, Metro.fi, Helsinginuutiset.fi, Uusisuomi.fi, HS.fi
- Paikallisradiot: Radio Helsinki, Radio City, Lähiradio ja Yle radio Helsinki
- Kaupunginosalehdet, mielipidelehdet, vaalilehdet

Taulukko 4. Viesintätehtävien jako toimijoiden kesken.

Toiminta	Kanavat	Vastuuhenkilöt
Blogit	Nettisivu	Hallitus
Facebook-markkinointi ja tapahtumat	Facebook-sivu	Työntekijä, puheenjohtaja, varapuheenjohtaja,
Koulutukset	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Piirihallituksen kokoukset	Sähköposti, Facebook	Puheenjohtaja
Piirihallituksen sisäinen viestintä	Facebook-ryhmä, sähköposti	Työntekijä, hallitus
Piirikirje	Posti	Työntekijä, puheenjohtaja
Piirikokoukset	Sähköposti	Työntekijä, puheenjohtaja
Poliittinen viestintä,	E-pressi, nettisivut,	Työntekijä, hallitus
Sidosryhmien tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Sisäinen jäsentiedotus	Facebook-ryhmä	Työntekijä, hallitus
Tapahtumat	Facebook, nettisivut,	Työntekijä, viestintävastaava
Twiiitit	Twitter	Työntekijä, hallitus
Uusien jäsenten kontaktointi	Sähköposti, puhelin,	Jäsenvastaava

5.3.1 Verkkosivut ja sähköposti

Työntekijä ja hallituksen viestintävastaava ylläpitävät piirin verkkosivuja, jotka ovat osoitteessa stadindemarinuoret.fi. Verkkosivuja hallinnoidaan Wordpress-julkaisupohjalla, ja tunnukset ja salasana ovat verkkosivuista vastaavilla henkilöillä. Verkkosivuilla julkaistaan kaikki piirin kannanotot, tiedotteet, blogit ja kommentit sekä tapahtumakalenteri päivitetään viikoittain. Verkkosivuilla kirjoitusasun tulee olla virallista ja viestin positiivista sekä asiantuntevaa. Kaikki yhteystiedot päivitetään vuoden alussa ja niitä täydennetään vuoden kuluessa. Jokaisessa uutisessa on kuvituskuva. Etusivun kolmeen bannerikuvaan vaihdetaan ajankohtaisia tapahtuma- ja teemakuvia.



Kuvio 4. Stadin demarinuorten sivurakenne ja yläosan ulkoasu lokakuussa 2013.

Vuonna 2014 nettisivuilla tuotetaan sisältöä uudistamalla Toimintaa-sivu ja lisäämällä Vaalit-sivu. Kuvia lisätään sivuille Flickr-työkalun avulla. Nettisivuja hallinnoi Ruusu-verkko ja Demarinuoret toimii yhteyshenkilönä ja sinne tulee ottaa yhteyttä, jos sivujen kanssa tulee ongelmia. Verkkosivujen virallinen domain on <http://stadindemarinuoret.fi> ja se painetaan kaikkiin esitemateriaaleihin mukaan.

Piirin työntekijä käyttää sähköpostiosoitetta etunimi.sukunimi@demarinuoret.fi tai hel-sinki@demarinuoret.fi. Osoitteita hallinnoi Demarinuoret. Google-kyselyitä ja hallituksen kalenteria hallitaan sähköpostiosoitteella stadindemarinuoret@gmail.com. Mahdollisuuksien mukaan puheenjohtajalla on oma demarinuoret.fi –sähköpostiosoite. Piirihallituksella on oma sähköpostilista. Kaikilla piirihallituksen jäsenillä on mahdollisuus lähettää viestejä listalle. Lista muodostetaan joka vuosi stadindemarinuoret@gmail.com -tilin kautta.

5.3.2 Mieli-pidekirjoitukset

Hyvä mieli-pidekirjoitus on pituudeltaan noin 1500 merkkiä, se voi olla kriittinen, mutta muista, että se ei ole loukkaava. Kiinnostava ja kuvaava otsikko sekä asianmukaiset viittaukset ovat laadukkaan mieli-pidekirjoituksen merkkejä. Jos kirjoitus on vastine tai olet käyttänyt jotain lähdettä sen tekemiseen, niin tämä tulee mainita. Yhdessä mieli-pidekirjoituksessa on vain yksi käsiteltävä aihe! Kun kanta on hyvin perusteltu ja kirjoituksessa on positiivinen henki, se todennäköisemmin julkaistaan. Jos mieli-pidekirjoituksen allekirjoittaa Stadin demarinuoret, tulee tästä olla hallituksen puolto ja se kannattaa julkaista puheenjohtajan tai työntekijän nimellä. Stadin demarinuorten tai jäsenen nimissä voi myös julkaista tekstiviestipalstoilla 160 merkin pieniä mieli-pidekirjoituksia. Pienellä vaivalla saa henkilö tai yhdistys huomiota paikallislehdessä.

5.3.3 Tiedotteet ja kannanotot

Tiedotteita ja kannanottoja tulee eri medioihin paljon, joten tärkeintä on ytimekkään ja lyhyen tiedotteen luominen. Tiedotteessa on mainittava tekstilajin nimi (Tiedote, kannanotto, kommentti) ja sen julkaisupäivämäärä. Tiedotteen lähettäjä (Stadin demarinuoret) tulee sijoittaa sivun vasempaan yläreunaan ja sähköpostiviestin lähettäjäkenttään. Tiedotteen lopussa tulee olla sen henkilön yhteystiedot, joka antaa tarvittaessa lisätietoa. Otsikointi ja tekstin kieliasu tulee olla selkeää, jotta viesti tulee esille pikaisella lukemisella.

Kuka tahansa jäsen voi valmistella piirihallitukselle kannanoton. Kannanotto tulee toimittaa hallitukselle ennen piirikokousta. Puheenjohtaja tai hallituksen jäsen valmistelevat kokouksiin kannanoton. Kannanotot jaetaan kokousmateriaalien kanssa samaan aikaan viikkoa ennen kokousta. Kiireellisissä kannanotoissa työvaliokunta (puheenjohtaja, työntekijä ja varapuheenjohtaja) päättää kannanoton sisällöstä.

Kaikki Stadin demarinuorten tiedotteet julkaistaan E-pressi-julkaisutyökalun kautta. E-pressissä on Uusimaa-lista, josta voi valita kaikki helsinkiläiset mediat ja halutessa myös muita valtakunnallisia medioita sekä sidosryhmiä. E-pressiä hallinnoi Demarinuoret ja tunnukset ovat ainoastaan työntekijän käytössä.

5.3.4 Blogit ja kommentit

Kuka tahansa piirin jäsen voi kirjoittaa ja julkaista verkkosivuilla blogikirjoituksen. Bloggeissa kirjoitetaan ajankohtaisista aiheista, otetaan kantaa sekä annetaan mediatilaa jäsenille ja hallituksen jäsenille. Jokaisella piirihallituksen jäsenellä on oma blogivuoro ja blogi ilmestyy vähintään kerran kuussa. Piirihallituksen jäsen toimittaa blogin verkkosivujen julkaisuvastaavalle.

5.3.5 Facebook, Twitter, Foursquare

Facebook

Virallisella Stadin demarinuoret -sivulla julkaistaan Stadin demarinuorten omat uutiset, esimerkiksi kannanotot ja blogit, myös muiden piirien uutiset sekä liiton uutiset tiedotetaan sivulla. Sivuille päivitetään kaikki tapahtumat, kuvat ja muut ajankohtaiset keskustelunaiheet. Sivuille voidaan linkata myös artikkeleita ja kommentteja. Kaikki omat tapahtumat luodaan Stadin Demarinuoret -nimen alle. Tapahtumiin luodaan innostava kansikuva, joka laitetaan myös verkkosivuille tapahtuman yhteyteen.



Kuvio 5. Esimerkki tapahtuman kansikuvasta. Kuva syyskokouksen tapahtumasta Facebookissa 2013.

Sivuilla jaetaan joka päivä ainakin yksi tilapäivitys. Päivitys voi olla kutsu tulevaan tapahtumaan, ajankohtaiseen aiheeseen kannanottava kommentti, linkki uutiseen, linkki hauskaan videoon, kannanotto jne. Päivityksissä huomioidaan positiivinen asenne ja kielioppi.

Työntekijä, puheenjohtaja, varapuheenjohtaja ja viestintävastaava ylläpitävät piirin Facebook-sivua. Sivulle voi kuka tahansa julkaista omalla nimellään, mutta vastuuhenkilöt julkaisevat Stadin demarinuoret -nimellä ja kirjoittavat jokaisen julkaisun perään oman nimensä. *Esim. "Stadin demarinuorten uusi hallitus on aloittanut toimintansa 1.1.2014! -Tove"*



Kuvio 6. Esimerkki onnistuneesta tilapäivityksestä

Vastuuhenkilöillä on velvollisuus seurata julkaisuja ja rajata keskustelua, jos se on loukkaavaa tai rasistista. Piirihallitusten jäsenet jakavat eteenpäin Stadin demarinuorten tilapäivityksiä, linkkejä, kuvia ja tapahtumia mahdollisimman paljon näkyvyyden parantamiseksi. Tilapäivityksiä kannattaa myös linkata muihin ryhmiin, joissa on aktiivisia poliittisia nuorisotoimijoita tai sosialidemokraatteja. Mitä useampi tykkää tai jakaa, sitä useamman uutisvirrassa jako näkyy!

Työntekijä, puheenjohtaja ja viestintävastaava ylläpitävät piirin Facebook-ryhmiä. Virallisia Facebook-ryhmiä ovat:

Piirihallituksen oma suljettu PIHA-ryhmä, jokaisena vuonna perustetaan uusi ryhmä!

Stadin demarinuoret -jäsenten avoin ryhmä, johon liitetään uudet jäsenet automaattisesti. Ryhmässä voi käydä poliittista keskustelua ja markkinoida tapahtumia.

Piirihallituksen ryhmässä ovat kaikki hallituksen jäsenet, varajäsenet sekä työntekijät. Ryhmän keskustelut ovat luottamuksellisia. Stadin demarinuorten avoimeen aktiivisten jäsenten ryhmään voi liittyä kuka jäsen tai toiminnasta kiinnostunut. Vastuuhenkilöillä on velvollisuus seurata julkaisuja ja rajata keskustelua, jos se on loukkaavaa tai rasisista. Kaikki piirihallituksen jäsenet kuuluvat myös liiton ylläpitämiin sisäisen viestinnän ryhmiin, esimerkiksi Piiriviiriin. Kannattaa liittyä myös Stadin demareiden ryhmään, sieltä saa arvokasta tietoa varsinkin kuntapoliittisissa asioissa.

Omaa henkilökohtaista tiliä kannattaa muokata, jos haluaa olla uskottava poliittinen vaikuttaja. Spotify-soittolistat kannattaa piilottaa ja poistaa kuvat, jotka eivät kestä päivänvaloa. Meemejä ja muita kivoja linkkejä kannattaa jakaa, mutta hyvän maun rajoissa. Jokainen piirihallituslainen edustaa omalla Facebook-profiilillaan Stadin demarinuoria, halusi tai ei. Kannattaa myös luoda listat poliittisille ja ei-poliittisille kavereille ja päivityksiä luodessa, voi piilottaa railakkaimmat statukset osalta kavereista. Myös muiden päivitysten kommentointi on sallittavaa ja suositeltavaa, tärkeintä on muistaa perustella kanta ja myöntää tappio, jos väite osoitetaan vääräksi. Tyhjä huutelu ja nimitely eivät ole hyvän some-etiketin mukaista!

Twitter

Stadin demarinuorilla on Twitter-tili @DemarinuoretHEL. Tviittejä voi lähettää työntekijä ja viestintävastaava. Tviitti voi olla enintään 140 merkin pituinen. Kaikkia piirihallituksen jäseniä suositellaan käyttämään Twitteriä omalla nimellä ja linkittämään Stadin demarinuorten sisältöä. Hashtageja, eli #-merkkejä kannattaa käyttää tviittien yhteydessä aihepiiriin liittyen, jotta viesti löytyy haussa paremmin. Osoitteet kannattaa lyhentää Googlen URL-lyhentäjällä (Goo.gl). Twitterissä on todella matala kynnys aloittaa ja jatkaa keskustelua poliitikkojen kanssa. Twitterissä näet myös, kuinka media ja politiikka keskustelelee keskenään ja siellä on mahdollisuus luoda mediakontakteja. Hashtageja ei tule taivuttaa, vaan mainita aina perusmuodossa. @DemarinuoretHEL on #Paras!

Foursquare

Stadin demarinuorten tilan nimi on Foursquarea. Ihmisiä tulee kannustaa ”tsekkaa maan sisään”, kun on tapahtumia toimistolla. Foursquare-paikka auttaa myös, jos joku etsii toimistoa, sillä osoite ja yhteystiedot ovat siinä.

5.3.6 Vaalit ja tapahtumat

Verkkosivuille perustetaan vuoden 2014 aikana oma sivu vaaleille. Sinne listataan Stadin demarinuorten ja Demarinuorten vaaliteesejä, vaalitapahtumia sekä nuorten ehdokkaiden esittelyitä. Myös vaalitulokset julkaistaan sivulla. Tulevia vaaleja ovat:

2014 Euroopan parlamenttivaalit

2015 Eduskuntavaalit

2016 Kuntavaalit

Tuetaan nuoria ehdokkaita viestinnässä. Esimerkiksi eurovaaleissa on Suomen alhaisin äänestysprosentti, joten erityisesti tulee keskittyä äänestysinnostuksen nostamiseen. Stadin demarinuorten Facebook-sivuilla ja Twitterissä nostetaan joka päivä, kuukausi ennen vaaleja joku ajankohtainen vaaleihin liittyvä postaus. Vaaleihin valmistautaan tukemalla nuorten ehdokkaiden viestintää. Eurovaaleissa ehdokas voi olla muualta kuin Helsingistä, muissa tietenkin helsinkiläisten nuorten kannattaminen on tärkeintä. Nuorille ehdokkaille tehdään oma vaaliesite ja järjestetään tapahtumia, joissa ehdokkaat pääsevät esille. Osallistutaan muiden poliittisten nuorisjärjestöjen kanssa vaalikiertueelle oppilaitoksiin ja nuorisotiloihin. Näistä tiedotetaan jäsenistöä ja nostetaan nuoria vaikuttajia paneeleihin, sillä eurovaaliehdokkaita on niin vähän. Tärkeää on myös saada nuoria mukaan ehdokkaiden tukitiimeihin. Stadin demarinuoret toimii linkkinä ehdokkaiden ja nuorten välillä.

Tapahtumissa otetaan paljon kuvia, jotka ladataan Flickeriin ja Facebookiin heti tapahtuman jälkeen. Jokaisesta tapahtumasta perustetaan Facebookiin tapahtumasivu, verkkosivujen tapahtumakalenteri päivitetään viikoittain. Tarkoitus olisi, että ainakin kerran viikossa olisi joku tapahtuma, jossa Stadin demarinuoret on mukana tai järjestämässä. Tapahtumia mainostaessa muista kohderyhmä ja käytä innostavia kuvia kuvaamaan tapahtumaa! Suunnittele tapahtuma hyvin ja mieti tarkkaan juoksutus sekä vastualueet. Käytä hyödyksi Demarinuorten tapahtumajärjestämisen ABC-ohjekirjaa.

Tapahtumia ja kampanjoita suunniteltaessa on muistettava ennen tapahtumaa tapahtuva markkinointi ja tiedotus, tapahtuman aikainen tiedotus ja tapahtuman jälkeinen tiedotus

5.3.7 Haastattelut ja kriisiviestintä

Kun piirin jäseniltä pyydetään haastattelua, ohjataan haastattelija piirin puheenjohtajalle tai työntekijälle. Jos haastattelu koskee koko liiton toimintaa, ohjataan haastattelun pyytäjä liiton pääsihteerille. Haastattelijalle voi sanoa, että saako kysymykset etukäteen tai vastaavasti radiohaastattelussa aikaa miettiä kysymyksiä. Aina voi pyytää soittamaan uudestaan tai pyytää yhteystiedot ja soittaa itse perään.

Kriisitilanteissa tärkeintä on nopea reagointi. Ensimmäiseksi tiedotetaan piirihallituksen jäseniä ja tilanteen vakavuudesta päättää työvaliokunta. Kriisitilanteesta tiedottaessa on tärkeintä puhua totta. Jos tapahtuu virhearvio, ja julkisuuteen lähtee väärää tietoa, kannattaa oikaisu tehdä ja pyytää anteeksi. Työntekijä, puheenjohtaja tai varapuheenjohtaja ottaa yhteyttä liittoon, jos asia on vakava ja vaatii liittotason reagointia.

5.3.8 Mediaseuranta

Stadin demarinuorilla on käytössä Google alerts -mediaseurantatyökalu. Alerts lähettää viikoittain viestit helsinki@demarinuoret.fi -osoitteeseen, joissa näkyvät hakumäärät ja artikkelit tai verkkosivut, joissa järjestö on mainittu. Myös Wordpressiin voi asentaa mediaseurannan.

Tärkeät verkkosivuosoitteet ja sähköpostit

Verkkosivut: <http://stadindemarinuoret.fi>

Gmail.com: stadindemarinuoret@gmail.com

helsinki@demarinuoret.fi

etunimi.sukunimi@demarinuoret.fi

Mediaseuranta: <http://www.google.fi/alerts>

Linkkien lyhentäminen: <http://goo.gl/>

<http://twitter.com/DemarinuoretHEL>

SDP:n tarjoamat viestintätyökalut:

<http://www.sdp.fi/fi/tyoekalut>

Rintanappikone: <http://rintanappikone.sdp.fi/>

Kuvapankki: <http://www.flickr.com/photos/demarit/sets/72157629443297495/>

Verkkokokouksen järjestäminen:

<http://www.sdp.fi/fi/component/content/article/34-sdp/vaikuta/tyokalut/4281-tilaa-kokouspalveluja-tai-verkkotyotiloja>

<http://www.facebook.com/StadinDemarinuoret>

<https://www.facebook.com/groups/stadindemarinuoret>

Facebookissa seuraa listoja: *Helsingin poliittiset nuorisojärjestöt*,
<http://www.facebook.com/lists/10151826123184426>
SDP, <http://www.facebook.com/lists/10151826116609426>

6 Pohdinta

Kokonaisuudessaan viestintäsuunnitelma vastaa mielestäni toiveisiin ja toimeksiantoon. Tilanne, jossa ei ole suunnitelmaa ollenkaan on ollut kestävä ja viestinnän toteuttaminen osana yhdistystä oli erittäin haastavaa. Toisaalta yhdistyksen toiminta on myös erilaista kuin muissa Demarinuorten piireissä. Helsingissä toimii paljon erilaisia yhdistyksiä ja tekemistä riittää. Usein yhdessä paikassa oleva aktiivinen jäsen on aktiivinen jossain muuallakin. Myös sosialidemokraattien tila muussa poliittisessa ympäristössä heijastuu nuorisojärjestön toimintaan. Olen monta kertaa joutunut selittämään, miksi olen valinnut sosialidemokraattisen toimintakentän ja kuinka voin toimia näin vanhassa ja ukkoutuneessa puolueessa. Useimmat jäsenet eivät edusta Stadin demarinuoria yleensä, koska puolueen ja liikkeen olemassaoloa kyseenalaistetaan julkisuudessa koko ajan. Haluan, että viestintäsuunnitelma antaa keinoja ja välineitä kyseenalaistajia vastaan. Samaan aikaan kamppaillaan muiden poliittisten nuorisojärjestöjen kiinnostuksesta poliittiseen toimintaan. Yhä useampi nuori menettää uskonsa demokraattiseen päätöksentekoon ja politiikkaan. Osittain tietynlaisen mediakuvan antaminen johtaa tähän. Jos poliitikkoja arvostellaan jatkuvasti henkilökohtaisten asioiden tai ulkoasun perusteella, ei oikeat asiat pääse puhumaan politiikan puolesta. Toivon, että Stadin demarinuoret voi jatkossa ajaa nuorekasta ja uskottavaa julkisuuskuvaa sosialidemokraateista medialle sekä Helsingin nuorille.

Tutkimuksen teko osoittautui haasteeksi, koska jäsenten yhteystiedot eivät olleet ajan tasalla. Vastausten vähäinen määrä yllätti minut, luulin, että ihmisiä kiinnostaa kehittää oman järjestönsä viestintää. Toisaalta olen myös huolissani siitä, miten muutamassa vastauksessa oltiin selkeästi pettyneitä Stadin demarinuoriin tiettyjen toimijoiden takia. Tämä kertoo sen, että järjestö on yhtä kuin sen jäsen. Kun jäsen tekee virhearvion omassa viestinnässään, kärsii seurauksista myös hänen edustamansa taho. Itse kyselystä mietin myös, oliko se liian pitkä tai kysymykset vaikeaselkoisia. Sähköpostin viestin läpimeno voi vaikuttaa myös se, että vastaanottaja ei lue hänelle lähetettyjä sähköpostiviestejä. Kysyä voi myös, että ollaanko nykyiseen viestintään tyytyväisiä, eikä koeta siksi tarpeellisenä vastata kyselyyn. Minusta ei myöskään ollut tieteellisesti eet-

tistä palkita vastaajia jollain tuotteella tai palvelulla. Voiko siis todeta, että vastaaminen ei kannata, jos siitä ei palkita?

Tutkimukseni pohjalta ei voi vastausmäärän takia vetää yleistyksiä, joten voin todeta, että työ on koostunut enemmän muun tausta-aineiston ja havainnoinnin perusteella. Viestintä puhuttaa kaikkia järjestöjä ja mediatilasta taistellaan valtakunnallisellakin tasolla. Välillä huomasin kyseenalaistavani järjestön roolin asiantuntevana viestijänä. Uskon kuitenkin, että asiantuntevalla viestinnällä palvellaan sekä jäseniä ja sidosryhmiä, mediaa. En halunnut puuttua tässä työssä paljoakaan siihen, miten viestintä on tähän asti Stadin demarinuorissa toiminut. Varsinkin sisäisessä viestinnässä on ollut parantamisen varaa ja hallituksen kesken tapahtuva tiedonjakaminen on ollut hajanaista. Viestinnän tulee olla kokonaisvaltaista ja siihen pitää kaikkien järjestön toimijoiden sitoutua.

7 Lähteet

Hirsjärvi, Sirkka. Remes, Pirkko. Sajavaara, Paula 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kustanneosakeyhtiö Tammi.

Ilvonen, Anne 2011. Miten tiedotan? Yhdistystoimijan tiedottamisopas. Helsinki: Ok-opintokeskus.

Järvi, Ulla. Vainikainen, Tuula 2010. Jyväskylä: Oy Enoste Ltd.

Keskinen, Vesa. Nyholm, Anna Sofia 2012. Nuoret Helsingissä 2011. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.

Seppälä, Piritta 2011. Kiinnostu ja kiinnosta. Näin markkinoit järjestöäsi sosiaalisessa mediassa. Lahti: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.

VERKKOLÄHTEET:

Apsis. <http://customers.anpdm.com/apsismovies/foldrar/APSIS_Pro_FI_LR.pdf> (luettu 15.11.2013.)

FINLEX. Nuorisolaki 27.1.2006/72.
<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060072>> (luettu 10.11.2013)

Hirvonen Antti. YLE Uutiset. Kun suomi-twitter putosi puusta.
http://yle.fi/uutiset/kun_suomi-twitter_putos_puusta/6501958 (luettu 19.11.2013.)

Kompassi. Poliittisista nuorisjärjestöistä.

<http://www.kompassi.info/FI/search/community.asp?id=3555&_item_id=906#community> (luettu 10.11.2013).

Nuorisoasiainkeskus. Avustusohjesääntö.

<<http://nk.hel.fi/lomakkeet/nukatoto/AVUSTUSOHJESAANTO.pdf>> (luettu 10.11.2013)

Nuorisoasiainkeskus. Helsingin nuorisjärjestöt.

<http://www.hel.fi/hki/Nk/fi/J_rjest_ille+ja+nuorten+ryhmille/Helsinkil_isi_+nuorisoj_rjest_j> (luettu 10.11.2013).

Nuorisoasiainkeskus. Nuorisolautakunta. <http://www.hel.fi/hki/Nk/fi/P__t_ksenteko> (luettu 10.11.2013.)

Nuorisoasiainkeskus. Tietoa meistä. <<http://www.hel.fi/hki/Nk/fi/Tietoa+meista>> (luettu 10.11.2013.)

OK-Opintokeskus A. Kyselylomake. <<http://ok-opintokeskus.fi/node/118>> (luettu 21.11.2013.)

OK-Opintokeskus B. SWOT-analyysi. <<http://ok-opintokeskus.fi/swot-analyysi>> (luettu 21.11.2013.)

OK-Opintokeskus C. Haastattelu. <<http://ok-opintokeskus.fi/node/120>> (luettu 21.11.2013.)

SDP. SDP:n viestintäopas puolueosastoille.

http://issuu.com/sosialidemokraatit_sdp/docs/viestintaopas (luettu 19.11.2013.)

Social media explained with donuts

<<http://www.geek.com/geek-cetera/social-media-explained-with-donuts-1466613/>> luettu 10.11.2013


Sosialidemokraattiset nuoret. Yhteystiedot.

<<http://demarinuoret.fi/kategoria/yhteystiedot/>> (luettu 22.11.2013).

Stadin demarinuoret. Toimintaa. <<http://stadindemarinuoret.fi/toimintaa/>>, (luettu 10.11.2013).

SurveyPal sähköpostimarkkinointipalvelu. <<http://www.surveypal.com/fi/palvelumme/>> (luettu 10.11.2013).

Liite 1: Stadin demarinuorten viestintäkyselyn kysymykset



Stadin Demarinuorten viestintäkysely

Teen opinnäytetyönäni Metropolia ammattikorkeakoulun digitaalisen viestinnän koulutusohjelmaan viestintäsuunnitelman Helsingin sosialidemokraattiselle nuorisopiirille, tuttavallisemmin Stadin Demarinuorille. Kyselyllä kartoitan käytössä olevien viestintäkeinojen toimivuutta ja haluan saada vastauksia siihen, että minkälaista viestiä Stadin Demarinuorten tulisi jäsenilleen lähettää ja mitä kautta. Kyselyn vastaamiseen menee noin viisi minuuttia ja antamasi tieto on arvokasta opinnäytetyölleni.

Tässä kyselyssä viestinnällä tarkoitetaan sisäisiä viestejä, joita voi tulla piirin jäsenille joko sähköpostilla, sosiaalisessa mediassa tai tekstiviestillä. Jäsenviestintämme on ollut osittain hajanaista hyvän ohjeistuksen puuttuessa ja sitä luon tämän kyselyn pohjalta.

Kyselyyn voi vastata, vaikka et olisikaan piirimme jäsen, vaan haluat auttaa jäsenviestinnän kehittämisessä. Samalla voit myös jättää terveiset piirihallituksellemme.

Terveisin, Tiina Vesa
Lisätietoja:
tiina.vesa@demarinuoret.fi
0503749185

Vastausaikaa on 20.10. asti.

Kiitos avustasi!

Taustatiedot

Kysymyksillä kartoitetaan kyselyyn vastaajien taustatietoja tietojen käsittelyä varten.

Oletko Stadin demarinuorten jäsen?

Olen

En

En ole jäsen, mutta kiinnostunut toiminnasta (jätä yhteystietosi Lisätietoja-kenttään.)

Ikä

15-20 vuotta

21-26 vuotta

27-32 vuotta

yli 32 vuotta

Sukupuoli

Nainen

Mies

En halua vastata

1. INTERNET: Mitä Stadin Demarinuorten internetin viestintäkanavia tällä hetkellä seuraat? (Voit valita useampia)

- Nettisivut (<http://stadindemarinuoret.fi>)
- Facebook-sivut (<https://www.facebook.com/StadinDemarinuoret>)
- Facebook-ryhmä (<https://www.facebook.com/groups/stadindemarinuoret/>)
- Twitter (<https://twitter.com/DemarinuoretHEL>)

2. VIESTINTÄKANAVAT: Mitkä kaksi olisivat parhaita ensisijaisia viestintäkanavia? (Voit valita useampiakin)

- Nettisivu
- Sähköposti tekstillä
- Sähköposti uutiskirjepalvelun kautta
- Facebook
- Twitter
- Tekstiviesti
- Kirjeposti
- Nettilehti
- Painettu lehti
- Puhelut
- Blogi
- Jokin muu, mikä

3. TIEDOTUS: Mihin haluaisit Stadin demarinuorten tiedotuksen keskittyvän? (Voit valita useampia)

- Kannanotot / Julkilausumat
- Tiedotteet
- Esitteet
- Sosiaalinen media, Facebook-sivun julkaisut
- Blogikirjoitukset
- Mikroblogikirjoitukset (esim. Twitter, Qaiku)
- Muut kirjoitukset (esim. mielipidekirjoitukset, kommentit)
- Kirjeet
- Kuvat
- Printtimainokset (esim. paikallislehdissä)
- Videot
- Kuvapalvelut (esim. Instagram, Flickr)
- Mielipidekirjoitukset
- Jokin muu, mikä

4. SÄHKÖPOSTI: Kuinka usein saat keskimäärin sähköpostia Stadin Demarinuorilta?

- kerran viikossa
- 2 kertaa kuukaudessa
- kerran kuussa
- kerran puolessa vuodessa
- Harvemmin tai ei koskaan
- En osaa sanoa

5. Kuinka piirin sisäistä viestintää tulisi kehittää?

6. VAPAA SANA: Anna palautetta piirin toiminnasta, risuja, ruusuja tai kehitysehdotuksia.

7. Terveiset piirin toimistolle / piirihallitukselle.

8. YLEISARVOSANA: Kuinka tyytyväinen olet Stadin demarinuorten tiedottamiseen?

	Tyytymätön					Erittäin tyytyväinen
	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Nettisivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedotus yleisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

LISÄTIETOJA: Jos haluat lisätietoa Stadin Demarinuorista tai yhteystietosi on väärin, jätä meille sähköpostiosoitteesi (tietoja ei käytetä opinnäytetyössä ja kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti)

Kiitos vastauksistasi!

Liite 2 Haastattelukysymykset nuorisojärjestöjen viestintäasiantuntijoille.

1. Mitkä ovat mielestäsi poliittisen nuorisojärjestön tiedottamisen haasteet?
 - a. Valtakunnallisesti
 - b. Pääkaupungin sisällä

2. Miten Stadin demarinuoret voisivat keskittyä poliittisen viestinnän tekemiseen, eli mitkä olisivat ohjeet kannanottojen laatimiseen ja julkaisuun?

3. Nimeä jotain käytännön keinoja, joilla tiedottaminen ei olisi yksisuuntaista ja jäsenistö vastaanottaisi viestin (ja myös ymmärtäisi sen)?

