

## Verkkotekstin laatiminen Tukikummit-solun perustamista varten

Elina Lähteenmaa



<b>Tekijä</b> Lähteenmaa Elina	
<b>Koulutusohjelma</b> Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> <b>Verkkotekstin laatiminen Tukikummit-solun perustamista varten</b>	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 25 + 7
<p>Tämä opinnäytetyö oli kehityshanke, jonka produktina syntyi verkkoteksti Tukikummiin verkkosivuille. Verkkotekstin tavoitteena on antaa tietoa uuden Tukikummit-solun perustamisesta.</p> <p>Kohderyhmäksi valittiin henkilöt, jotka tuntevat jo Tukikummit, ja jotka harkitsevat solun perustamista. He ovat käyneet Tukikummiin verkkosivuilla jo aikaisemmin, ja he etsivät uutta tietoa solutoiminnasta. Heillä on myönteinen asenne hyväntekeväisyyttä ja Tukikummiin toimintaa kohtaan, ja he haluavat tehdä jotain konkreettista. Kohderyhmästä ei tiedetä sen sukupuoli- ja ikäjakaumaa, taloudellista tai yhteiskunnallista asemaa eikä maantieteellistä sijaintia.</p> <p>Tukikummit on vapaaehtoisvoimin toimiva säätiö, joka kerää lahjoitusvaroja suomalaislapsille ja -nuorille, jotka ovat vaarassa syrjäytyä. Tukikummiin tavoite on lievittää suomalaislasten ja nuorten köyhyyttä sekä ehkäistä heidän syrjäytymistään. Yksi Tukikummiin toimintamuodoista on solu, joka on itsenäinen ryhmä ihmisiä, jotka omasta aloitteestaan järjestävät tapahtumia varojen keräämiseksi Tukikummeille. Tukikummit tarvitsee lisää soluja ympäri maata. Tukikummiin verkkosivuilta puuttui solutoiminnasta ja solun perustamisesta kertova teksti.</p> <p>Tekstin tuottamisessa ei otettu huomioon typografisia eikä verkkojulkaisuun liittyviä teknisiä seikkoja. Verkkosivujen päivittäjä määrittelee kyseiset asetelut, ja kun teksti siirretään Tukikummiin sivuille, tulee tekstin ulkoasu noudattamaan Tukikummiin verkkosivujen linjaa.</p> <p>Tekstin tuottamiseksi työssä perehdyttiin sidosryhmäviestintään ja verkkokirjoittamiseen. Lukeminen näyttöpäätteeltä asettaa erilaisia vaatimuksia lukijalle kuin painetun tekstin lukeminen. Työssä perehdyttiin siksi verkkoon viestintävälineenä, verkkokirjoittamisen erityispiirteisiin sekä käsiteltiin ylipäätään kirjoittamisen prosessia.</p> <p>Tuotettavaa tekstiä varten kerättiin tietoa solutoiminnasta ja solun perustamisesta. Menetelmänä käytettiin tiedon keräämistä Tukikummiin verkkosivuilta sekä kahden solun vastuuhenkilöiden haastattelua. Lisäksi Tukikummiin hallitukselta saatiin tarkennettua tietoa aina kun sitä tarvittiin.</p> <p>Työn tavoitteena oli laatia verkkoteksti uuden Tukikummit-solun aloittamista varten, ja tämä tavoite täyttyi. Kehityshankkeena syntyi kokonaan uusi sivu, jonka laatimisessa huomioitiin tarkasti verkkokirjoittamisen erityispiirteet sekä itse tekstin sisältö ja informatiivisuus. Teksti sopii uudeksi sivuksi Tukikummiin verkkosivujen päävalikkoon.</p> <p>Produktiin on kirjoitettu myös ohjeet ja suositukset linkkien sijoittamisesta. Tukikummit julkaisee tekstin tai osan tekstistä sivuillaan. Tekstin vaikuttavuutta Tukikummeille, ja tehoa kohderyhmään ei tässä vaiheessa voi arvioida, vaan vaikutukset näkyvät ajan mittaan myöhemmin, kun uusia Tukikummit-soluja perustetaan.</p>	
<b>Asiasanat</b> Verkkokirjoittaminen, yhteisöviestintä, sidosryhmät, hyväntekeväisyys, vapaaehtoistyö.	

# Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tausta .....	1
1.2	Uuden verkkosivun tavoite ja kohderyhmä .....	2
1.3	Rajaus .....	3
1.4	Menetelmä .....	3
2	Verkkokirjoittaminen osana yhteisön sidosryhmäviestintää .....	4
2.1	Yhteisöviestintä .....	4
2.2	Sidosryhmäviestintä .....	4
2.3	Lukukokemus verkossa .....	6
2.4	Verkko viestimenä.....	7
2.5	Verkkokirjoittamisen erityispiirteet .....	8
2.6	Kirjoittamisprosessi .....	10
3	Tukikummi verkkosivut ja solutoiminta .....	11
3.1	Solutoimintatietous verkkosivuilla .....	11
3.2	Solutoimintatietoa suoraan kentältä .....	12
4	Verkkotekstin laatiminen Tukikummit-solun perustamista varten .....	15
4.1	Aineiston kokoaminen verkkotekstiksi .....	15
5	Pohdinta.....	18
5.1	Tavoitteiden saavuttaminen ja produktin onnistuminen .....	18
5.2	Menetelmän toimivuus .....	19
5.3	Kehittämissuositukset .....	20
5.4	Työprosessi ja oma oppiminen.....	22
	Lähteet .....	24
	Liitteet.....	26
	Liite 1. Verkkoteksti Tukikummit-solun perustamista varten .....	26
	Liite 2. Solunperustamiskaavake .....	29
	Liite 3. Haastattelurunko .....	31
	Liite 4. Mikrogaala-mainos Tukikummi verkkosivuilla .....	32

# 1 Johdanto

Opinnäytetyöni on kehittämishanke, jonka produktina syntyy verkkoteksti Tukikummeille. Teksti antaa tietoa uuden Tukikummit-solun perustamisesta. Teksti tulee Tukikummi- verkkosivujen uudeksi sivuksi, joka näkyy sivuston etusivun päänavigoinnissa. Sivulle voi tehdä myöhemmin alisivuja, esimerkiksi tulostettavan esitteen, ohjeita tapahtumajärjestämisestä, solujen tapahtumakalenterin ja kertomuksia eri solujen kokemuksista. Näin kaikki solutoiminnassa tarvittava tieto tulee kootuksi verkkosivuilla yhteen paikkaan.

Tukikummit on säätiö, joka kerää rahalahjoituksia syrjäytymisvaarassa olevien lasten ja nuorten syrjäytymisen estämiseksi. Lahjoitukset kanavoidaan lyhentämättöminä kirkon diakoniarahaston kautta suomalaislapsille ja nuorille, jotka ovat vaarassa jäädä yksin ja syrjäytyä. Tukikummeilla on ympäri maata joitakin soluja, jotka järjestävät tapahtumia varojen keräämiseksi. Solu on muutaman henkilön muodostama omatoiminen ryhmä, joka järjestää varainkeruutapahtumia Tukikummi-ryhmien hyväksi.

Solutoiminta perustuu vapaaehtoisuuteen ja haluun tehdä jotakin konkreettista Tukikummi-ryhmien aatteen hyväksi. Lähtiessään mukaan solutoimintaan ihminen antaa hyväntekeväisyytenä omaa aikaansa ja osaamistaan. Herääkin sarja kysymyksiä, ketkä ovat yleensä ottaen niitä, joilla on halua lähteä mukaan vapaaehtoistoimintaan, missä muodossa ihmiset tekevät hyväntekeväisyyttä, ja mistä he saavat tietoa toimintaan osallistumisesta.

## 1.1 Tausta

Suomessa on valtavasti yhdistyksiä, joiden toiminta on mahdollista ainoastaan vapaaehtoisten ansiosta. Vapaaehtoistoiminnassa haasteena on vapaaehtoisten rekrytointi ja sitouttaminen järjestön toimintaan. Vapaaehtoistoiminnalle on luonteenomaista ihmisten vaihtuvuus. Jokaisella tekijällä on omat motiivinsa toiminnassa mukana olemiselle, ja jokainen pystyy uhraamaan aikaansa järjestön eteen eri intensiteetillä. Toisille sopii sitoutuminen vain pieneksi hetkeksi, kun taas toiset voivat käyttää aikaa hyvinkin paljon vapaaehtoistoimintaan. (Karreinen, Halonen, Tennilä 2010, 5–8.)

Tukikummit toimii täysin vapaaehtoisten varassa, ja Tukikummi-ryhmien hyväntekeväisyystyöhön voi osallistua monella eri tavalla, kuten lahjoittamalla rahaa, omaa aikaansa, omaa osaamistaan, jakamalla tietoa Tukikummeista sekä syrjäytymisen vaaroista. Solutoiminnassa on mahdollista yhdistää tämä kaikki, mutta toiminnan ydin on järjestää tapahtumia

varojen keräämiseksi, ja tehdä Tukikummeja näkyväksi. Jotta ajatus solutoiminnasta leviäisi, haluaa Tukikummit kertoa siitä omilla verkkosivuillaan.

Raha-automaattiyhdistyksen tutkimuksen (2008) mukaan noin puolet suomalaisista lahjoittaa, tukee hyväntekeväisyysjärjestöjä tai auttaa toimimalla järjestöissä vähintään kerran kuussa. (Kuvaja 2010, 37–38). SPR:n mukaan ihmisten auttamishalu ei ole pienentynyt nykyisen kaltaisina taloudellisesti vaikeina aikoina, mutta lahjoitetut summat ovat pienentyneet. Rahalahjoitusten sijaan annetaan mielellään omaa aikaa ja osallistutaan vapaaehtoistoimintaan. Ihmiset löytävät vapaaehtoisjärjestöjen luo internetin sekä ystävien ja tuttujen kautta. (Kuvaja 2010, 38–41.)

Vapaaehtoistyön tutkija Henrietta Grönlundin mukaan auttamishalu ei ole laimennut talouslaman myötä. Uutena suuntauksena vapaaehtoistoiminnassa on nuoremman väestöryhmän keskuudessa yksilöllinen ja spontaani tekeminen, ja hyväntekeväisyysympäristöjen projektiluontoisuus. Hyväntekeväisyyttä tehdään mielellään kaveriporukassa. Myös kertaluontoiset, yhteisen asian äärelle syntyneet ryhmät ovat tärkeitä. Hyväntekeväisyyteen motivoi todelliseen tarpeeseen auttaminen ja aidon hyvän tekemisen palkitsevuus. (Grönlund 2014). Projektiluontoisuus, yksilöllinen ja spontaani tekeminen yhdessä tutun porukan kanssa on juuri sitä, mitä solutoiminta voi olla.

## **1.2 Uuden verkkosivun tavoite ja kohderyhmä**

Produktina tehtävän verkkotekstin tavoite on, että solutoimintaa harkitseva saa nopeasti ja selvästi tietoa siitä, mitä solutoiminta on ja miten sen voi aloittaa. Näin uusien solujen syntyminen tehdään mahdollisimman helpoksi, ja poistetaan epä tietoisuus solu-käsitteen ympäriltä.

Kohderyhmänä ovat Tukikummit jo tuntevat henkilöt, jotka harkitsevat solutoiminnan aloittamista. He ovat käyneet Tukikummi sivuilla jo aikaisemmin. Tämä tarkoittaa, että sivuille tuleva henkilö haluaa perustaa solun, ja etsii verkkosivuilta lisätietoa ja tukea päätökselleen perustaa solu. Hyväntekeväisyys- ja vapaaehtoistyöhön mukaan lähtemiselle on jokaisella omat motiivinsa, mutta tämän hankkeen kannalta tärkeintä on kohdistaa tekstin sanoma niille, jotka ovat jo motivoituneita ja halukkaita tekemään jotain konkreettista.

Haasteena solujen syntymisessä on se löytävätkö aktiiviset hyväntekeväisyysihmiset Tukikummit, ja toisinpäin. Minkälaisia ovat ne henkilöt, joita solutoiminta kiinnostaa, ja joilla

on halua ja tarmokkuutta tehdä konkreettista, omaa aikaa vievää hyväntekeväisyystyötä. Ihmisten hyväntekeväisyysmotiivien selvittäminen ja sen selvittäminen mihin järjestöön he hyväntekeväisyyspanoksensa – vapaa-aikansa, lahjoitusrahansa, työpanoksensa – sijoittavat onkin jo niin paljon monimutkaisempi selvitys, että sitä ei otettu tässä työssä huomioon. Tämä asia siis sivuutettiin kohderyhmää määriteltäessä.

### **1.3 Rajaus**

Tukikummiin pääasiallinen viestintäkanava on verkkosivut, joten teksti tehdään verkkosivuille. Verkossa oleva teksti on jokaisen ihmisen luettavissa – niin kohderyhmän kuin kaikkien muidenkin. Siksi sen pitää olla selkeä ja informatiivinen. Myös mitä lyhempi ja napakampi teksti on, sen varmemmin se tulee luetuksi.

Rajaan työni koskemaan ainoastaan Tukikummiin suomenkielisiä verkkosivuja. Työn tuotoksena syntyvä produkti on teksti vain uuden solun aloittamista varten. Rajaan tietoperustan koskemaan viestintää eri sidosryhmien kanssa, ja koska tekstini tulee verkkosivukäyttöön, perehdyn verkkokirjoittamiseen.

Uuden sivun suunnittelussa en ota huomioon sivun ulkoasullisia seikkoja, kuten fonttia, fonttikokoa, värejä ja kuvitusta. Tukikummit itse päättää sivun ulkoasun, joka tulee todennäköisesti noudattamaan yhtenäistä linjaa koko Tukikummit -sivuston kanssa.

### **1.4 Menetelmä**

Lähestymistapa produktin tekemiseen on laadullinen. Kerään solutoiminnasta tietoa keskustelemalla Tukikummiin kanssa sekä etsin Tukikummiin verkkosivuilta materiaalia. Saadakseni tietoa siitä, miten solu perustetaan, teen kaksi avointa haastattelua. Haastattelen henkilöitä, jotka ovat aloittaneet aktiivisen solutoiminnan omilla paikkakunnillaan. Saan heiltä käytännön kokemuksen tuomaa tietoa siitä, mitä solutoiminta on, ja siitä, mitä tietoa uusi solu tarvitsee aloittaessaan toimintaa. Myös Tukikummiin hallituksen jäsen kertoo minulle solutoiminnasta ja solutoiminnan tarkoituksesta ja tavoitteista. Lisäksi hän tarkistaa yleisten Tukikummit -tietojeni oikeellisuuden ja tarkentaa niitä tarvittaessa.

## **2 Verkkokirjoittaminen osana yhteisön sidosryhmäviestintää**

Tukikummit on yhteisö, jonka tärkeimpiä sidosryhmiä ovat lahjoittajat. Lahjoittajina toimivat niin yksityiset henkilöt kuin yrityksetkin. Näille sidosryhmilleen Tukikummit viestii pääasiallisesti verkkosivujensa välityksellä. Tässä luvussa kerrotaan aluksi lyhyesti, mitä yhteisöviestintä on, ja sen jälkeen siirrytään sidosryhmäviestintään. Koska Tukikummiin sidosryhmäviestintä tapahtuu muun muassa internetissä, ja tämän kehityshankkeen teksti tulee verkkoon, paneudutaan tässä luvussa myös verkkokirjoittamisen erityispiirteisiin.

### **2.1 Yhteisöviestintä**

Yhteisöviestinnällä tarkoitetaan erilaisten yhteisöjen suunniteltua ja tavoitteellista viestintää. Yhteisöjä nimitetään niiden toimintaa, jäseniä ja ominaisuuksia kuvaavilla erilaisilla termeillä, kuten esimerkiksi yritys, yhdistys, organisaatio, liitto, järjestö, työyhteisö, kunta ja valtio. (Juholin 2011, 21–22). Yksi viestinnän tärkeimmistä tehtävistä on tukea yhteisön, organisaation toimintaa. (Metsäaho 2013, 12–13). Yhteisö, organisaatio, yritys, jne. ei voi toteuttaa tehtävänsä ilman yhteisöviestintää.

Yhteisöviestintä kattaa kaikki viestinnän muodot, jotka tukevat yhteisön toimintaa (Åberg 1997, 174). Yhteisöviestinnäksi luetaan kaikki viestintä mikä tapahtuu yhteisön sisäpuolella sen jäsenten ja jäsenryhmien välillä sekä yhteisön ja sen ulkomaailman välillä. Yhteisöviestintä koostuu tilanteesta riippuen sekä yksisuuntaisesta, tiedottavasta viestinnästä, että kaksisuuntaisesta, vuorovaikutteisesta viestinnästä. (Lohtaja, Kaihovirta-Rapo 2007, 13). Viestinnän tulee pohjautua yhteisön perustehtävän toteuttamiseen. Viestinnän kehittämisellä voidaan siten tehostaa yhteisön toimintaa ja tuoda yhteisölle kilpailuetua. (Puro 200, 105).

### **2.2 Sidosryhmäviestintä**

Yhteisöviestintä on aikaisemmin jaoteltu yhteisön sisäiseen viestintään ja viestintään sen ulkopuolisten tahojen kanssa, toisin sanoen sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Nykyään puhutaan sidosryhmäviestinnästä, joka kattaa nämä molemmat. (Juholin 2011, 40–41). Sidosryhmiä ovat kaikki yhteisön kanssa vuorovaikutuksessa olevat sisäiset ja ulkoiset osapuolet – henkilöt ja muut yhteisöt. Näitä ovat muun muassa niin henkilökunta, alihankkijat, asiakkaat, poliittiset vaikuttajat, ympäristön asukkaat kuin äärimmilleen vietyinä suuri yleisökin. (Juholin 2013, 51). Sidosryhmäviestintään luetaan yhteisön yhteystoiminta, yhteiskuntasuhteet ja julkisyhteisösuhteet. (Åberg 2006, 159). Tähän voidaan sisällyttää

markkinointiviestintä, sisäinen viestintä, mediasuhteet, talousviestintä, yhteiskuntavastuu, sijoittajaviestintä ja muut sidosryhmät. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 18).

Yhteisön vuorovaikutuskyky vaikuttaa sen menestymiseen. Yhteisön on pystyttävä kohdistamaan viestinsä eri sidosryhmien tarpeiden mukaan sekä vastaanottamaan palautetta niiltä. Viestien kohdistaminen onkin tärkeää, sillä kaikkia asioita ei tarvitse viestiä kaikille. Turhaan viestintään hukkuu moni tarpeellinenkin viesti. (Juholin 2011, 40–41).

Sidosryhmäviestintään luetaan myös keinot, joilla yhteisö kertoo itsestään sen ulkopuolisille tahoille. Tiedottaminen on yksisuuntaista viestintää, ja sen avulla yhteisön on tarkoitus mm. saada näkyvyyttä asialleen ja esimerkiksi yhdistystoiminnassa innostaa mukaan uusia ihmisiä. Tämä pitää tehdä suunnitellusti, samojen lainalaisuuksien mukaan kuin kaikessa viestinnässä – mitä viestillä halutaan saada aikaan, ketkä ovat kohderyhmä ja mitä kanavia käytetään. (Kuokkanen, Myllyviita, Rosengren & Törrönen 2007, 54–56.)

Viestin tekijä ja lähettäjä, vastaanottaja ja tulkitsija ovat aina henkilöitä. Ihmismieli on jokaisella erilainen, ja siksi jokainen tulkitsee viestin lähtökohtaisesti eri tavalla. Paras tapa viestiä on kasvokkain, koska silloin viestin sanomaa ja sen tulkintaa voi tarkentaa välittömän vuorovaikutuksen ja palautteen avulla. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 13). Viesti saa vastaanottajassa aikaan reaktion, muutoksen. Sanoman aiheuttama muutos vähentää vastaanottajan epätietoisuutta silloin, kun sanoma tuo hänelle tietoa, informaatiota. Sanoman informatiivisuus riippuu vastaanottajan oman tiedon lähtötasosta, joten tiedon tarve on sidoksissa vastaanottajan lähtötilanteeseen. Viestin lähettäjä ei voi aina tietää mikä on vastaanottajan kyky prosessoida juuri kyseistä viestiä, ja mikä on vastaanottajan tiedon lähtötaso. (Åberg 1996, 14–16).

Kun viesti on suunniteltu ja tiedetään kenelle se lähetetään, pitää miettiä miten viesti lähetetään vastaanottajalle (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 13). Viestejä välitetään erilaisten kanavien kautta. Eri kohderyhmille sopivat erilaiset kanavat, joten kohderyhmän tavoittamisen kannalta on olennaista tietää mitä kanavaa kohderyhmä käyttää. Myös viestin sanoma vaikuttaa kanavan valintaan. Kanavaa valittaessa on otettava huomioon tavoitellaanko viestillä vuorovaikutusta, ja minkälaista vuorovaikutusta. On määriteltävä mikä on viestin tarkoitus, ja lähettämisen ajankohta. (Lohtaja, Kaihovirta-Rapo 2007, 50–52). Viestin perillemeno on aina häiriöllä altista. Mitä vähemmän viestin välittämiseen liittyy vuorovaikutusta, sitä suurempi on riski, että viestin saaja tulkitsee viestin eri tavalla kuin lähettäjä sen tarkoitti. Viestin tehoa parantaa jos kohderyhmä tunnetaan hyvin ja viestintäkanava valitaan tarkoituksenmukaisesti. (Juholin 2011, 36).



Daft ja Lengel jaottelevat viestintäkanavat yksipuolisiin (*lean*) ja monipuolisiin (*rich*). Mitä enemmän itse viestintätilanteessa on välitöntä vuorovaikutusta viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä, sen monipuolisempi tai rikkaampi kyseinen viestintäkanava on. Monipuolinen viestintäkanava suo mahdollisuuden viestin tarkentamiselle, välittömälle palautteen antamiselle ja sille, että viestin lähettäjä voi varmistua viestin mahdollisimman tarkoituksenmukaisesta tulkitsemisesta. (Puro 2004, 47–49). Brittiläisen tutkijan John B. Thompsonin (1995) mukaan vuorovaikutus medioituu, kun siinä on käytössä jokin väline, kuten esimerkiksi sähköposti, ja jonka johdosta viestintä ei ole sidottua tiettyyn aikaan ja paikkaan. (Seppänen & Väliverronen 2012, 67).

Yksipuolisessa kanavassa viesti kulkee vain yhteen suuntaan, vuorovaikutus on vähäistä tai olematonta ja viesti voidaan ymmärtää epämääräisesti. Yksipuolisiin kanaviin lukeutuvat muun muassa tiedotteet, internetsivut ja sähköposti. Yksipuolisten viestintäkanavien käyttö on lisääntynyt viestintäteknologian yleistymisen myötä. (Puro 2004, 47–49). Verkkoon kirjoitettu viesti on vähemmän rikas, yksisuuntainen ja tiedotemainen teksti. Rikkaamman viestintäkanavan avulla onkin helpompi saada ihmisiä aktivoitua nopeamman vuorovaikutuksen ja palautteen mahdollisuuksien vuoksi. (Åberg 2006, 158–161).

### **2.3 Lukukokemus verkossa**

Lukeminen ei ole luonnollista toimintaa ihmissilmälle. Silmä toimii sykäyksittäin, ja sulkeutuu noin joka kahdeksannen kirjaimen kohdalla. Tätä emme pysty itse huomamaan, vaan havainto on tehty tutkimalla tekstiä lukevan silmän liikkeitä supernopealla kameralla. Tästä johtuen lyhyet sanat ovat silmälle helpompia kuin pitkät yhdyssanat tai joukko pitkiä sanoja peräkkäin. Looginen tekstin eteneminen ja selkeät virkkeet auttavat lukijaa lukemaan. Ihmisellä on taipumus myös ennakoida jo tulevaa lukiessaankin. Siitä syystä tekstin sisältöä luonnehtivat otsikot ovat tärkeitä. Lukija ikään kuin arvaa tekstin sisällön ja loogisuuden otsikkojen perusteella. (Rentola 2010, 77–80).

Tekstin toimivuutta voi testata lukemalla pelkät väliotsikot. Jos niistä saa hyvän käsityksen tekstin juonesta ja sisällöstä, on otsikointi onnistunut. (Alasilta 2000, 149). Verkkotekstissä aloitus on tärkeä, koska se saa lukijan jatkamaan lukemista tai siirtymään muille sivustoille. Pääasia kannattaa siis kertoa heti parin rivin mittaisella ydinsanomalla. (Alasilta 2000, 169–171).

Tärkeintä viestinnässä on tietää mitä ollaan sanomassa ja kenelle. Verkkoon kirjoittaessa viestin voi lukea kuka tahansa, joten viestinnän vaikutusta ja onnistumista ei voida välit-

tömästi nähdä. Sen näkee vasta myöhemmin tarkoitetun kohderyhmän mahdollisena toimintana (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 11). Viestin kohdentaminen kohderyhmälle edellyttää kohderyhmän tuntemista. (Juholin 2011,36). Lukijan asemaan asettuminen auttaa: mitä kohderyhmä haluaa tietää ja mikä heitä kiinnostaa juuri tässä asiassa. Kirjoittaessa on hyvä pysähtyä miettimään mitä kaikkia kysymyksiä teksti lukijan mielessä herättää. (Lohtaja, Kaihovirta-Rapo 2007, 54–55). Tämän kehityshankkeen teksti on kohdistettu Tukikummiin toimintaa ja hyväntekeväisyyttä kohtaan myötämielisille ihmisille. Kun kirjoitetaan tiedottavaa tekstiä myötämielisille ihmisille, kannattaa faktat kertoa lyhyesti, selkeästi ja pelkistetyksi (Alasilta 2012, 207). Tekstin on annettava lukijalle juuri sellaista tietoa mitä hän on lähtenyt etsimään. Kirjoittaminen suurelle yleisölle vesittää viestin, jos tekstin tarkoituksena on puhutella vain valikoitua ryhmää. (Rentola 2010, 75–76). Verkossa tekstin voi lukea suuri yleisö, vaikkei se olisikaan tekstin kohdeyleisö.

## **2.4 Verkko viestimenä**

Viestintävälineenä internet on ollut yhtä suuri mullistus kuin kirjapainotaidon keksiminen aikanaan. Sanomalehtien ja erilaisten paperilehtisten valtakausi oli vuosituhannen vaihteeseen asti vakaa ja vankka. Uusi teknologia muutti toimintatapoja, ja verkkoviestintä valtasi alaa. Seuraava askel on se, että kaikki mikä voi olla digitaalista, tulee olemaan digitaalista. (Juholin 2013, 41). Internetin myötä uusi viestintäteknologia, kuten www-sivut, sähköposti ja erilaiset mobiililaitteet sovelluksineen, ovat tehneet yhteiskunnasta tietoinensivisen ympäristön. Teknologia on juurtunut nopeasti jokapäiväiseen elämäämme niin tehokkaasti, että olemme tulleet riippuvaisiksi viestintäteknologian toimivuudesta. (Puro 2004, 42–46).

Internet viestimenä ja mediana on monimuotoinen sen yhdistäessä aikaisemmin kaikkien erillisten viestintäkanavien ja monien teknisten laitteiden ominaisuudet. Verkkosivut voivat sisältää tekstiä, ääntä, kuvia, videokuvaa, animaatioita, linkkejä toisille sivuille, vuorovaikutteisia blogeja ja keskustelufoorumeita, jne. (Seppänen & Väliverronen 2012, 24–26). Näkö- ja kuuloaistin kautta koetaan suurin osa ulkoista maailmaa, ja nykypäivän viestimisessä visuaalisuus korostuu. (Seppänen & Väliverronen 2012, 33). Perinteiset joukkoviestimet tuottavat informaatiota asiantuntijoita käyttävien mediaorganisaatioiden kautta. Internet on tuonut mukanaan sellaisen ilmiön, että kuka tahansa voi ladata sinne viestejä, jolloin viestintäympäristö ei ole enää täysin kontrolloitua ja sen kaiken sisällön luotettavuudesta ei ole takeita. (Seppänen & Väliverronen 2012, 67).

Verkossa oleville erityyppisille kanaville tarvitaan erilaisia tekstejä. Tähän vaikuttaa valittu kanava, teknologian vaatimukset sekä teknisten sovellusten mukana muuttuneet lukutottumukset. Verkkoon ei voi kirjoittaa niin kuin kirjoittaisi paperille. (Alasilta 2012, 108–111). Erityyppisiä tekstejä käytetään muun muassa blogeissa, Facebookissa, Twitterissä, uutis sivustoilla, mainosbannereissa, jne. Osa verkossa olevista teksteistä on tarkoitettu vain lyhyiksi päivityksiksi, pikaviesteiksi. Jopa kirjoituskieli on muuttunut mobiilisovellusten käyttäjäkunnan käsissä lyhenteineen ja erilaisine hymiöineen. Facebookin, Twitterin ja muiden sosiaalisen median kanavien myötä ihmiset ovat tottuneet kirjoittamaan ja lukemaan pikatekstejä. (Åberg 2006, 116–117).

Viestintä internetin välityksellä on julkisuustilaa tarvitsevaa medioitua kvasivuorovaikutusta (Thompson (1995) teoksessa Seppänen & Väliaverronen 2012, 68), jossa yksi tai harva viestin lähettäjä viestii sanomansa rajattomalle määrälle vastaanottajia. Tämä vuorovaikutus on vain yksisuuntaista, ja dialogia ei synny. (Seppänen & Väliaverronen 2012, 68–69). Verkkoon kirjoittaminen onkin haastavaa, sillä viesti annetaan kaikkien luettavaksi vain yksisuuntaisesti, ja siksi sen voi tulkita monella tavalla. (Åberg 2006, 117).

## **2.5 Verkkokirjoittamisen erityispiirteet**

Suurin osa internetin verkkosivujen sisällöstä on tekstiä. Moni etsii netistä tietoa ja silmäilee sivuja nopeasti. Siksi verkkoon laitettu tieto on tarjottava käyttäjäystävällisesti ja käyttäjälähtöisesti. Ihmiset kiinnittävät huomion kuviin ja otsikoiviin teksteihin. (Seppänen & Väliaverronen 2012, 33). Lukeminen näytöltä on hitaampaa kuin paperille kirjoitetun tekstin (luku 2.3), koska näyttöpäätte välkkyy ja siitä tulee heijastuksia (Keränen, Lamberg & Penttinen 2005, 66). Näiden lukemista vaikeuttavien seikkojen vuoksi kappaleet on jaettava melko pieniksi, maksimissaan viisi riviä (Metsäaho 2013, 94), fontin eli kirjasintyyppin pitää olla selkeää, ei kursiivia tai liian pientä, ja tekstin palstaleveys sellainen ettei lukijan tarvitse rullata tekstiä sivusuunnassa kesken lukemisen. (Lohtaja, Kaihovirta-Rapo 2007, 79–80).

Parhaiten verkkoteksti toimii, kun sen sisällöstä saa jo yhdellä silmäyksellä yleiskäsityksen. Lyhyet kappaleet ja selkeä väliotsikointi helpottavat tekstin lukemista ja etsittävän tiedon löytymistä ruudulta. Verkkosivuilla liikkuminen ja välilehdillä navigointi on oltava mahdollisimman loogista ja helppoa. Nämä kaikki seikat vaikuttavat siihen kuinka kauan lukija viihtyy sivulla. (Lohtaja, Kaihovirta-Rapo 2007, 79–80). Hyvin suunnitelluilla nettisivuilla tieto löytyy helposti, tieto on ajankohtaista ja sivut ovat visuaalisesti miellyttävät. (Metsäaho 2013, 91–95).

Verkkotekstiin sopii uutismainen, tiedottava tyyli: tekstin alkuun kirjoitetaan tärkein asia, ja loppuun vähemmän tärkeät asiat. Verkkotekstissä informatiivinen otsikointi on tärkeää sillä se ohjaa ihmisen suoraan etsimänsä tiedon luo. (Kaloinen, Suntinen & Vallisaari, M. 2001, 118–119.). Houkutteleva otsikko ja hyvin muotoiltu teksti toimivat netissä. Tekstin asia pitää muotoilla lyhyeksi ja ytimekkääksi, ja asia pitää tarjolla lukijalle ydin edellä, esimerkiksi otsikon ja houkuttelevan kuvan avulla. Jos tekstiä on paljon, tulee käyttää väliotsikoita, jotta visuaalinen ilmavuus säilyy. Verkkotekstissä luetelmat kannattaa asetella allekkain, jottei lukemisen sujuvuus kärsi. (Metsäaho 2013, 91–94).

Tekstin elävöittävä rytmitys syntyy eripituisista virkkeistä ja lauseista. Hyvin rytmitetty teksti sisältää sekä päälauseita että sivulauseellisia virkkeitä. Yhtenäinen typografinen ilme sivuston sisällä helpottaa tekstin lukemisessa. (Metsäaho 2013, 91–94). Verkkotekstin selkeyteen vaikuttaa tekstin rakenne, kielellinen ymmärrettävyys ja ulkoasu. Tekstin ilmavuus ja visuaalinen levollisuus muodostuvat kirjoitetun ja tyhjän tilan sopivasta suhteesta toisiinsa. (Alasilta 2012, 161). Verkkotekstin luettavuutta haittaavat ylipitkät virkkeet, jatkuvasti saman näköinen teksti ilman korostuksia tai tyhjää tilaa, pitkät kappaleet, pitkät esittelyvirkkeet ja väliotsikoiden puute. (Alasilta 2012, 194–195).

Otsikoilla ja väliotsikoilla jäsennetään tekstiä. Pääotsikolla on siksikin suuri merkitys, että teksti on löydettävissä helpommin internetistä hakukoneilla. Otsikointi vaikuttaa verkkotekstin käytettävyyteen ja luettavuuteen sekä siihen miten teksti vaikuttaa lukijaan. Monesti verkkotekstejä vain silmäillään, ja silloin hyvien väliotsikoiden ansiosta aiheesta jää enemmän lukijalle mieleen, ja lukija pysähtyy häntä kiinnostavan aiheen ääreen. (Alasilta 2012, 114–119).

Verkkosivulle tuleva asiatekstin kieli on syytä pitää neutraalina ja yksinkertaisena. Erikoisterminologia ja kummalliset sanat häiritsevät lukijaa. Mitä yksinkertaisempaa kieli on, sen varmemmin se ymmärretään. Runsasta adjektiivien käyttöä tulee välttää, sillä adjektiivit värittävät tekstiä emotionaalisella tasolla, ja välttämättä aina reaktio ei ole toivottava. (Loh-taja & Kaihovirta-Rapo 2007, 57).

Tekstiä kirjoittavan on keskityttävä hyvään suunnitteluun, kohderyhmäosaamiseen ja verkkoon sopivien ilmaisutapojen hyödyntämiseen. (Alasilta 2000, 141). Verkkoon on kirjoitettava paremmin kuin paperille, koska ruudulta on hitaampaa lukea ja hankalampi hahmottaa kokonaisuuksia. (Alasilta 2000, 147). Kirjoittaminen vaatii aikaa ja suunnittelua, ja kirjoitusprosessia helpottavat seuraavat asiat.

## 2.6 Kirjoittamisprosessi

Kirjoittajan oma tekstintuottamiskyky sekä omat lukutottumukset vaikuttavat hänen kirjoitusvalmiuksiinsa. Kirjoittaminen on taito, jossa voi kehittyä, ja ainoa tapa siihen on säännöllinen kirjoittaminen. (Alasilta 2000, 63). Kirjoittaminen vaatii harjoitusta ja kirjoittamisprosessi vaatii aikaa ja huolellista suunnittelua. Huomioon on otettava viestintäväline, kohderyhmä (luvut 2.2, 2.3) ja tietenkin itse tekstin sisältö. (Metsäaho 2013, 52–56).

Suunnitteluprosessi alkaa kysymyksistä, mitä kirjoitetaan, kenelle, miksi, ja missä ja milloin se julkaistaan. On tiedettävä, onko teksti tarkoitettu esimerkiksi viihdyttämiseen, uutiseksi, ohjeeksi, asiantuntijatekstiksi vai mainokseksi. Onko tekstin tarkoitus vaikuttaa ihmisten toimintaan tai opettaa jotain. Onko lukija tuttu vai tuntematon, ja minkälaiseen ihmisryhmään hän kuuluu. Kohderyhmästä ja aiheesta riippuen sukupuoli ja ikätekijätkin tulee huomioida. Tekstin kieleen ja tyyliin vaikuttavat nämä kaikki. (Metsäaho 2013, 52–56).

Teksti luonnostellaan aluksi, ja tekstistä tehdään suunnitelma. Tekstiä muokataan prosessin aikana, luetaan, pidetään taukoja, ja otetaan etäisyyttä tekstiin, jotta se hautuu kirjoittajan ajatuksissa. Palautteen saaminen on tärkeää, ja kirjoittajan on hyvä luetuttaa tekstinsä koelukijalla prosessin edetessä, muokkaukertojen välillä. (Metsäaho 2013, 49–58). Teksti kannattaa myös lukea ääneen, sillä ääneen luettaessa sanat saavat eri painotukset kuin hiljaa lukiessa. Sanojen painotukset voivat johdattaa lukijan aivan erisävyyseen johtopäätökseen tekstin luonteesta, kuin mitä kirjoittaja on ajatellut. Kerralla tekstistä ei tule valmista, vaan prosessi elää ja vaatii päiviä. (Rentola 2010, 76–84).

Tärkeintä on pitää mielessä asian ydin ja looginen, johdonmukainen esittäminen. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 54–55). Ymmärrettävä ja kiinnostava teksti lupaavat lukijalle jotain hänelle hyödyllistä ja siitä myös jää lukijalle myönteinen kuva. (Alasilta 2000, 172–173). Kun teksti on hiottu palautteiden ja korjailujen jälkeen, alkaa viimeistelytyö. Viimeistelyyn kuuluu tekstin kieliopin tarkistaminen, kirjoitusvirheiden poistaminen ja pilkkujen tarkistaminen. Samalla voi vielä miettiä onko otsikointi osuvaa ja lukijan lukuprosessia eteenpäin vievää. (Metsäaho 2013, 63).

### 3 Tukikummienn verkkosivut ja solutoiminta

Tukikummit on vuonna 2007 perustettu suomalainen säätiö, jonka tarkoituksena on kerätä varoja lasten ja nuorten syrjäytymisen ehkäisemiseksi. Tukikummienn verkkosivuilla kerrotaan ytimekkäästi: ”Tukikummienn tavoite on lievittää suomalaislasten ja nuorten köyhyyttä sekä ehkäistä syrjäytymistä”. Säätiön toiminta on täysin vapaaehtoisten varassa. Kerätyt varat kanavoidaan lyhentämättömänä tukena kirkon diakoniarahaston kautta syrjäytymisvaarassa oleville lapsille ja nuorille. Tukea ei myönnetä rahana, vaan sillä hankittuina tavaroina ja palveluina, joita syrjäytymisvaarassa olevat tarvitsevat. Tukikummienn myöntämä avustus on tarkoitettu sellaisiin kustannuksiin, mitä yhteiskunnan tukiverkko ei kata, ja mihin ei ole saatu tukea muualta. Tämä tarkoittaa esimerkiksi harrastustoimintaa, josta pois jäädessään nuori on vaarassa pudota pois kaveriporukasta ja syrjäytyä. (Tukikummit). Kuvassa 1 on esiteltyä Tukikummienn toiminta.

Näin tukikummit toimivat



Kuva 1.

#### 3.1 Solutoimintatietous verkkosivuilla

Tukikummienn pääasiallinen viestintäkanava on verkkosivut [www.tukikummit.fi](http://www.tukikummit.fi). Sivulla kerrotaan Tukikummienn historia, toiminnan tausta ja tavoitteet, uutisia Tukikummienn tapahtumista ja tietoa syrjäytymisestä. Tukikummit toimii läpinäkyvästi, ja hallituksen koontumisista ja päätöksistä sekä kerätyistä varoista ja niiden jakautumisesta tarvitseville kerrotaan verkkosivuilla selkeästi. Sivustolla on hyvät ohjeet erilaisia lahjoitustapoja varten. Verkkosivujen mukaan Tukikummit-säätiön tärkein varainhankinnan lähde ovat yritys-lahjoittajat, ja merkittäviä lahjoituksia saadaan myös yksityisiltä henkilöiltä. Tukikummienn verkkosivut on tarkoitettu kaikille Tukikummeista ja hyväntekeväisyydestä kiinnostuneille.

Myös yritykset käyttävät niitä, ja vastikään esimerkiksi eräs huomattava lahjoittajayritys oli valinnut Tukikummit hyväntekeväisyyskohteeseen vertailemalla eri hyväntekeväisyyskohteiden verkkosivuja.

Tällä hetkellä verkkosivut eivät kuitenkaan palvele uuden solun perustajaa, vaikka nimenomaan uusia soluja tarvitaan. Sivuilla ei ole suoranaista tietoa solun perustamisesta ja solutoiminnasta. Toistaiseksi ainoa täsmällinen tämän hankkeen kohderyhmälle kohdistettu tieto löytyy monen klikkauksen takaa päävalikon Lahjoita-välilehden alaotsikosta ”Miten voin kerätä varoja?”:

Voit myös perustaa paikallisen Tukikummi-solun ystäväiesi kanssa suunnittelemaan ja toteuttamaan varojen keräystä. Solun perustamiseksi täytyy solunperustamiskaavake, jossa käydään läpi varainkeruun periaatteet. Lisätietoja osoitteesta lahjoitusinfo@tukikummit.fi.

Solunperustamiskaavake sisältää jonkin verran tietoa solutoiminnasta sekä yksityiskohtaisia sopimusasioita (liite 2).

Viittauksia solutoimintaan löytyy muualta sivustosta ”Usein kysytyjen kysymysten” osastosta, kuten esimerkiksi:

Tukikummit toimivat kuten sinä ja kaverisi näette parhaaksi tavaksi kerätä varoja. On tapahtumia, kahvikutsuja, myyjäisiä, konsertteja, kirpputoreja, marjakeräyksiä – mitä vain keksitte. On tärkeää, että itse viihdytte siinä, mitä teette. Meiltä saatte vinkkejä, mitä muut ovat tehneet, mutta vastuu on teillä.

### **3.2 Solutoimintatietoa suoraan kentältä**

Tapasin Tukikummiensa varapuheenjohtajan kesäkuussa 2014, jolloin idea solutoiminnan kasvattamisen tarpeellisuudesta lähti itämään. Tietoa kerätessäni tapasin useasti yhteyshenkilökseni valikoituneen toisen Tukikummiensa hallituksen jäsenen ja ohjausryhmän johtajan, ja hänen kanssaan kävimme lisäksi sähköpostikirjeenvaihtoa. Näissä tapaamisissa ja kirjeenvaihdossa sain strategista tietoa Tukikummeista ja Tukikummiensa solutoiminnasta. Lisäksi halusin kerätä tietoa suoraan solunvetäjiltä. Haastattelin kahta solunvetäjää, toista kerran kasvokkain 15.11.2014, ja toista sähköpostitse 15.1.2015, ja hänen kanssaan tapasimme ja keskustelimme lisää aiheesta 9.2.2015. Haastatteluissa käytin pientä

kysymysrunkoa (liite 3), ja haastattelut etenivät enemmänkin keskustelemalla. Kaikkia kysymyksiä en olisi osannutkaan edes kysyä, vaan asiat selvisivät suorassa vuorovaikutuksessa haastateltavien kanssa. Keskusteleva, vuorovaikutteinen ja rikas viestimisen tyyli oli siis välttämätön metodi tiedon hankinnassa. Näiden haastattelujen anti oli käytännön tietoa suoraan kentältä.

Haastatteluissa ja sähköpostikirjeenvaihdossa sain selville, että jokainen solu on erilainen. Solun vetäjä ja jäsenet tekevät siitä omanlaisensa, ja toiminta muokkautuu heidän mieltymysten, osaamisen ja kiinnostuksen kohteiden mukaiseksi. Ihmisten vapaa-aika tuntuu aina olevan kortilla, joten solutoiminnan pitäisi olla mahdollisimman vapaamuotoista ja mielekästä yhdessä tekemistä. Säännölliset ja tiiviit tapaamiset eivät haastateltavien mukaan tuntuneet tarpeelliselta eikä tarkoituksenmukaiselta.

Haastateltavia yhdisti sellainen luonteenpiirre, että he ovat erittäin vastuuntuntoisia, aktiivisia ja monessa mukana olevia henkilöitä. Heillä on suuri ystävä- ja kontaktipiiri, toisin sanoen monipuolinen verkosto ympärillään. He pitävät lankoja käsissään ja delegoivat tehtäviä muille solun jäsenille, ja he ovat vastuuntuntoisia omasta solutoiminnastaan. Tässä piileekin haastatteluissa esiin tullut suden kuoppa: kun kyse on vapaaehtoistoiminnasta, miten varmistua siitä, että solun muut henkilöt osallistuvat yhteiseen tekemiseen, ja etteivät tehtävät kasaannu yhdelle henkilölle. Toinen haastateltava sanoikin, että monesti oli helpompaa vain tehdä jokin asia itse, kuin yrittää saada muut tekemään sitä. Ihmiset keksivät äkkiä verukkeita asioiden tekemättä jättämiselle jos he eivät tunne vastuuta.

Toinen haastateltava oli ratkaissut asian niin, että hän piti suurta sähköpostilistaa. Jos listan ihmiset eivät itse osallistuneetkaan hyväntekeväisyystapahtuman järjestämiseen, he kuitenkin osallistuivat itse tapahtumaan ostamalla sinne lipun, ja mahdollisesti tuomalla mukaan muita lipun ostaneita osallistujia. *”Mitä laajempi passiivisten joukko on, sitä helpompaa on esimerkiksi myydä tapahtumia, koska vaikka ennen tapahtumaa henkilöllä ei olisi aikaa osallistua, hän voi myydä tilaisuuden lippuja ja ostaa itse.”*

Solun tarkoitus on järjestää tapahtumia, kerätä rahaa Tukikummeille, saada uusia lahjoittajia, levittää tietoa syrjäytymisestä sekä tehdä Tukikummeja tunnetuksi ja näkyväksi. Solu on konkreettinen toimintamuoto Tukikummiensa hyväksi. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että kohderyhmänä uuden solun aloittajat ovat haasteelliset. Ihmisten on helpompaa tulla mukaan, jos on valmiina jokin tapahtuma, johon tarvitaan apukäsiä. Ihmiset kyllä osallistuvat ja tekevät mielellään, kunhan joku koordinoi ja jakaa tehtävät. Tärkeintä on kerätä innostunut joukko ihmisiä, jotka haluavat tehdä jotain konkreettista Tukikummiensa hyväksi, ja korostaa, että kaikki osallistuminen on vapaaehtoista. Sen verran ihmisiltä kuitenkin toivot-



tiin sitoutumista, että jos he ovat luvanneet tehdä jonkin jutun, esimerkiksi julisteiden jakamisen, he sen myös tekisivät. Haastateltavieni solut ovat järjestäneet erilaisia yrityslounaita, gaalailtoja, konsertteja, itsenäisyyspäivän juhlia, vappulounaita ja jopa koiranäytelyyn. Jokaisesta tapahtumastaan he tekevät tapahtuman Facebookiin.

Haastateltavien mielestä sosiaalisen median hyödyntäminen, esimerkiksi Facebookin, olisi myös helpoin kanava saada uusia ihmisiä mukaan. Tätä kautta voisi löytää jonkun valmiin ihmisten yhteenliittymän, joka voisi aloittaa solutoiminnan – kaveriporukan, harrastusporukan, opiskelukavereita, naapureita. Silloin olisi valmiina jokin yhteisen asian ympärille muotoutunut toisensa tunteva ryhmä, joka olisi valmis organisoimaan jonkun temppauksen. Uuden solun perustajalle tärkeää olisi kerätä mahdollisimman suuri ihmisjoukko sähköpostilistalle. Mitä enemmän nimiä on postituslistassa, sitä helpompi tulla toimintaan mukaan, koska kenenkään yksittäisen ihmisen työ ei ole ylivoimaisen suuri. Tärkeää on myös, että perustaja on valmis vetovastuuseen. Ihmiset tekevät ja auttavat mielellään, kunhan joku koordinoi asiat.

## **4 Verkkotekstin laatiminen Tukikummit-solun perustamista varten**

Tässä luvussa kerrotaan miten verkkoteksti (liite 1) syntyi. Tekstiä varten tarvittavan tiedon kokoaminen valitulle kohderyhmälle oli työn kehittämistehtävä. Tavoitteena oli koota verkkoon sopiva tietopaketti Tukikummiensa solutoiminnasta, jotta solutoimintaa harkitseva voi perustaa Tukikummit-solun. Lukijan tulee saada nopeasti ja selvästi tietoa siitä, mitä solutoiminta on. Solutoimintatietoutta ei sivuilla kuitenkaan ole koottuna selkeästi ja tarpeeksi kattavasti yhteen paikkaan. Tämän työn tavoitteena oli koota tarvittava tieto niin riittävänä ja selkeänä, että se auttaa solutoiminnasta kiinnostunutta henkilöä tekemään päätöksen solutoiminnan aloittamisesta.

Uuden solun perustamista varten tarvitaan perustietoa Tukikummeista ja siitä miten avustusjärjestelmä toimii. Tämä tieto on jo paketoitu hyvin tukikummiensa verkkosivuille, joten sitä ei erikseen tarvinnut kirjoittaa solun perustajan tietopakettiin. Kuten aikaisemmin on mainittu, kohderyhmä tuntee Tukikummiensa toiminnan entuudestaan, ja on myötämielinen Tukikummiensa toiminnalle. Kohdehenkilöt ovat mahdollisesti jo lahjoittaneet Tukikummeille rahaa tai osallistuneet johonkin hyväntekeväisyystapahtumaan, jonka jokin Tukikummit-solu on järjestänyt. Heidän joukostaan löytyy potentiaalisimmat henkilöt aloittamaan solutoiminnan. Kohderyhmä on siis rajattu tässä ryhmässä niihin, jotka harkitsevat Tukikummit-solun perustamista. Kohderyhmän ominaisuuksia muilla tavoin ei ole eritelty. Kohderyhmän sukupuoli- ja ikäjakaumaa, maantieteellistä sijaintia tai yhteiskunnallista asemaa ei ole tutkittu ja kartoitettu.

### **4.1 Aineiston kokoaminen verkkotekstiksi**

Aineistoa solutoiminnasta oli tarjolla rajallisesti. Kirjoitettua aineistoa oli miltei olemattomasti, mutta kokemusperäistä tietoa sen sijaan oli runsaasti. Keräsin tietoa solutoiminnasta haastatteluilla sekä tutkimalla Tukikummiensa verkkosivuja. Näillä keinoin hankkimani tiedon kokosin tekstiksi uuden solun aloittamista varten.

Keräsin Tukikummiensa sivuilta eri kohdista solutoimintaan sopivan tiedon palaset yhteen muokkaamattomina. Purin haastatteluni sekä keskustelu- ja haastattelumuistiinpanot, sekä sähköpostikirjeenvaihdannan. Nämä kaikki kirjoitin raakatekstiksi ja jaoin osiin aihekokonaisuuksittain. Pohdin ja luokittelin mikä on asian kannalta olennaista tietoa ja mikä ei, mistä lukija saa informaatiota solun perustamista varten. Kerros kerrokselta hioin ydin kohdat esiin. Samalla ajattelin lukijan motivoimista, huomioon ottamista ja henkilökohtais-

ta lähestymistapaa. Sinuttelevan tyylin havaitsin henkilökohtaisemmaksi, mutta päätin rajoittaa sen käyttöä, jottei tekstistä tulisi käskevä vaan pikemminkin ystävällisen suostutteleva.

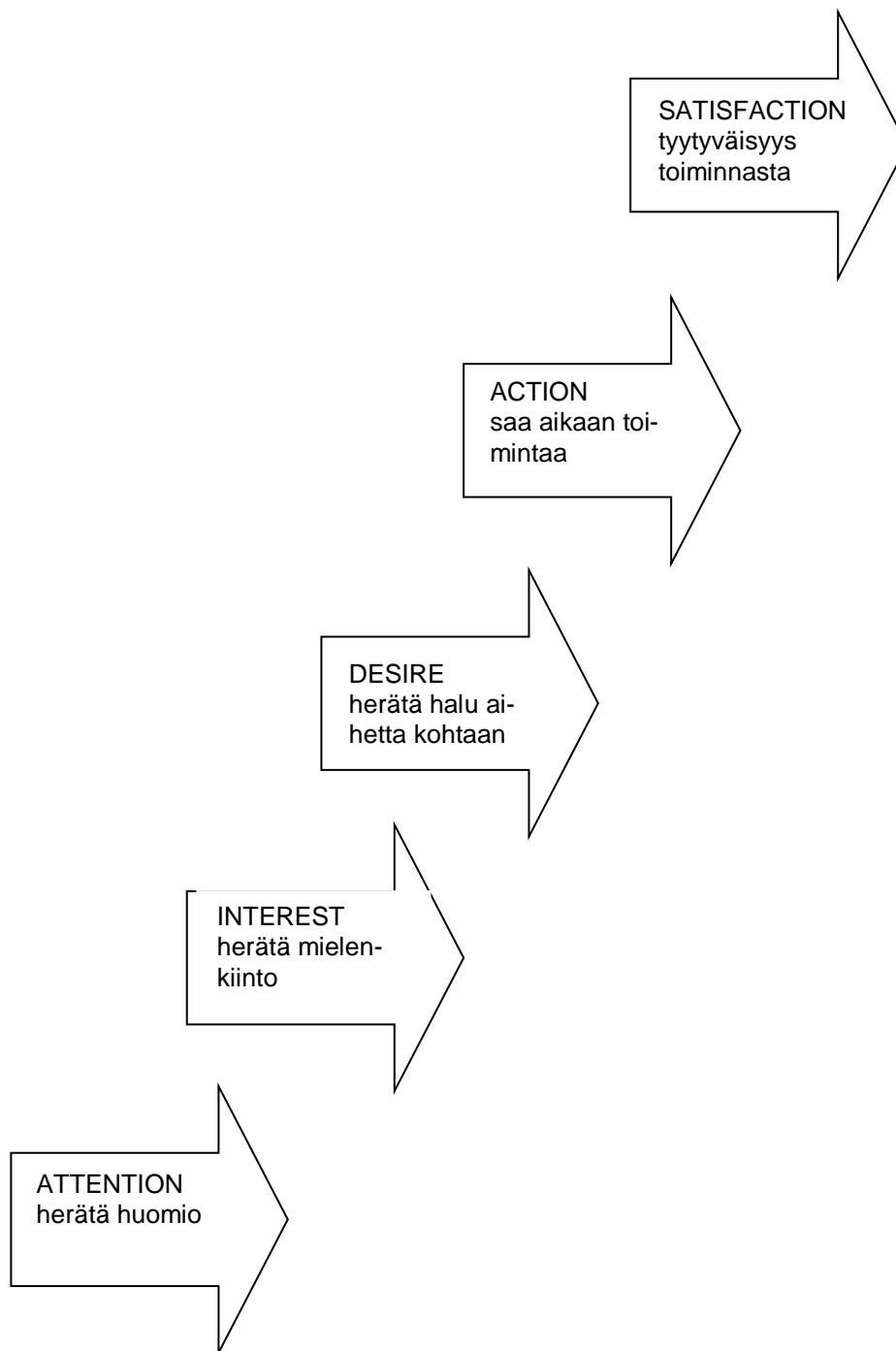
Asetuin sivuja lukevan kohderyhmään kuuluvan henkilön asemaan ja mietin mitä haluaisin tietää ja mitä kysymyksiä mieleeni voi herätä. Ajattelin, että olen Tukikummiin lahjoittaja, joka on osallistunut jonkun solun järjestämään konserttiin, ja siitä intoutuneena haluaa perustaa solun. Aluksi kirjoitin tekstiä kysymys-vastaus -muotoon sen mukaan, mitä kysymyksiä aihe mielessäni herätti. Vähitellen muokkasinkin, jalostin ja tiivistin sitä, poistin toiston, ja pyrin poimimaan olennaisimman mahdollisimman selkeäksi tekstiksi.

Koska tekstini tulee verkkoon, tutustuin myös muiden hyväntekeväisyysjärjestöjen verkkosivuihin ja pohdin niiden toimivuutta ja loogisuutta. Testasin muita sivustoja lukemalla niitä ja kokeilemalla, miten sivuston tieto kuljettaa lukijaansa. Pidinkin mielessäni kuitenkin sen, etten ollut tekemässä uutta sivustoa, vaan tekstiä, joka tulee Tukikummiin verkkosivuston yhdeksi sivuksi. En ole koskaan alusta asti suunnitellut ja tuottanut verkossa julkaistua sivua, joten sivun eri elementtien tekniseen toimivuuteen en keskittynyt ollenkaan – se ei myöskään ollut tehtäväni. Suunnittelin loogiset kohdat mahdollisille linkeille, jotta sivun lukeminen olisi esteetöntä.

Pidin kirjaa prosessin edetessä vastaan tulleista seikoista. Analysoin opinnäytetyöni etenemistä ja omaa oppimistani. Säilytin työni eri versiot ja saatoinkin näin palata välillä johonkin vanhaan versioon, ja ottaa sieltä takaisin käyttöön jonkin jo hylkäämäni, mutta mielessä hautuneen hyvän ajatuksen.

Tekstiä kirjoittaessa sovelsin myös markkinointiviestinnästä tuttua AIDA-mallia. Markkinointiviestinnässä yhteisö pyrkii kertomaan itsestään, herättämään huomiota ja erottautumaan kilpailijoistaan. Mielenkiinnon herättäminen ja asiakassuhteiden ylläpitäminen ja myönteisten asenteiden luominen yhteisöä kohtaan ovat markkinointiviestinnän ydintä. Markkinointiviestinnässä puhutaan AIDASS-mallista (Attention – herätä huomio, Interest – herätä mielenkiinto tuotetta kohtaan, Desire – herätä halu, Action – saa asiakas toimimaan, Satisfaction – varmista asiakkaan tyytyväisyys, Service – tarjoa lisäpalveluja ja kannusta uusintaostoihin). (Bergström, Leppänen 2007, 273–275, Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 56). Ensin herätetään lukijan huomio, esimerkiksi otsikoinnilla. Seuraavaksi herätetään lukijan mielenkiinto, kun hän lukee tekstiä. Tekstin aiheuttama reaktio lukijassa on halu toimia hyvän aatteen vuoksi. Viimeisin toivottava reaktio tässä on toiminta eli solun perustaminen. Toiminnan jatkuessa syntyy todennäköisesti tyytyväisyys uuden solun toiminnan aikaansaannoksista, esimerkiksi onnistuneen tapahtuman tekemisestä.

AIDASS-mallista sovelletun kehityshankkeessa käyttämäni AIDAS-portaikon esittelen alla kuvassa 2.



Kuva 2. Kehityshankkeen verkkotekstiin sovellettu AIDAS-malli

## 5 Pohdinta

Kehityshankkeena syntyi uuden Tukikummit-solun perustamisesta kertova teksti Tukikummi- verkkosivuille (liite 1). Tekstin syntyminen oli mahdollista vain solutoiminnan ymmärtämisen kautta. Solutoimintaan perehtyminen solunvetäjien kanssa keskustelemalla oli ainoa tapa saada tietoa solutoiminnasta.

### 5.1 Tavoitteiden saavuttaminen ja produktin onnistuminen

Työn tavoitteena oli tuottaa Tukikummi- verkkosivuille uudeksi sivuksi teksti, joka antaa solutoimintaa harkitsevalle henkilölle helposti ja selkeästi tietoa siitä mitä solutoiminta on ja miten solun voi perustaa. Tämän tavoitteen saavutin. Tukikummit valitsi kohderyhmäksi sen jo tuntevat henkilöt, jotka harkitsevat solutoiminnan aloittamista, ja ovat käyneet tukikummi- sivuilla jo aikaisemmin.

Katson kehittämishankkeen onnistuneeksi, sillä verkkoteksti syntyi, ja tekstin sisältö täytti asetetut tavoitteet. Tekstissä kerrotaan mikä on Tukikummit-solu, mitä solutoiminta on ja miten solun voi perustaa. Lisäksi tekstissä on esimerkkejä siitä, mitä toimintaa olemassa olevat solut ovat järjestäneet, sekä yhteystiedot näihin soluihin. Tekstin vaikuttavuutta Tukikummeille on vaikea tässä vaiheessa arvioida, koska tekstiä ei ole vielä julkaistu. Myös kohderyhmän tavoittamista on vaikea arvioida, sillä tekstiä ei testattu henkilöllä, joka voisi kuulua kohderyhmään. Todennäköisesti kuitenkin kohderyhmään kuuluvat henkilöt käyvät Tukikummi- verkkosivuilla, ja huomaavat uuden sivun päänavigoinnissa. Kiinnostavaa olisi tietää minkälainen vastaanotto ja vaikutus tekstillä tulee olemaan, miten se vaikuttaa uusien solujen syntyyn ja kohderyhmän aktiivisuuteen.

Tuotetussa verkkotekstissä on otettu huomioon verkkokirjoittamisen erityispiirteet. Otsikko houkuttelee lukemaan lisää. Johdanto antaa tiivistettynä tietoa siitä, mitä tekstissä myöhemmin käsitellään tarkemmin. Teksti on jaksotettu aihepiireittäin ja tiedot on erotettu selkeästi väliotsikoilla. Väliotsikot kertovat olennaisen, ja niiden avulla lukija pääsee heti etsimänsä tiedon ääreen. Kappaleet ovat lyhyitä niin kuin ruudulta luettavan tekstin kuuluu ollakin. Internetin erityisominaisuuksia on hyödynnetty tekemällä linkkejä sivun eri kohtiin sekä muualle samalla sivustolla. Samalla sivustolla olevaa tietoa ei ole kirjoitettu uudelleen turhaan, vaan siihen on tehty linkki.

PDF-formaattiin tallennettuna teksti näyttää tietenkin erilaiselta, kuin mitä se tulee olemaan Tukikummi-verkkosivuilla. Kuten rajauksessa mainittiin, tässä jätettiin kokonaan typografiset seikat huomiotta. Tukikummi-verkkosivujen päivittäjä itse näkee tarvitseeko erillisiä linkkejä väliotsakkeisiin ollenkaan. Fonttikoko ja palstajako ratkaisevat sen, ovatko tekstikokonaisuudet luettavissa helposti yhdeltä ruudulta. Solutoiminta-sivua voi lisäksi elävöittää kuvilla, mikä vaikuttaa tilan käyttöön. Produkti lopullisessa formaatissaan jää siis nähtäväksi aikanaan Tukikummi-verkkosivuilla.

Monesti ihmisten mukaan saaminen on helpompaa silloin, kun heitä pyydetään mukaan valmiiksi suunniteltuun ja organisoituun projektiin. Paljon haasteellisempaa on houkuttaa ihmisiä yleisesti mukaan toimintaan. Tällöin heille ei ole selvää mitä kaikkea pitää tehdä, miksi, ja milloin. Vapaaehtoistoiminnan suunnittelu on avain menestykseen. Jonkun täytyy suunnitella. Silloin tekemisellä on selkeät raamit ja suunta, ja tekijöiden mukana oleminen ja pysyminen on varmempaa. Monesti ihmiset mielellään tekevät, kunhan heillä on selkeä tehtävä. (Karreinen, Halonen, Tennilä 2010, 9–18).

Kun etsitään kohderyhmään kuuluvia solun perustajia, olisi etua siitä, että heillä olisi jo käytössään työkalut solun organisoimista varten. Siksi solutoiminnasta kertovalla sivulla olisi hyödyllistä kertoa mitä kaikkea tapahtumien tekemisessä tulee huomioida. Tällä hetkellä solutoiminta on kuitenkin strukturoimatonta ja vapaata, ja solut itsenäisiä toimijoita. Vapaat kädet tekemiseen ovat etu, johon aktiiviset henkilöt tarttuvat, mutta kolikon kääntöpuolena on haasteellisuus ihmisten mukaan saamisessa johonkin, jossa ei ole selkeää rakennetta.

## **5.2 Menetelmän toimivuus**

Menetelmääni kuului tiedon keruu Tukikummi-verkkosivuilta sekä solunperustajien haastattelut. Tiedon keruu verkkosivuilta oli hyvin selkeä ja yksiselitteinen metodi. Haastatteluissa sain tehtyä tarkennettuja kysymyksiä verkkosivuilta löytämiini tietoihin, mikä oli tärkeä ja olennainen osa tätä kehittämishanketta. Haastatteluissa tuli esiin paljon sellaista tietoa mitä verkkosivuilla ei ollut. Lisäksi prosessin edetessä pyysin lisätietoja suoraan Tukikummi-hallituksen jäseneltä.

Keskusteluissa nousi esiin myös paljon muita mahdollisia kehityskohteita, jotka eivät tähän työhön liittyneet. Haastattelut olivat informatiivisia, sillä henkilöt painottivat eri asioita. Silti heidän kokemuksissaan oli paljon yhtäläisyyksiä. Haastateltavat myös haaveilivat minun ratkaisevan enemmän solutoiminnan haasteita, kuin mitä tehtäväni oli. Ilmaan jäi

kellumaan ajatuksia mitä pitäisi tehdä, ja miten Tukikummi toimintaa tulisi edelleen kehittää. Nämä havainnot keräsin opinnäytetyön seuraavaan lukuun.

### 5.3 Kehittämisehdotukset

Tukikummi verkkosivut ovat informatiiviset ja asialliset. Itse näkisin, että ne ovat kuin hiomaton timantti. Potentiaalia on paljon, mutta tällaisenaan sivut eivät ihan puhkea täyteen loistoon. Tukikummi verkkosivuilla voisi hyödyntää internetin erityisominaisuuksia monipuolisemmin. Haastatteluissa ja keskusteluissa sain paljon sellaista tietoa, joka ei liity solun perustamiseen, joten keräsin kaiken tämän tiedon Tukikummi omaa pohdintaa auttamaan kehittämisehdotuksiksi seuraavasti:

- Linkityksiä voisi tehdä enemmän ja liittää mukaan videoklippejä sekä myydä yhteistyökumppaneille banneripaikkoja.
- Tukikummi ja MTV3:n yhteistyöhön liittyvään Nuorten hyväksi -sivustoon pitäisi olla linkki suoraan Tukikummi sivuilta. Tällä hetkellä kyseinen sivusto (<http://nuortenhyvaksi.fi/>) löytyy ainoastaan MTV3:n verkkosivuilta.
- Eri solujen yhteystiedot olisi hyvä linkittää sivuille. Tieto olemassa olevista soluista helpottaisi halukkaita liittymään mukaan niiden toimintaan.
- Kuvagalleria eri solujen tapahtumista olisi varmasti motivoiva ja innostusta herättävä lisä solutoiminta-sivulla.
- Tukikummi sivuilla voisi olla tapahtuman järjestäjän käsikirja, jossa kerrotaan tilaisuuden järjestämisestä sekä tarvittavista luvista.
- Sivulla voisi olla valmiita kutsupohjia, lahjoituslomakkeita, arpajaisohjeet, vinkkejä markkinointiin, ja esimerkkejä jo toteutetusta tapahtumista.
- Tapahtumakalenterista näkisi mitä tapahtumia ja kampanjoita Tukikummeilla on meneillään, milloin ja missä.
- Tapahtumakalenteri auttaisi myös siinä, että vapaaehtoisia saisi mukaan eri paikkakunnilla järjestettäviin tapahtumiin. Ihmiset tulisivat helpommin mukaan, kun tietäisivät mitä, missä ja milloin tapahtuu. Näin he tietäisivät, että vapaaehtoistyöhön tarvitsee sitoutua ennalta sovituksi ajaksi tietyn tapahtuman hyväksi.

- Valtakunnallinen laaja kampanja, jossa tapahtuma järjestetään samana päivänä eri paikkakunnilla, olisi hyvä näkyvyyden lisääjä. Säännöllisesti toistuva tapahtuma toisi lisää tunnettuutta ja näkyvyyttä. Ajan mittaan tapahtuma mielletäisi perinteeksi.
- Ohjeita vapaaehtoistoiminnan ryhdyttämiseen ja johtamiseen tarvitaan. Motivaation ja kiinnostuksen ylläpitämiseksi vapaaehtoistehtävät tulisi paketoita. Tämä tarkoittaa tehtävien selkeää suunnittelua, ohjeistamista, aikataulutusta ja ohjaamista, siis kokonaiskuvan ja sen osien organisoimista. Mitä selkeämpi ja tarkemmin määritetty jokin tehtävä on, sen helpompi sitä on lähteä suorittamaan. Tehtävät pitäisi paketoita erikokoisiksi siten, että niitä voi jakaa tekijöille heidän elämäntilanteensa, kiinnostuksen ja osaamisen mukaan. Myös tehtävien kierrättäminen on hyvä ajatus, niin kukaan ei päädy tekemään aina samaa tehtävää. Tästä on hyötyä myös siinä, että vapaaehtoistoiminnan myötä tekijät oppivat monipuolisesti erilaisia tehtäviä, ja yhteinen osaaminen lisääntyy. (Karreinen, Halonen, Tennilä 2010: 9–18).
- Toiminta kannattaa dokumentoida ja raportoida, jotta hyväksi havaitut toimintatavat säilyvät, ja heikoiksi todettuja tapoja voidaan korjata ja välttää. Jokainen tapahtuma on ainutkertainen projekti, josta voi ottaa oppia. Tehtävänannot, vastuut, aikataulut, palautteet, uudet ideat, kaikki kannattaa kirjata. Tämä helpottaa seuraavan projektin tekemistä huomattavasti, ja kannustaa pysymään hyvin organisoituneessa toiminnassa mukana. Raportoinnin voi tehdä sillä tavalla mikä järjestölle parhaiten sopii. Tärkeää on, että tehtyjä raportteja hyödynnetään ja niistä opitaan. (Karreinen, Halonen, Tennilä 2010: 88–91). Solutoimintaa voi siis kehittää ja solujen työtapoja helpottaa yllä mainitun kaltaisilla ohjeilla. Ehkä seuraava opinnäytetyö voisi olla opas Tukikummit-solutoiminnan kehittämiseen.
- Yhteistyötä oppilaitoksien, esimerkiksi Haaga-Helian, kanssa kannattaa kasvattaa esimerkiksi opinnäytetyönä tehtävinä kehityshankkeina. Myös erilaiset tapahtumaprojektit voisivat olla hyviä oppimisprojekteja opiskelijoille. Sidosryhmäviestinnän, markkinoinnin, tapahtumajärjestämisen ja verkkopalvelujen kehittämisen projekteja opiskelijat tekisivät varmasti mielellään.
- Haastatteluissa nousi esiin solu-nimityksen ongelmallisuus. Pohdittiin olisiko jokin muu termi parempi, koska solu-termiä saatetaan vierastaa siitä tulevien muiden miellejohdosten takia. Toisaalta, solutoimintaa ei ole vielä saatu lanseerattua niin, että se olisi tuttu käsite laajemminkin kuin vain tällä hetkellä toimivien Tukikummit-



solujen tilaisuuksiin osallistuvien keskuudessa. Tästä päästäänkin seuraavaan kohtaan, jota kannattaa mielestäni hyödyntää solutoiminnan tunnetuksi tekemisessä ja uusien solunvetäjiä houkutellessa.

- Aivan hieman ennen opinnäytetyön valmistumista Tukikummit lanseerasi uuden kampanjan (liite 4). Yhteistyökumppani MTV3 julkaisi 30.4. kymmenen uutisissa jutun mikrogaaloista. Tämä on hieno asia, sillä se lisää Tukikummiensa näkyvyyttä, hyväntekeväisyysasian kiinnostusta, ja on juuri sellaista vuorovaikutteista internetin käyttöä, jota verkkosivustolla kannattaa hyödyntää. Mikrogaala-kampanjassa hyödynnetään sosiaalista mediaa ja internetin monipuolisuutta vuorovaikutteisena viestintäkanavana. Tämä on juuri se suunta mihin nykypäivänä pitää mennäkin.

#### **5.4 Työprosessi ja oma oppiminen**

Kehittämishankkeena verkkotekstin tekeminen oli erittäin konkreettinen ja mielenkiintoinen tehtävä. Oli mielekästä tehdä jotain oikeasti Tukikummeja hyödyttävää. Tutustuin tietenkin Tukikummeihin ja säätiön taustaan ja toimintaan. Sain käsityksen siitä mitä kaikkea solutoiminta voi olla. Suunnitteluprosessi oli pitkä, mutta itse kirjoitusvaihe lopulta melko nopea.

Opinnäytetyön kehittämishankkeen tavoitteen ja kohderyhmän rajauksessa meni pitkä aika, ja näiden määrittelyt vaihtuivat useaan otteeseen sen takia, etten itse aluksi ymmärtänyt mikä solu on. Alkuun pääsemisen haasteena oli määrittää kohderyhmä, ja itse pidin suurena haasteena kohderyhmän kapeutta. Minun oli vaikea asettaa itseni kohderyhmään kuuluvan henkilön asemaan tekstiä tehdessäni. En myöskään tunne ketään kohderyhmään kuuluvaa, tai en tiedä tuntevani. Työn ideointi alkoi kesäkuussa 2014, ja varsinainen rajauksen ja tavoitteen määrittely saatiin konkreettiseksi ja lyötyä lukkoon vasta tammi-kuussa 2015. Työn valmistuminen toukokuuhun 2015 mennessä oli aikataulullisesti hieman haasteellinen, mutta silti realistinen tavoite.

Aiheen rajaamisen havaitsin erityisen tärkeäksi. Materiaalia läpi kahlatessa löysin myös paljon hyväntekeväisyys- ja vapaaehtoistyöhön sekä tapahtumien järjestämiseen liittyvää mielenkiintoista kirjallisuutta. Jouduin kuitenkin jättämään paljon jo kirjoittamaani pois jottei työ sirpaloituisi ja laajenisi leveyssuunnassa liikaa. Pohjatöiden tekeminen vei aikaa, ja johdanto-luvun asioiden täsmentäminen oli vaikeaa. Kun nyt katson matkan päästä tätä prosessia, suurin vuori ylitettäväksi oli nimenomaan johdanto-osan luvut, nimenomaan

rajaus. Sen jälkeen kaikki sujuikin mutkattomasti, ja huomasin aiheen vangitsevan minut lähdeteosten ääreen.

Kirjoittaminen puolestaan oli prosessin helpoin osa, koska siinä vaiheessa oli selvää mistä kirjoitan. Tekstin tuottaminen on minulle melko helppoa, mutta ankarasti lähdeteoksiin pohjautuva tietoperustaosa oli työläs siksi, etten nähnyt syytä kirjoittaa kovin laajasti aiheesta. Vapaa kirjoittaminen on luontevampaa. Itsekritiikkini johti siihen, että poistin paljon käyttökelpoistakin tekstiä. Työn tekemisessä opin paljon projektin hallinnasta, tavoitteen asettamisesta sekä ajanhallinnasta. Opinnäytetyösuunnitelmaan asettamani työn eri osioiden välietapit venyivät, mutta työn valmistuminen keväänä 2015 pysyi koko ajan tavoitteenani, jossa pysyinkin. Olen ammattia vaihtava opiskelija ja viisihenken perheen työssä käyvä äiti, ja kirjoittamiseen keskittyminen olikin ajoittain hyvin haastavaa. Lopputulokseen olen ympäröivät seikat huomioon ottaen tyytyväinen.

## Lähteet

Alasilta, A. 2012. Kirjoituskoulun vuosikirja 1. Scriptio Oy. Helsinki.

Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä. Kauppakaari Oyj. Helsinki.

Bergström, S & Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita. Helsinki.

Grönlund, H. 02.12.2014 julkaisussa: Etelätuuli: Etelä-Suomen liikunta ja urheilu ry:n verkkolehti 11/2014. Luettavissa: <http://verkkolehti.eslu.fi/content/sitoutumisen-muutos-ja-yksilölähtöisyys-tuovat-haasteita-vapaaehtoistoiminnan-organisointiin>  
Luettu: 5.2.2015.

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

Juholin, E. 2011. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infor. Vantaa.

Juholin, E. 2009. Viestinnän vallankumous, Löydä uusi työyhteisöviestintä. WSOYpro. Helsinki.

Kaloinen, M-L., Suntinen, R. & Vallisaari, M. 2001. Viesti ja vaikuta. WSOY. Helsinki.

Karreinen, L., Halonen, M. & Tennilä, M (toim.). 2010. 10 askelta parempaan vapaaehtois-toimintaan. Vihreä sivistysliitto ry. Eura.

Keronen, K. 2013. Johdata asiakkaasi verkkoon: opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen. Talentum. Helsinki.

Keränen, V., Lamberg, N. & Penttinen, J. 2005. Digitaalinen media. Docendo Finland Oy. Jyväskylä.

Kuokkanen, M., Myllyviita, A., Rosengren, P. & Törrönen, A. 2007. Yhdistystoiminnan kehittämisen opas. Kansan Sivistystyön Liitto. Vantaa.

Kuvaja, S. 2010. Hyvä raha: ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa. Kirjapaja. Helsinki.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. WSOYpro. Helsinki.

Metsäaho, T. 2013. Työelämän toimivat tekstit. Suomen Yrityskirjat Oy. Helsinki.

MTV Katsomo. Kymmenen uutiset 30.4.2015

<http://www.katsomo.fi/#!/jakso/33001017/uutislahetykset/465545/kymmenen-uutiset>

Katsottu 14.5.2015.

Nuorten hyväksi. <http://nuortenhyvaksi.fi/>

Luettu 26.4.2015.

Pessi, A. 2008. Suomalaiset auttajina ja luottamus avun lähteisiin. RAY:n juhlavuoden kansalaiskyselyn tulokset. Avustustoiminnan raportteja 19. Yliopistopaino. Helsinki. Luettavissa: <http://www2.ray.fi/fi/avustuksen-aineistopankki?folder=79>

Luettu: 5.2.2015.

Puro, J. 2004. Onnistu viestinnässä. WSOY. Helsinki.

Rentola, M. 2010. Vaikuta mediassa. Kirjoittamisen keinot tutuiksi. Kansanvalistusseura. Helsinki.

Seppänen, J. & Välvirronen, E. 2012. Mediyhteiskunta. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.

Tukikummit. Luettavissa: <http://www.tukikummit.fi/>

Luettu: 11.12.2014, 14.5.2015.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää. Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Inforviestintä Oy. Jyväskylä.

Åberg, L. 2003. Viestintä – tuloksen tekijä. Inforviestintä Oy. Helsinki.

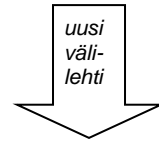
Åberg, L. 1997. Viestinnän strategiat. Inforviestintä Oy. Juva.

## Liitteet

### Liite 1. Verkkoteksti Tukikummit-solun perustamista varten

Selventävät ohjeet on kirjoitettu kursivilla.

Tukikummiin verkkosivujen päävalikko:



**TUKIKUMMIT**

LAHJOITA

KUULUMISIA

SÄÄTIÖ JA AVUSTUSTOIMINTA

**SOLUTOIMINTA**

## TUKIKUMMIEN SOLUTOIMINTA – TEHDÄÄN YHDESSÄ HYVÄÄ!

**Solu on konkreettinen toimintamuoto Tukikummiin hyväksi.**

**Tule mukaan toimintaan – perusta Tukikummit-solu!**

Tukikummit-solu on itsenäinen toimintaryhmä, joka kerää varoja Tukikummit-säätiölle ja tekee Tukikummeja tunnetuksi ja näkyväksi. Kuka tahansa yksityinen ihminen voi perustaa solun. Sinä voit perustaa solun!

### Hyväntekeväisyyttä tapahtumilla

Solu järjestää toimintaa, tapahtumia ja tempauksia, joiden tuotto menee Tukikummeille.

Tietoa Tukikummeista ja avustuksista (linkki sivuston osioon, jossa kerrotaan keitä Tukikummit ovat, sekä miten, kenelle ja kenen päätöksellä avustukset ohjautuvat

<http://www.tukikummit.fi/lahjoita/>)

Jos mietit solun perustamista, on tärkeää, että Tukikummiin avustustyö kiinnostaa sinua. Iloisena lisänä solutoiminta on hauskaa ja hyväntekeväisyystyö palkitsevaa. Voit järjestää

*Solutoiminta-sivun väliotsikoihin pääsee suoraan klikkaamalla allaolevia linkkejä:*

HYVÄNTEKEVÄISYYTTÄ TAPAHTUMILLA

SOLUN PERUSTAMINEN

TUKIKUMMIT-SOLUJA

LISÄTIETOJA

KUVAGALLERIA

MIKROGAALAT

*Tähän voi lisätä linkkejä ja alasivuja, kuten solujen omat sivut, tapahtumanjärjestämishjeita, tulostettavia esitteitä, kuvagalleria, mikrogaalat, jne.*

pieniä olohuoneeseen sopivia tilaisuuksia tai isoja areenatapahtumia, ja kaikkea siltä väliltä. Solut ovat järjestäneet mm.

- yrityslounaita
- myyjäisiä
- konsertteja
- kirpputoreja
- gaalailtoja
- seminaareja
- juoksukilpailuja
- koiranäyttelyitä

Solusi ratkaisee ja suunnittelee itse minkälaisia tapahtumia päätätte järjestää. Jäsenten omat kiinnostuksen kohteet ja harrastukset voivat toimia ideoiden pohjana. Solut voivat järjestää täysin toisistaan poikkeavia ja erilaisia tapahtumia. Solutoiminnassasi voit järjestää suosittuja mikrogaaloja. ([linkki mikrogaaloihin](#))

### **Solun perustaminen on helppoa**

Voit rakentaa Tukikummit-solustasi juuri sellainen kuin itse haluat. Solulla ei ole määrättyä muotoa tai henkilömäärää. Tärkeää on, että perustajana olet alussa valmis vetovastuuseen. Ihmiset tekevät ja auttavat mielellään, kun joku koordinoi asiat.

Kerää tuttu porukka ystäviä, naapureita tai opiskelukavereita ja ideoi toimintaa samanhenkisten ihmisten kanssa. Perusta solullesi oma Facebook-ryhmä, ja kutsu siihen liittymään lisää ihmisiä.

Ryhmässä ideoita syntyy helpommin, ja erilaisia tehtäviä on helpompi jakaa yhteisen tiedotuskanavan kautta. Saatuanne toiminnan pyörimään voitte kierrättää vastuita niin, että kaikki saavat vuorollaan tehdä eri asioita ja oppia uutta. Voitte järjestää tapahtumia niin usein tai harvoin kuin juuri teidän solullenne sopii.

### **Tukikummit-soluja eri paikkakunnilla**

Soluja on jo eri puolilla Suomea, mutta Tukikummit tarvitsee lisää soluja. Jokainen mukaan tuleva henkilö on tärkeä. Voit tietenkin liittyä itseäsi lähellä toimivaan soluun, ja päästä näin osaksi aktiivista hyväntekeväisyystoimintaa. Tällä hetkellä maassamme toimii seuraavat solut:

- Kulosaari

- [Tapiola](#)
- [Keski-Uusimaa](#)
- [Päijät-Häme](#)
- [Joensuu](#)

*(linkkeinä solunvetäjien yhteystiedot sekä linkki solun mahdollisille Facebook-sivuille)*

### **Lisätietoa ja apua Tukikummeilta**

Solun perustamista varten sinun tarvitsee vain täyttää solunperustamiskaavake, jossa käydään läpi varainkeruun periaatteet. Osoitteesta lahjoitusinfo@tukikummit.fi saat kaavakkeen, ja sieltä voit myös kysyä apua sinua askarruttavissa kysymyksissä.

**Tukikummit auttaa mielellään. Kiitos, että olet mukana tärkeän asian puolesta!**

## **Liite 2. Solunperustamiskaavake**

### **Ilmoitus Tukikummit-solusta**

Solun nimi

Solun perustajat (myöh. nimetyt henkilöt)

Nimi/nimet, henkilötunnus/-kset, yhteystiedot, lähiosoite, postinumero ja –paikka, puhelin, sähköpostiosoite

Aiotut varainhankintatavat (esimerkiksi osallistumismaksu järjestettyyn tapahtumaan, osuus myynnistä tai tuotosta, arpajaiset, huutokauppa, muu mikä?)

Mahdolliset yhteistyökumppanit

Varojen arvioitu tilitysjankkohta/aikaväli

Henkilö, joka vastaa varojen kirjaamisesta ja tilityksestä

### **Varainkeruutoiminnan periaatteita**

Varainkeruun ja sitä tukevien tilaisuuksien tarkoitus on hädänalaisten lasten ja nuorten syrjäytymisvaara ennalta ehkäiseminen.

Solun nimettyjen henkilöiden katsotaan toimivan säätiön nimissä. Solu informoi toiminnastaan ja hankkeistaan ohjausryhmää, joka ylläpitää säätiön netti- ja facebook-sivuja.

Solun yritys- tai muista yhteistyökumppaneista ja niiden taustoista sovitaan erikseen ohjausryhmään kuuluvan kanssa.

Solun nimetyt henkilöt vastaavat varainhankinnan laillisesta järjestämisestä. Mikäli järjestämisestä aiheutuu kuluja, solun jäsenet vastaavat niistä omalla taloudellisella riskillään.

Tukikummit-säätiö ei toimi järjestäjäosapuolena.

Keräystoiminnassa on käytettävä ainoastaan poliisihallinnon hyväksymiä keräystapoja,



joita ovat kirjeet, internetsivut, sähköpostiviestit, esitteet ja mainokset. Lipaskeräys on myös sallittu, mutta sitä koskevat omat määräykset.

Varainkeruuta varten järjestettävät tukitilaisuudet ja esimerkiksi tukikonsertit eivät edellytä erillistä rahankeräyslupaa. Tilaisuuksista tehdään kuitenkin suunnitelma säätiön ohjausryhmälle, jolle toimitetaan myös selvitys tilaisuuden tuotosta. Sisätiloissa toimeenpantu keräys, jossa laitetaan ns. hattu kiertämään, on rahankeräyslain mukaista toimintaa, mutta ei myöskään vaadi erillistä keräyslupaa. Siitä tehdään tilitys Ohjausryhmälle ja myös siten, että tulos on osallistujien nähtävillä tavalla tai toisella.

Järjestäjäsolun nimetyt henkilöt vastaavat käteisen rahan käsittelystä, säilytyksestä ja tilityksestä. Lahjoitukset on maksettava säätiön tilille kuukauden sisällä varainhankintapahtuman jälkeen.

Solu saa käyttöönsä Tukikummit-logon, jota solu ei saa luovuttaa ulkopuolisille ilman ohjausryhmän lupaa ja erikseen tehtävää sopimusta. Logon käytöstä annetaan erilliset ohjeet. Käyttöyhteys, julkaistavat materiaalit ja muu aineisto on etukäteen hyväksyttävä. Tukikummit-säätiön puolesta hyväksynnästä vastaa yksi säätiön ohjausryhmän jäsen. Solun nimeää henkilön, jonka yhteystiedot, solun nimi ja paikkakunta voidaan julkaista Tukikummiennettisivuilla.

### **Liite 3. Haastattelurunko**

#### **Kysymyksiä solusta**

Mikä on solu?

Mitä solu tekee?

Miksi se on olemassa?

Onko solun tarkoitus järjestää tapahtumia vai kerätä rahaa vai saada uusia lahjoittajia?  
Muuta?

Millä tavalla solu tukee Tukikummiin tavoitetta?

Mitä tietoa tarvitsee uuden solun perustamiseen?

Millä tavalla uuden solun perustaminen olisi kaikkein helpointa? Mikä tieto auttaisi tässä?

Mitä mielestäsi pitäisi lukea Tukikummiin sivuilla solutoiminnasta?

#### **Kysymyksiä omista kokemuksista**

Mitä sinun solusi tekee?

Kuinka monta henkilöä solussasi on?

Miten aloititte toiminnan?

Kuinka kauan toimintanne on jatkunut?

Mitä antaisit neuvoksi uuden solun perustajalle?

# JÄRJESTÄ #OLENTUKIKUMMI #MIKROGAALA – helppo tapa tehdä hyvää

Suuren hyväntekeväisyysgaalan sijaan jokainen meistä voi järjestää kavereiden kesken itsensä näköisen tapahtuman tai kokoontumisen: mikrogaalan, jossa kerätyt varat ohjataan 100 % lyhentämättöminä nuorten syrjäytymisen ehkäisemiseen.

Soittakaa, syökää, juoskaa, viettäkää synttäreitä tai tehkää mitä vain hauskaa yhdessä! Kun merkitset kuvasi Facebookissa tai Instagramissa häshtägillä **#mikrogaala** tai **#olentukikummi** – jaat hyvää viestiä eteenpäin.

## NÄIN OSALLISTUT:

1. Kutsu kaverit koolle ja järjestä oma mikrogaalasi **#olentukikummi #mikrogaala**.

2. Perusta Tukikummi-sivustolle lahjoituslipas, jonka löydät täältä: [www.lahjoituslipas.fi/tukikummit](http://www.lahjoituslipas.fi/tukikummit). Linkki on helppo jakaa tapahtumaasi kutsumiesi kavereiden kesken.

Voitte myös lahjoittaa paikan päällä keräämänne summanne suoraan Tukikummi-tilille:

**FI14 8000 19713807 88**, viitenumero **2095**.

Kaikki summat ovat hyviä ja tervetulleita! Pienet, isot ja kaikki siltä väliltä.

3. Jakakaa **#mikrogaala** tunnelmia viestein tai kuvin kirjoittamalla viestikenttään oman viestisi lisäksi: **#olentukikummi #mikrogaala** – näin haastatte ystäviä ja tuntemattomia mukaan.

**#mikrogaala** iloa!

Tee hyvää itsellesi, läheisillesi ja Suomen nuorille!