

Find Your Way!

Onnistunut hankeviestintä sekä nuorten tavoittaminen ja sitouttaminen mukaan toimintaan



Pia Kautto & Anni Tuikkanen

4H Uurainen



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Jyväskylä



Find Your Way!

Onnistunut hankeviestintä sekä nuorten tavoittaminen ja sitouttaminen mukaan toimintaan

1 Sisällysluettelo

1	Sisällysluettelo.....	3
2	Tekijät.....	4
3	Alkusanat.....	7
4	Mikä ihmeen Find Your Way?	8
5	Miksi hankkeesta viestitään?	9
6	Viestinnän suunnitteleminen	12
7	Hankkeen esilletuonti sen alkuvaiheessa	13
7.1	”Hypetyksen” luominen hankkeen ympärille sekä itsensä tekeminen tutuksi	13
7.2	Toiminnasta pitää tehdä ”coolia” ja katu-uskottavaa!	15
7.3	Hankkeen nimi, ”hissipuhe” sekä brändäys	18
8	Yhteistyö eri tahojen kanssa.....	18
8.1	Yhteistyö koulun kanssa.....	18
8.2	Yhteistyö kunnan kanssa	21
8.3	Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa	21
9	Nuorten tavoittaminen	23
9.1	”No miten niitä nuoria sitten saa mukaan?”	23
9.2	Nuorten sitouttaminen mukaan toimintaan	25
9.3	Nuorten viikkotapaamiset.....	27
9.4	Nuorten osallistuminen toimintaan etänä.....	29
10	Erilaiset viestintäväylät.....	30
10.1	Facebook	30
10.2	Instagram.....	33
10.3	Snapchat	35
10.4	WhatsApp.....	38
10.5	Face-to-face sekä puskaradio	38
10.6	Youtube.....	39
10.7	Nettisivut.....	40
10.8	Sähköposti	40

10.9	Sanomalehdet.....	40
11	Mainokset	43
12	Kuluuko somettamiseen liikaa aikaa?	43
13	Nuorten esiintyminen videoissa ja valokuviissa	44
13.1	Miten nuoret saa esiintymään omilla kasvoillaan?	44
13.2	Kuvausluvut.....	46
13.3	Viestintää nuorilta nuorille	47
14	Hankkeen vaikutus valtakunnallisesti – Find Your Wayn videoprojekti	48
15	Miksi Find Your Way-hanke onnistui?	51
16	Lopeta liika hiominen ja “find your way”!	54
17	Lähdeluettelo:	56

Valokuvat: Pia Kautto, ellei muuten mainittu.

2 Tekijät

Pia Kautto

Pia on toiminut hankekoordinaattorina kahdessa hankkeessa, joista toinen on Find Your Way. Ensimmäinen hänen vetämistään hankkeista oli lasten ja nuorten mediakasvatushanke Aluekaapeli Etelä-Pohjanmaalla. Aikoinaan Pian oli hieman vaikea päättää lähtisikö hän opiskelemaan media-, nuorisoi- vai matkailualaa. Lopulta valinnaksi päätyi media, mutta nykyisessä työssään hän on päässyt yhdistämään nämä kaikki kolme kiinnostuksenkohdetta. Pia kokee olevansa elementissään hankekoordinaattorina ja nauttii työstään.



Kuva 1. Pia editoimassa hankkeen 4H-yritysvideosarjaa. Sarjaa kuvattiin 30:n nuoren kanssa ja he esiintyivät siinä omilla kasvoillaan.

Anni Tuikkanen



Kuva 2. Inka Sivill tekemässä Annille kasvomaalausta Itävallassa. Oikealla istuva Mandi Moisio toimi vaihdossa vapaaehtoisena. Mandi on hieno esimerkki ”kolme askelta työelämään” -mallista. Hän on ollut kerholainen, osallistunut 4H:n kursseille ja perustanut 4H-yrityksen ystävänsä kanssa.

Anni on 4H -kentällä vankka hanketaitaja. Hankkeita hän on Uuraisille kirjoittanut lukuisia, joista suurimpina Find Your Way, Robo, Nuorilta nuorille, Today's Youth Tomorrows Leaders ja useita muita eri kokoisia hankkeita. 4H-yhdistystä lähes kymmenen vuotta luotsanneena Anni on myös esimiestyön ammattilainen, ilta-päivätoiminnan palvelun tarjoaja, nuorisotyöntekijä, tapahtuman järjestäjä ja kolmen ihastuttavan tyttären äiti. Find Your Way -hankkeessa Anni toimi projektipäällikkönä.

Nuorten ryhmä

Hankkeen loppujulkaisua oli toteuttamassa myös viiden nuoren ryhmä. He kommentoivat julkaisun tekstejä, toteuttivat haastatteluja, kertoivat nuorten näkökulmia aiheista sekä valitsivat kuvia. Kiitos kaikille nuorille!

Inkeri Kettunen

Inkeri on 16-vuotias matkailualan opiskelija, joka on ollut 4H:n toiminnassa mukana Find Your Way -hankkeen alusta saakka. FYW-hankkeeseen on sisältynyt hänellä kaksi 4H-yritystä ystävien kanssa, kaksi nuorisovaihtoa sekä monia erilaisia kursseja. Nyt hän on mukana Robo- hankkeessa. Inkeri on aina kokenut 4H:n toiminnan olevan kiinnostavaa ja hänen juttunsa. 4H:n toiminnan kautta Inkeri on myös saanut kahtena kesänä kesätyöpaikan.

Kaisa Piesanen

Kaisa, 14, on ollut mukana Find Your Wayssa noin puolitoma vuotta. Hän on ollut mukana nuorisovaihtoprojektissa, jonka tapaaminen järjestettiin Suomessa. Hänen mielestään Find Your Way on antanut paljon positiivisia kokemuksia, uusia ystäviä sekä erityisesti kansainvälisyyttä. Hän on uskaltanut puhua myös englantia vaikka aluksi se oli haastavaa. Kaisan mielestään Find Your Wayssa on myös todella mukava nuorten ryhmä sekä ohjaajat.

Kerttu Saksala

Kerttu, 14, käy koulua Uuraisten Koulu-keskuksella. Hän harrastaa FYW- ja Robo-hankkeissa mukana olon lisäksi futsalia sekä laskettelua. Hän tuli mukaan Find Your Way -hankkeeseen Inkerin innoittamana, kun hän kertoi, mitä kaikkea kivaa hankkeessa on tehty. Kerttu innostui etenkin nuorisovaihdosta. Hän halusi myös tietää erilaisista yrityksistä sekä siitä, mitä yrittäminen on. Nuorisovaihdon tapaaminen oli Inkerin mielestään paras viikko ikänä, mahtava kokemus. Hän piti ystäviensä kanssa myös Kesäkahvilaa Uuraisilla.



Kuva 3. Inkeri tekemässä kasvomaalausta pop up –yrityksessä Rankwailin torilla nuorisovaihdossa.



Kuva 4. Kaisa piirtämässä toimiston valkotaululle. Pian lempinimeksi muodostui hankkeen aikana Fiu Pia.



Kuva 5. Saara ja Kerttu suunnittelemassa aikataulua kesän 2018 nuorisovaihtoviikolle. Suunnittelut aloitettiin aina kartongille ja tehtiin lopuksi myös Exceliin.

Saara Perälä

Saara, 14, on ollut Find Your Wayssa puolitoista vuotta. Hän on saanut hankkeen aikana uusia ystäviä ja iki-muistoisia hetkiä. Ennen kaikkea hän on saanut rohkeutta puhua englantia. Tapaamisissa on Saaran mielestä aina ollut leppoisa ja hauska tunnelma. Find Your Way –hanke on antanut hänelle hauskoja hetkiä ja positiivisia elämyksiä.

Sofia Lapinoja

Sofia, 14, on Uuraisten Koulukeskuksen 8. luokan oppilas ja ollut mukana Find Your Way -hankkeessa. Sofia mietti aluksi lähtisikö hän mukaan hankkeeseen. Vanhemmat kannustivat häntä mukaan ja he halusivat, että Sofia tutustuisi ulkomailaisiin nuoriin ja uskoivat hankkeen olevan todella hieno kokemus. Sofian mielestä sitä se todellakin on ollut. Sofialla on neljän kaverinsa kanssa 4H-yritys Kesäkahvila, joka toimii Uuraisten keskustassa. Hankkeessa Sofia oppi todella paljon lisää esimerkiksi kommunikointikykyä sekä sai paljon rohkeutta.



Kuva 6. Sofia esittelee hankkeen hupparia nuorten tiloissa Uuraisten 4H:lla. Nuoret pääsivät sisustamaan tilan ja siitä tulikin todella viihtyisä.

Kiitos kaikille julkaisuun kirjoittaneille, haastattelun antaneille sekä teoksen tekemisessä muuten auttaneille! Kiitos myös kaikille, jotka olette auttaneet Find Your Way –hankkeen taivalta.

3 Alkusanat

Tämä loppujulkaisu kertoo viestinnän tärkeydestä hankkeen onnistumisen kannalta sekä nuorten sitouttamisesta mukaan toimintaan. Julkaisuun on haastateltu useita nuoria, hankekoordinaattoreita, 4H-yhdistysten toiminnanjohtajia sekä Find Your Way -hankkeen yhteistyökumppaneita. Kannattaa muistaa, että jokainen yhdistys ja hanke ovat erilaisia. Uuraisilla toimineet asiat eivät välttämättä toimi jollain toisella paikkakunnalla. Tarkoituksenamme ei ole kertoa, mitä muiden tulisi tehdä, vaan kertoa Find Your Way -hankkeessa koetuista asioista.

Olemme suhtautuneet hankkeessamme viestintään koko ajan positiivisesti, kunnioituksella, avoimin mielin sekä jatkuvana oppimisprosessina. Sosiaalinen media ei kuitenkaan juurikaan kiinnosta meitä vapaa-ajalla. Pia ei käytä Facebookia, Instagramia, Snapchatia tai Twitteriä. Annilla on henkilökohtaisessa elämässään käytössä vain Facebook ja tyttörien kanssa viestimisessä Snapchat. Saattaa siis kuulostaa ristiriitaiselta, koska olemme nyt kirjoittaneet teoksen hankeviestinnästä. Mielestämme hyvää hankeviestintää kuitenkin voi ja pitääkin tehdä, vaikka ei olisikaan itse henkilökohtaisesti vapaa-ajallaan kiinnostunut sosiaalisesta mediasta.

Emme kuitenkaan halua sanoa, että Find Your Way -hankkeen onnistuminen on johtunut ainoastaan hyvästä hankeideasta tai ahkerasta hankeviestinnästä. Hankkeiden onnistumiseen vaikuttaa monta muuttujaa, kuten minkä verran paikkakunnalla on muita harrastusmahdollisuuksia nuorille, ikäluokan kiinnostuksenkohteet, minkälainen on paikkakunnan yleinen mielipide yhdistyksestä, aiemmin tehdyt projektit ja nuorisotyö paikkakunnalla sekä löytyykö tärkeitä yhteistyökumppaneita, jotka ymmärtävät hankkeen merkityksen. Find Your Way -hankkeen loppujulkaisu on tarkoitettu antamaan uusia ideoita nuorten tavoittamiseen ja kuinka sitouttaa heidät mukaan toimintaan. Kaikki tämän teoksen kuvat on otettu ja julkaisu Find Your Way -hankkeen aikana. Oivaltavia lukuhetkiä!



Kuva 7. Saara Perälä, Kaisa Piesanen, Kerttu Saksala sekä Sofia Lapinoja 4H-yritysvideosarjan kuvauksissa. Videoissa esiintyi noin 30 uuraislaista nuorta. Sarja löytyy Youtubesta kun kirjoittaa hakukenttään '4H-yritys.'

4 Mikä ihmeen Find Your Way?

Uuraisten 4H-yhdistyksen Find Your Way- eli tuttavallisemmin FYW-hankkeessa tehtiin yrittäjyyskasvatuksesta nuoria kiinnostavampaa. Kehittämishanketta rahoittivat paikallinen Leader -yhdistys Jyväsräihi sekä Euroopan maaseudun kehittämisrahasto. Tavoitteena oli, että Uuraisille syntyisi 5-10 uutta 4H-yritystä ja hankkeen aikana toteutettaisiin 1-3 nuorisovaihtoa. Hankkeen aikana syntyi 40 uutta 4H-yritystä, nuoria oli mukana 70 ja nuorisovaihtoja toteutettiin 2. Niistä ensimmäisen tapaamisviikko toteutettiin Itävallassa ja toinen Suomessa. Hankkeeseen luotiin 16 nuoren aktiiviryhmä, joka tapasi lukuvuosien aikana viikoittain. Lähes jokainen ryhmän nuorista perusti 4H-yrityksen joko yksin, kaverin kanssa tai kaveriporukalla. Osa yrityksistä toimi lukuvuoden aikana, mutta suurin osa oli käynnissä kesällä luoden nuorelle kesätyöpaikan.

Tavoitteina oli myös, että nuori löytää oman tapansa toteuttaa itseään, oman polkunsä elämälleen sekä uusia kiinnostuksenkohteita. Nuorten ryhmän tapaamisissa suunniteltiin 4H-yrityksiä sekä nuorisovaihtoja ja vierailtiin erilaisissa yrityksissä Uuraisilla, Jyväskylässä sekä Itävallassa. Tapaamisissa kävi myös useiden eri alojen yrittäjiä kertomassa omasta työstään. Avattakoon hanketta enemmän nuorten kommenteilla. Kommentit on kerätty toukokuussa 2017 hankkeen leiriviikonloppuna Akonniemen leirikeskuksessa Uuraisilla.

- ♥ "Find Your Way on auttanut mua pääsemään lähemmäs mun unelmaa."
- ♥ "Olen oppinut käyttämään aikatauluja ja toimimaan niiden kautta."
- ♥ "Tämä on antanut minulle uusia tilaisuuksia mitä en normaalisti saisi."
- ♥ "Olen oppinut tekemään enemmän töitä ryhmässä."
- ♥ "Hanke on tuonut minulle kiinnostuksen yrittämiseen."
- ♥ "Hanke on antanut minulle rohkeutta tehdä uutta ja tuntematonta."
- ♥ "Olen nyt varmempi puhumaan englantia."
- ♥ "Olen muuttunut vastuullisemmaksi."
- ♥ "Tämä on ollut todella kiva kokemus ja olen varma, että oppimani asiat tulevat hyödyttämään myös tulevaisuudessa."
- ♥ "Minusta on tullut hieman rohkeampi. Olen oppinut sosiaalisia taitoja ja asiakaspalvelua."
- ♥ "Olen saanut uusia kavereita."

Jenni Tiainen Jyväsräihin Sykettä -viestintähankkeesta kirjoittaa Find Your Wayn viestinnästä seuraavasti: "Uuraisilla toimiva nuorten yrittäjyyskasvatushanke Find Your Way tekee esimerkillistä viestintää. Hanke näkyy ja kuuluu Instagramissa, Facebookissa, YouTubeissa, yhdistyksen nettisivuilla, sanomalehdissä sekä koulujen, kauppojen ja kirjaston ilmoitustauluilla eli monipuolisesti eri kanavissa, kuten tänä päivänä kuuluukin. Find Your Way -hankkeessa on ymmärretty sosiaalisen median merkitys viestittäessä nuorille. On ollut hieno huomata, että hankkeesta on tullut koko kunnan yhteinen ja avaintekijänä on ollut kaikki kuntalaiset kattava viestintä. Find Your Way:n viestinnässä on tuotu onnistuneesti esille myös hankkeen vaikutuksia. On kerätty jo koottu nuorten palautteita ja oppimiskokemuksia ja tuotu hankkeen merkitystä eri tavoin esille. Hankkeen työntekijät, nuoret ja sidosryhmät ovat omilla kasvoillaan ja tekemisillään nostaneet hienosti esille hanketoimintaa."

"FYW-hankkeen viestintä on ollut näkyvää ja värikästä. Some -päivityksissä on näkynyt tekemisen ilo ja ennen kaikkea kuvissa esiintyvät lapset ja nuoret. Hankevetäjien naama kun on ihan liian monien yhdistysten viestinnässä pääsääntöinen kohde. Tuo asia on myös se mistä muut voisivat ottaa koppia. Videoklippien käyttö on myös ollut esimerkillistä puhumattakaan niistä yritysvideoista, joita

toivon käytettävän ihan yleisesti yrityskursseilla. Positiivisen hypen luominen omassa kunnassa ja laajemmaltikin on ensiarvoisen tärkeää siksi, että 4H on tuntematon ja sen asemaa ei tunnusteta nuorten yrittäjyyskasvattajana. Kaikki toimenpiteet tämän asian eteenpäinviemiseksi ovat tervetulleita lisiä järjestöön. Ja tässäkin sanon, miten tärkeää on, että lapset ja nuoret ovat viestimässä omilla kasvoillaan ja omalla suullaan. Kiitos hankkeen toteuttamisesta ja hyvin tehdystä työstä. Aika näyttää miten pitkälle hankkeen siivet kantavat jatkossa Uuraisilla, toivottavasti pitkälle. Siihen uskon.” Kommentoi Keski-Suomen 4H-yhdistysten järjestöpäällikkö **Sirkka Suomäki**.

5 Miksi hankkeesta viestitään?

Paikkakunnilla on monta toimijaa, jotka tekevät hienoa ja tärkeää työtä. Ei kuitenkaan riitä, että tekee hyvää työtä, vaan se pitää myös kertoa ulospäin. Vasta kun ihmisille näyttää tekemänsä työn, he huomaavat sen ja alkavat arvostamaan sitä. Työ, mikä ei näy, ei ole nykypäivänä olemassa. Kaikista tärkeintä on tietenkin tehdä hienoa työtä. Ilman tehtyä työtä ei ole mitään, mitä viestiä. Monesti saatetaan ajatella omasta toiminnastaan, että ”kyllähän kaikki tietävät, miten tärkeää työtä me teemme ja hyvä työ puhuu kyllä puolestaan”. Kannattaa kuitenkin miettiä, mitä itse tietää esimerkiksi paikkakunnan Partiolaisten, MLL:n, Marttojen, kirjaston tai liikuntaseurojen toiminnasta. Todennäköisesti sellainen taho näyttäytyy aktiivisempänä toimijana, mitä enemmän toimija viestii tekemästään työstä.

Viestinnän avulla hankkeesta saa luotua ”ison”. Vaikka kaikissa hankkeissa tehtäisiin yhtä hienoa työtä käy helposti niin, että se hanke joka viestii ahkerasti nähdään onnistuneena hankkeena ja sel-laisena, jossa on saatu paljon aikaiseksi. Välillä voi tuntua vaikealta nostaa esiin hankkeen saavutuksia. Hankkeen kannalta viestintä sekä ”hypetyksen” luominen ovat kuitenkin erittäin tärkeitä asioita. Kannattaakin muistaa, että ”hehkuttaminen” kuuluu osaksi hankevetäjän työnkuvaa. Toimintaan tulee enemmän osallistujia ja esimerkiksi yhteistyökuviot helpottuvat, kun hankeviestintä on toimivaa ja näkyvää. Näkyvyys tuo myös luotettavuutta kyseistä toimijaa kohtaan.

Find Your Wayn saavutuksista ja aikaansaannoksista kerrottiin tekemällä puolivuositain canva.com-sivuilla listaus hankkeessa siihen mennessä saavutetuista asioista ja julkaistiin tämä somessa. Lisäksi nostettiin erikseen esiin yksittäisiä hienoja hetkiä kuten se, että hankkeessa luotu 4H-yritysvideosarja on otettu käyttöön usean keskisuomalaisen lukion yrittäjyyskurssilla. Hankkeen nuorisovaihtojen innoittamien nuorten vuoksi Uuraisten koulukeskukselle saatiin perustettua pitkän saksan valinnaisryhmä. Nuoret innostuivat saksankielen opiskelusta vaihdoista saamien itävaltalaisystävienensä kautta. Tämäkin nostettiin somessa isosti esille. ”Osa oppilaista oli ollut mukana Find Your Way -hankkeen nuorisovaihdossa ja sitä kautta kiinnostus saksan kieltä kohtaan on lisääntynyt. Osa oppilaista on ollut tekemisissä itävaltalaisnuorten kanssa vaihtoviikon jälkeenkin. On mahtavaa nähdä, miten paljon jo takanapäin oleva vaihtoviikko vielä pyörii nuorten mielessä ja miten paljon muistot vaihdosta ja haaveet jälleennäkemisestä tuovat lisäpontta kielen opiskeluun. Kielenopimisen kannalta on iso asia, että on päässyt kuulemaan saksaa aidoissa tilanteissa ja on saanut kosketusta kyseisen maan kulttuuriin. Kiitos 4H:lle tällaisten mahdollisuuksien järjestämisestä Uuraisten nuorille!” opettaja **Riikka Lehtovirta** Uuraisten Koulukeskukselta kertoo.



Kuva 8. Viola Huotari sekä Sofia Lapinoja Riikka Lehtovirran pitkän saksan valinnaisen tunnilla Uuraisten Koulukeskuksella.

Find Your Way -hankkeen aikana saatiin useita erilaisia kunniainnointoja, jotka nekin tuotiin esiin viestinnässä. Voi kuitenkin miettiä, että olivatko osa näistä kunniainnoinnoista nimenomaan seurausta hankkeen laajasta viestinnästä ja siitä, että hankkeessa tuotiin vahvasti esiin saavutettuja tuloksia. 4H-yritys FYW Cafe palkittiin vuoden 2016 uuraislaisena Tsemppari-ryhmänä ja hankekoordinaattori Pia Kautto uuraislaisena Aikuisena Tsemppaajana. Vuoden 2017 uuraislainen Tsempparinuori taas oli 4H-yrittäjä Teemu Laitinen. Päätökset palkittavista teki Uuraisten kunnan vapaa-aikatoimi ja kunniakirjat jaettiin Nuorten Keski-Suomen järjestämässä palkitsemisjuhlassa. Uuraisten kunta palkitsi Uuraisten 4H-yhdistyksen vuoden 2017 uuraislaisena ja 4H-liitto palkitsi toiminnanjohtaja Anni Tuikkasen vuoden 2017 4H:n toimihenkilönä.

FIND YOUR WAY -HANKE 2016 - 2019

★ 16 nuorta mukana viikkotoiminnassa/ mielekkäässä harrastuksessa!

★ Nuorisovaihto heinäkuussa 2017 Itävallassa ja heinäkuussa 2018 Suomessa!

★ Nuorten kesäkahvila Uuraisille!

★ Uuraisten kunnan 150e starttiraha uusille 4H-kesäyrittäjille!

Jo 30 uutta 4H-yrittäjä!
23 nuorta työllisti itsensä 4H-yrityksellään kesällä 2017!



Ota yhteyttä, jos sinulla on ideoita liittyen hankkeen toteuttamiseen!

4H



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Koordinaattori Pia Kautto
044 020 2371
fywhanke@gmail.com

FIND YOUR WAY

2 nuorisovaihtoa

24 uuraista nuorta mukana vaihdoissa

40 uutta 4H-yrittäjä Uuraisille

49 uutta 4H-yrittäjä

150e kunnan tuki uusille 4H-kesäyrittäjille

500% kasvu 4H-yritysten liikevaihdossa

5000 katsomiskertaa 4H-yritysvideosarjalla (sarjaa katsotaan satoja kertoja kuukaudessa)

Ja tärkeimpänä:

FYW tarjosi mielekkään harrastuksen

70:lle uuraislaiselle nuorelle ❤️

4H Uurainen



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Viestinnän avulla hankkeen saa tuotua esiin myös hankkeen toiminta-alueen ulkopuolella ja tehtyä siitä näkyvän esimerkiksi ympäri Suomea. Hankkeen aikana saatiinkin keskimäärin kerran kuukaudessa yhteydenotto eri puolilta Suomea ihmisten kysellessä nuorten tavoittamisesta, hankkeen viestinnästä, nuorisovaihtojen toteuttamisesta tai 4H-yrittäjyydestä. ”Löysimme FYW-hankkeen sosiaalisesta mediasta. Etsiskelimme 4H:ssa toiminnassa olevia ja/tai olleita yrittäjyyteen ja työllistymiseen liittyviä hankkeita kun löysimme teidät. Meitä kiinnosti yleisesti koko konsepti, kuinka mahtavasti olette saaneet nuoret mukaan ja pysymään toiminnassa mukana. Meillä siihen on vielä pitkä tie. Aivan ensimmäiseksi aiomme testata meillekin Yrittäjän päivän kahveja. Varmasti kansainvälisyys ja yrittäjyyden korostaminen teidän innoittamana tulee näkymään vielä joskus myös meidänkin yhdistyksen tulevissa hankkeissa. Olemme saaneet hyviä vinkkejä, jotka toivottavasti saadaan käyttöön tulevaisuudessa.” Työelämän tähti -hanketyöntekijä **Marjo Kauppinen** Kauhajoen 4H-yhdistyksestä kertoo.

Viestintä auttaa myös siinä, että yhteistyökuviot helpottuvat. Find Your Way -hankkeessa yhteistyökuviot helpottuivat sitä mukaan, kun hanke ja viestintä etenivät. Pikkuhiljaa alkoi yhteydenottoja tulla myös hankkeeseen päin, kuten Uuraisten Marttojen ehdottama leivontakurssi nuorille. Moni kuntalainen on myös ottanut yhteyttä huomattuaan tarpeen tietyntyylliselle 4H-yritykselle kunnassa, kuten ikkunanpesu-yritykselle. Hankkeen hyvän näkyvyyden uskotaan vaikuttaneen myös siihen, että Uuraisten kunta antoi nuorille ilmaiseksi ison liiketilan kesäkahvilaa varten ja 150 euron tuen 10 uudelle 4H-kesäyritykselle paikkakunnalla. Find Your Wayn viestinnän uskotaan vaikuttaneen myös siihen, että niin moni kuntalainen ja esimerkiksi nuorten huoltajat suhtautuivat hankkeeseen myönteisesti ja valtavalla innolla. Ihmisten sitoutumista hankkeeseen edesauttaa se, että saa tiedotuksen avulla luotua positiivisen ”hopen” hankkeen ympärille. Nuoret esimerkiksi ovat kertoneet, että käyvät usein katsomassa hankkeen kaikki Instagram -kuvat läpi ja ”fiilistelemässä” hanketta.

Find Your Wayssa panostettiin kuvalliseen ilmaisuun tiedottamisessa ja kaikista hankkeen järjestämisestä tapahtumista, nuorten tapaamisista. Myös 4H-yrityksistä otettiin paljon valokuvia. Moni kuntalainen löysi tiedotuksen kautta 4H-yrittäjän, jonka palkkasikin ikkunanpesuun, lastenhoitoon tai pitämään kahvilaa erilaisissa tapahtumissa. Tutut nuoret valokuvissa myös innostivat kuntalaisia seuraamaan hanketta.

Pirjo Ikäheimonen, Leader JyväSRiihen toiminnanjohtaja, kirjoittaa seuraavasti: ”Uuraisten 4H yhdistyksen Find Your Way –hanke on ollut mainio esimerkki vaikuttavasta viestinnästä. Hankkeen vaikuttavuus viestinnässä lähtee liikkeelle aidosta tarpeesta. Hyvässä hankesuunnitelmassa on asetettu tavoitteet ja mietitty, millä toimenpiteillä ja resursseilla tavoitteisiin päästään, ja jopa miten toteutumista sitten jossain vaiheessa arvioidaan. Viestintä on ymmärrettävä olennaiseksi osaksi hankkeen toteutusta. Viestintään on Find Your Way -hankkeessa paneuduttu alusta lähtien, sitä on tehty idearikkaasti ja monipuolisesti nuorten suosimia kanavia hyödyntäen. Find Your Way on onnistunut erinomaisesti saavuttamaan oman kohderyhmänsä, mutta kertomaan selkeästi ja innostavasti hankkeesta ja sen tuloksista myös muille. Hienot kuvat ja videot innostavat 4H-yrittäjyyteen ja niitä voidaan hyödyntää myös muualla kuin Keski-Suomessa.”

Jenni Tiainen Sykettä -viestintähankkeesta kirjoittaa Vinkkejä hankeviestintään -julkaisussa: ”Sisäisen tiedottaminen on hankkeesta kertomista niille, joita hanke koskee ja jotka voivat saada hankkeesta jotain hyötyä. Sisäisen tiedottamisen tavoitteena on saada asianosaiset mukaan hanketta toteuttamaan. Hanke ei saa jäädä salaiseksi sisäpiirin puuhasteluksi. Ulkoista tiedottamista on hankkeesta kertominen ulkopuolisille, esimerkiksi tiedotusvälineiden välityksellä. Hankkeessa viestitään hankkeen toteuttajille, kohderyhmälle ja sidosryhmälle, rahoittajille, medialle ja suurelle yleisölle.

- ♥ Tehdään hanketta tunnetuksi ja lisätään sen näkyvyyttä.
- ♥ Helpotetaan hankkeen toteuttamista.
- ♥ Aktivoidaan ja motivoidaan hankkeen toteuttamisessa mukana olevia ihmisiä.
- ♥ Lisätään ihmisten sitoutumista hankkeeseen.
- ♥ Välitetään tietoa henkilöille, jotka voivat hyötyä hankkeesta.
- ♥ Informoidaan suurta yleisöä ja näin lisätään tietoa sekä omasta hankkeesta että hanketoiminnasta yleensä.
- ♥ Kerrotaan muutoksista, etenemisestä, tapahtumista.
- ♥ Luodaan verkostoja ja kootaan ihmisiä yhteen.
- ♥ Annetaan mahdollisuus vaikuttaa hankkeeseen sen eri vaiheissa (palaute).
- ♥ Toteutetut hankkeet ovat esimerkkinä ja oppina uusille hankkeille.”

6 Viestinnän suunnitleminen

Hankkeessa kannattaa luoda viestintäsuunnitelma. Siihen voi listata mm. viestintäkanavat ja kunkin kanavan kohderyhmän, tavoitteet sekä aikataulun viestinnälle, miten viestinnän onnistumista seurataan sekä tärkeät yksittäiset asiat, jotka hankkeen viestinnässä kannattaa isommin nostaa esiin.

Find Your Wayn hankesuunnitelmassa viestinnästä oli kirjoitettu mm. näin: ”Hankkeen tuloksista tiedotetaan hankkeen aikana yhdistyksen internet ja Facebook -sivuilla ja paikallisessa mediassa. Lisäksi hankkeen tuloksista tiedotetaan alueella järjestettävissä tapahtumissa. Esimerkkejä julkaisuista: nuoret valmistelevat nuorisovaihtoa, nuorisovaihdon valmistelevat tapaamiset nuorten kanssa, nuorisovaihdon vanhempainilta, nuorisovaihto, vaihdon jälkipuintia, nuorten portfolioiden jakotilaisuus ja hankkeen päätösjuhla sekä yleisölle tehtävä loppuraportti. Hankkeen tuloksien tiedotuksesta rahoittajalle vastaa projektityöntekijä. Rahoittajan tiedottaminen tehdään sähköpostitse ja kirjeitse. Hankkeessa tullaan painattamaan nuorten ohjaajille omat paidat, jossa mainostetaan hanketta. Lisäksi hankkeen tiedottamiseen painatetaan muuta oheismateriaalia, jota voidaan jakaa markkinointivälineenä tulosten jakotilaisuuksissa.

Hankekoordinaattori loi vielä tarkemman viestintäsuunnitelman hankkeelle. Siinä oli mietitty mm. julkaisutiheyttä, minkälaiset kuvat ja julkaisut kiinnostavat ihmisiä sekä sitä, minkälaisia julkaisuja kunkin kanavaan tulisi laittamaan. Lisäksi suunniteltiin mistä isommista asioista yritetään saada juttua myös esimerkiksi YLE:lle tai Keskisuomalaiseen.

Find Your Way -hankkeen loppuvaiheessa toteutettiin viestintäkysely nuorille. Tämän olisi voinut tehdä jo hankkeen alussa. Kyselystä sai hyvin tietoa siitä, missä kanavissa nuoret ovat ja missä he toivovat hankkeen näkyvän. Kysely toteutettiin Uuraisten Koulukeskuksen yläkoulun oppilaille, jotka pääsivät vastaamaan kyselyyn pitkän välitunnin aikana. Kyselyyn osallistui 40 nuorta, mikä tarkoittaa 25 prosenttia Uuraisten yläkoululaisista.

Viestintäkyselyn pohjalta voi päätellä kunkin kanavan kohderyhmän iän. Kohderyhmien tiedostaminen auttaa viestinnän suunnittelemisessa. Kyselystä kävi mm. ilmi, että vain harva nuori käyttää Facebookia ja suurin osa heistä käyttää päivittäin esimerkiksi Youtubea. Kyselyn jälkeen Uuraisten 4H:lla päätettiin panostaa enemmän myös Youtube –kanavan ylläpitoon. Kyselyssä kysyttiin nuorilta myös sitä, mistä kanavista he seuraavat 4H:n toimintaa.

Find Your Way -hankkeen loppuvaiheessa tutkittiin sosiaalisen median kävijätietoja. Läpi käytiin mm. Instagramia sekä Facebookia. Molemmista kanavista saa helposti katsottua mm. mitkä julkaisut ovat olleet kiinnostavimpia, kävijöiden iän sekä asuinpaikkakunnan. Nämä tiedot auttavat viestinnän kohderyhmän löytymisessä sekä viestintäsuunnitelmassa. Facebookista pystyy helposti huomata, että ne julkaisut, jotka on jaettu myös Uuraisten FB-ryhmässä ovat tavoittaneet yli tuhat ihmistä. Hankkeen tavallinen julkaisu, jota ei ole jaettu muihin ryhmiin on tavoittanut keskimäärin 70-250 ihmistä. Niihin julkaisuihin, joissa näkyy nuoria, ovat ihmiset "sitoutuneet" kaikista parhaiten. Niihin julkaisuihin on siis tullut eniten näyttökertoja, kommentteja, tykkäyksiä ja jakoja.

7 Hankkeen esilletuonti sen alkuvaiheessa

Etenkin hankkeen alkuvaiheessa kannattaa panostaa viestintään sekä siihen, että tekee sekä hankkeen että hankevetäjän tutuksi paikkakunnalla. Vaatii todella paljon työtä, jotta hanke alkaa "ruokkia itse itseään". Hankevaiheeseen perehtymisen lisäksi on hyvin tärkeää olla etenkin hankkeen alussa paljon ihmisten parissa.

7.1 "Hypetyksen" luominen hankkeen ympärille sekä itsensä tekeminen tutuksi

"Hypen" luominen hankkeen ympärille on yksi kaikista tärkeimmistä asioista hankkeen onnistumisen kannalta. Tähän kannattaa käyttää etenkin hankkeen alussa todella paljon aikaa. Se on vaivannäön arvoista ja kantaa kauas. Tärkeintä on, että itse innostuu aiheesta ja uskoo, että hankkeessa tehdään jotain todella suurta ja merkittävää. Mikäli hankkeen vetäjä ei usko hankkeeseen tai sen teemaan, paistaa se kaikesta läpi. Hankekoordinaattori antaa kasvot hankkeelle ja sen teemalle. Hanketta pitää hehkuttaa ja siitä pitää pystyä jutella innostuneesti koko hankkeen ajan. Ihmisille pitää tulla tunne, että "nyt tapahtuu!" ja että hanke on "pysäyttämätön".

On mielenkiintoista, että moni haastateltava muisti vielä kahdenkin vuoden jälkeen Find Your Way -hankkeen alun niin hyvin. "Kun hanke käynnistyi, oli heti sellainen tekemisen meininki. Näki, että nyt tehdään eikä meinata. Asioihin tartuttiin saman tien kiinni ja alettiin konkreettisesti tehdä asioita nuorten kanssa. Nuorten tavoittaminen ja sitouttaminen ei ole maailman yksinkertaisin asia. Mutta jos nuorten kanssa löytää sen jonkun jutun, niin hankkeeseen voi syntyä tietynlainen flow -tila. Hanke alkaa ruokkia itse itseään." Kuvaili Uuraisten kunnanjohtaja Juha Valkama.

Hankkeen koordinointi on tietyllä tavalla hyvin yrittäjämäistä. Sekä hankkeen alussa, että yrityksen perustamisvaiheessa tulee tehdä todella paljon töitä, jotta asiat lähtisivät rullaamaan. Sitä mukaan, kun asiat etenevät, alkaa puskaradio toimia ja toiminta ruokkia itse itseään. Find Your Way -hankkeen loppuvaiheessa esimerkiksi kurssien mainostamiseen ei kulunut enää aikaa vaan ne täyttyivät helposti.

Mitä Find Your Way -hankkeen alussa konkreettisesti tehtiin, jotta sen ympärille saatiin luotua "hype"?

- ♥ Hankkeelle perustettiin omat FB- sekä Instagram-sivut ja niitä alettiin päivittämään heti alkuun. Näitä päivitettiin koko hankkeen ajan ja lisäksi tehtiin säännöllisesti julkaisuja myös

yhdistyksen omille FB- sekä Instagram-sivuille. Yhdistyksen nettisivuille tehtiin hankkeen oma sivu. Hankkeessa alettiin heti tuottamaan sekä julkaisemaan paljon sekä valokuva- että videokuvamateriaalia.

- ♥ Hankkeen tapahtumista tehtiin ilmoitus Keskisuomalaisen menoksi -palstalle. Uuraisten, Toivakan ja Jyväskylän alueilla toimivaan Paikallisuutisiin saatiin heti alkuun useampi juttu Find Your Waysta. Koordinaattori selvitti lisäksi kuntalaisten tärkeimmät viestintäkanavat ja liittyi esimerkiksi suljettuun Uuraisten Facebook-ryhmään sekä tilasi sähköpostiin tulevan Uutisia Uuraisilta -tiedotteen, jotta pysyi mukana kunnan asioissa.
- ♥ Hankekoordinaattori **Pia Kautto** esitteli itsensä sekä sosiaalisessa mediassa että kasvotusten ihmisille. Hän esittäytyi vanhempainseuralle, työllisyysasioiden työryhmälle, opinto-ohjaajalle, rehtorille, kunnanjohtajalle, 4H-yhdistyksen hallitukselle, koulun psykologille, tuokioppilaille, monelle eri yrittäjälle sekä eri yhdistysten aktiiveille. Hankkeesta käytiin kertomassa lisäksi opettajienhuoneessa, vanhempainillalla, koulun oppitunneilla sekä välitunneilla. Uuraisten 4H-yhdistyksen aiemmissa hankkeissa mukana olleille nuorille lähetettiin viestiä ja kerrottiin heille hankkeesta. Hankekoordinaattori myös tapasi heidät toimistolla esitellen hanketta. Nuorisotalolla käytiin näyttämässä hankkeen video ja kertomassa nuorisovaihtoista sekä 4H-yrittäjyydestä.
- ♥ Hankekoordinaattori osallistui erilaisiin tilaisuuksiin, kuten yrittäjien syystorille ja jakoi esitteitä hankkeesta. Find Your Waysta tehtiin useita erilaisia julkisteita ja mainoksia. Niitä vietiin koululle, kauppoihin, kirjastoon, kunnan ilmoitustauluille sekä eri yritysten ja tahojen oviin.
- ♥ Koordinaattori osallistui hankkeen alussa moneen 4H-yhdistyksen järjestämään toimintaan, jotta tutustuisi nuoriin ja saisi kerrottua hankkeesta mahdollisimman usein. Yksi tällainen esimerkki on uusille 7.-luokkalaisille järjestettävät ”seiskastartit”. Toinen esimerkki on yrittäjyysrastin vetäminen Uuraisten 4H-yhdistyksen yläkoululaisille järjestämässä metsäpäivässä. Hanke kannattaa yhdistää kunnassa tapahtuviin asioihin sekä muihin hankkeisiin. Tätä voi miettiä hankkeen teeman kautta. Mitä kunnassa tapahtuu, jota voisi yhdistää hankkeeseen? Ahaa! Karhunveiston kilpailun hopeasija on tullut uuraislaiselle yrittäjälle, voisikohan hänet kutsua kertomaan nuorille asiasta?



Kuva 9. Pia kertomassa hankkeesta yrittäjien syystorilla. Tätä ennen hän oli lukenut hankesuunnitelman lisäksi ”kaiken mahdollisen” hankkeen teemoista. Kuva: Anni Tuikanen.

Ihmisten mielipiteet voivat etenkin hankkeen alussa olla hyvinkin erilaisia. Osa on vilpittömän innoissaan hankkeesta ja näkee miten omakin taho voisi hyötyä siitä. Osa ihmisistä taas suhtautuu kielteisesti, koska hankkeen aihe saattaa esimerkiksi olla sellainen jota vierastaa. Osa voi myös vähätellä uutta henkilöä paikkakunnalla eikä pidä siitä, että joku ulkopuolinen tulee ”sotkemaan kylän asioita”. Itse pitää muistaa kuitenkin koko ajan olla nöyrällä mielellä liikenteessä sekä uskoa hankkeeseen ja siihen, että ihmisten mielipiteet tulevat muuttumaan. Tulee jaksaa olla positiivinen eikä provosoitua turhaan.

7.2 Toiminnasta pitää tehdä “coolia” ja katu-uskottavaa!

Kun Uuraisten 4H-yhdistyksen toiminnanjohtaja **Anni Tuikkanen** aloitti työnsä noin 10 vuotta sitten, oli yhdistyksen toiminta hyvin erilaista kuin nykyään. Oli kerhoja, leirejä sekä iltapäivätoimintaa. Kilpailtiin auringonkukan kasvatuksesta. Maailma muuttuu ja niin kuuluu muuttua myös 4H-yhdistysten. Hankkeiden avulla toiminnan kehittäminen on ollut helpompaa. Hankkeisiin on voinut työllistää ihmisiä, joilla työnkuvana on pelkästään hankkeen määrittämä työ. Hankkeissa on myös ollut hyvin selkeät työnkuvat ja näin myös niissä onnistuminen on ollut helpompaa. Toiminnan nykyaikaistaminen on nostanut Uuraisten 4H:n kiinnostavuutta kuntalaisten ja erityisesti nuorten silmissä. Moni nuori jopa kehuu, että ”tämä on Suomen paras 4H ja minäpä oon mukana Find Your Wayn porukassa!” Kansainvälisyyden tuomisen myötä yhdistyksen toiminnan arvostus on kuntalaisten silmissä muuttunut. Nuorisovaihtojen myötä ihmiset ovat tulleet avosylin kiittelemään toiminnasta. Ensimmäiset nuorisovaihdot Tuikkanen kirjoitti ja järjesti itse partnerimaiden kanssa viisi vuotta sitten. Kun hankemaailmaan lähti mukaan, ei siitä ollut enää paluuta. Mielenkiinnolla se on vienyt yhdistystä eteenpäin. Innostus lieenee tärkein ominaisuus, jota tarvitaan. Se into vie vieläkin yhdistystä eteenpäin.

Toiminnasta pitää siis tehdä “coolia” eli sellaista, että nuoret voivat ylpeästi kertoa olevansa osa yhdistystä. Tahosta ja hankkeesta pitää luoda nuorille sellainen olo, että se on se “missä tapahtuu” ja siihen kannattaa kuulua, jotta “ei jäisi mistään paitsi”. Toiminnasta pitää tehdä niin kiinnostavaa, että siitä ei malta olla pois. Hankkeen aihe pitää esittää nuorille mielenkiintoisesti ja innostavalla tavalla.

Hankenuori **Inkeri Kettunen**, 16, kertoo, että toiminnan on todella tärkeää olla katu-uskottavaa. Mikäli toiminta tai siitä tehdyt mainokset ovat liian lapsellisia, eivät nuoret lähde siihen mukaan. Hän kertoo, että monesti aikuiset eivät ajattele, kuinka tärkeitä tällaiset asiat ovat nuorille. Mikäli toiminta näyttäytyy liian lapsellisena, nuoret kokevat, etteivät aikuiset ymmärrä heitä. Uuraisten 4H-yhdistyksen Robo-hankkeen koordinaattori **Heikki Eloranta** uskoo, että nuorten parissa työskentelevien tulee olla koko perillä nuorten ajatusmaailmasta ja kulttuurista. Jos koulun käytävälle menee vaikka “flossaamaan” (tanssiliike suositusta fortnite -pelistä) tai juttelee nuorten kanssa “fortnitesta” voi helposti syntyä keskusteluyhteys nuorten kanssa ja nuorelle syntyy helpommin käsitys siitä, että häntä ja hänen tekemisiään ymmärretään.

Find Your Wayn alussa tehtiin esittelyvideo hankkeesta. Tämän uskottiin tuntuvan nuorista katu - uskottavalta. Videoon liitettiin Tuikkasen kirjoittamista aiemmista nuorisovaihtoista valokuvia. Yhdistyksessä aiemmin tehty pohjatyö sekä sen hyödyntäminen nuorten innostamisessa mukaan



Kuva 10. Hankenuori Viola Huotari kertoo koordinaattorille, kuinka Snapchatia käytetään. Hankkeessa kysyttiin nuorilta usein apua, jotta pysyttiin mukana nuorten maailmassa. Kuva: Tuukka Humalajoki.

hankkeeseen onkin tärkeää. Tämän lisäksi videoon kuvattiin Uuraisten kirkonkylältä erilaisia paikkoja. Torilta kuvatun videon yhteyteen laitettiin teksti "Voisiko tässä toimia kesäkahvilasi?"

Moni saattaa ajatella, että videon ideointiin, kuvaamiseen, editointiin, musiikkien valintaan ja tekstien laittoon kuluu liikaa työaikaa. Find Your Way -hankkeen onnistumisen kannalta oli kuitenkin tärkeää, että sen alussa tehtiin nuoria puhutteleva esittelyvideo. Nuorten ilmeet muuttuivat, kun he katsoivat videota. Heidän silmänsä alkoivat loistaa ja heistä huomasi, että he todella alkoivat miettiä videolla olleita asioita. Suurin osa hankkeeseen mukaan tulleista nuorista tavoitettiin oppituntien aikana, jolloin hanke esiteltiin esimerkiksi kyseisen esittelyvideon avulla. "Videon näyttäminen, vieläpä itsetehdyn, tehoaa paremmin kuin pelkkä puhe", kertoo Inkeri Kettunen.

Uuraisten Koulukeskuksen opinto-ohjaaja **Mari Hast** kuvailee hanke-esittelyä myyväksi: "Hanke on tullut luokkaan ja koordinaattori on käyttänyt hienosti hyödyksi omia osaa- misalueitaan. Jo heti ensimmäisestä esittelyvideosta lähtien on hanke tuotu nuorille mielenkiintoisella tavalla esille. Mikäli olisi näytetty vain Powerpoint-esityksiä ja menty perinteisellä kaavalla, eivät nuoret olisi tarttuneet hankkeeseen yhtä hyvin kuin, mitä he ovat siihen tarttuneet. Sillä on todella iso rooli, että ei menty perinteisellä "opettajamaisella" tyylillä. Tällöin hanke-esittely ei olisi juurikaan eronnut koulun perusarjesta, eivätkä oppilaat olisi muistaneet siitä tunnin jälkeen mitään. Nyt mentiin nuorten maailmaan

oikealla tavalla. Muistan vielä näin kahden vuoden jälkeen oppilaiden ilmeet, kun he näkivät videon. Huomasi, että "valot syttyivät". Nuoret näkivät videon myötä tämän tutun ympäristön uudessa valossa: "ai, että täällä käpykylässä on tällaisia mahdollisuuksia!" Mielestäni hanke myytiin hyvin nuorille."

Ensimmäisten nuorten tullessa mukaan hankkeeseen heistä otettiin kasvokuvat. Näiden kuvien yhteyteen pyydettiin nuorten kommentteja 4H-yrittäjyydestä sekä Find Your Waysta. Kuvat tulostettiin koulun seinille sekä jaettiin hankkeen Facebook- ja Instagram-sivuilla. Kuvat olivat esittelyvideon lisäksi toinen merkittävä asia, joka auttoi nuorten kiinnostuksen herättämisessä. Nuoret näkivät hankkeen katu-uskottava.



Kuva 11. Esimerkki hankkeen alussa tehdystä nuorten kasvot + sitaatti -kuvasta.

"Uskon, että nuorten lähtemiseen mukaan yhdistyksen ja hankkeen toimintaan vaikuttaa todella paljon se, minkälainen on nuorten "yhteinen" mielipide kyseisestä tahosta. Laukaassa 4H:lla on pitkät perinteet ja kaikki tuntuvat jollain tavalla olleen mukana toiminnassa jossain elämänvaiheessa. Jonkun lapsen äiti on ohjannut kerhoa samalla, kun tuleva kerholainen on ollut mahassa. Näin siis voi hahmottaa tilannetta kuvainnollisesti. Kaveriensa kanssa nähdään kerhoissa, joihin mennään koulusta suoraan. Laukaassa nuoret hehkuttavat 4H:ta ja haluavat olla mukana rekrytoimassa uusia lapsia ja nuoria mukaan toimintaan. Mukanaolosta kerrotaan ylepyhellä" kertoo Jyväskylän sekä Laukaan 4H-yhdistysten yhteisen Start Up! -hankkeen koordinaattori **Elisa Kraft**.

Jyväskylän 4H-yhdistyksen toiminnanjohtaja **Ritva Vallinkoski** kertoo kokemuksesta, että isommalla paikkakunnalla on suuri määrä muitakin toimijoita, jotka järjestävät nuorille harrastusmahdollisuuksia. Tällöin on vaikeampi saada oman yhdistyksen ääni kuulumaan nuorten keskuudessa. Vallinkoski kertoo aiemmassa työssään tehneensä töitä myös pienemmillä paikkakunnilla. Hänen mielestään konkreettisimman

eron pienen ja suuremman paikkakunnan välillä huomaa "henkilökohtaisessa tuntemisessa sekä kohtaamisessa". Vallinkosken mielestä pienellä paikkakunnalla sana kulkee nopeasti, nuoret voi kohdata kasvotusten ja ihmiset kuulevat asioista helpommin. Isommalla paikkakunnalla oman viestin läpisaaminen on vaikeampaa. Pienellä paikkakunnalla voi vierailla vaikka jokaisessa koulussa, mutta isommalla paikkakunnalla tämä on haastavampaa eikä ajankäytöllisesti järkevää.



Kuva 12. Tuukka Humalajoki, Leevi Eskola ja Aaron Loosen suunnittelemassa 4H-yrityksiään. Tuukka hoiti yrityksessään koiria, Leevi myi karkkeja ja Aaron pesi autoja.

7.3 Hankkeen nimi, "hissipuhe" sekä brändäys

On tärkeää, että hankkeelle saa luotua hienon brändin. Hankkeen nimi on todella tärkeä. Sen tulee olla iskevä, mieleenpainuva ja nuoria kiinnostava. Hankkeelle voi luoda myös oman logon. Nimi hankkeelle voi syntyä helposti tai viedä aikaa. Nimen on tärkeä olla lyhyt ja nuoriin vetoava. Pitkät hankkeen nimet ja oudot lyhenteet niistä, eivät välttämättä ole iskeviä. Jos nimi on kovin pitkä, sitä on vaikea muistaa. Find Your Way -hankkeen nimi syntyi yhteisessä pohdintatuokiossa harjoittelijan kanssa. Heti hankkeen nimen keksittyä siitä tiesi, että se on hyvä nimi.

Hankkeen luonne määrittelee paljon millainen nimi on hyvä. Jos hankkeessa tehdään kansainvälisiä projekteja, on nimen hyvä olla englanninkielinen. Nimen tulee kuitenkin olla niin helppoa englantia, että sen ymmärtää sen asiakaskunta. Hankkeen nimen tulee myös olla sellainen, että se luo positiivisen vireen. Nimi voi olla kuvainnollinen, kuten Find Your Way, joka ei suoraan kuvasta yrittäjyyskasvatusta, vaan yrittäjyyskasvatuksen kautta nuorten löytämää elämän polkua.

Hankkeen työntekijöiden tulee sisäistää hankkeen ydinajatus ja se pitää pystyä kertomaan muutamalla lauseella eli "hissipuheella". Tätä tulee tarvitsemaan aina kun tapaa uusia yhteistyökumppaneita, nuoria tai nuorten vanhempia. Sinun tulee itse uskoa hankkeen menestykseen jo ennen hankkeen alkua. Uskottavuuden luominen alkaa jo ennen kuin hanke on virallisesti alkanut. Jos hankesuunnitelman kirjoittaja tai hankekoordinaattori ei itse usko hankesuunnitelmaan, se paistaa läpi. Eikä näin ollen muutkaan usko hankkeen tärkeyteen ja onnistumiseen.

Riikka Järvinen Äänekosken 4H-yhdistyksen Landebuusti -hankkeesta pitää tärkeänä, että hankkeen sisältö motivoi nuoria ja on sellaista, mitä nuoret haluavat edustaa. Meidän nuoret esimerkiksi innostuivat siitä, että hankkeessa saa itselleen hankkeen T-paidan. Mietin kauan mistä tämä johtuu. Päädyin siihen, että paidat edustavat nuorille sitä, että he ovat osa jotain porukkaa."

8 Yhteistyö eri tahojen kanssa

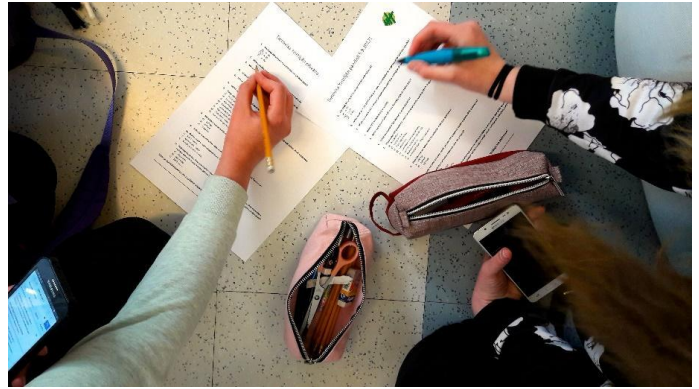
Hanke ei pääse pitkälle, mikäli se yrittää toimia yksin. Onkin tärkeää luoda hyviä yhteistyökuvioita sekä tehdä työtä monen eri tahon, järjestön tai muun hankkeen kanssa.

8.1 Yhteistyö koulun kanssa

Find Your Way -hankkeessa tehtiin paljon yhteistyötä Uuraisten Koulukeskuksen kanssa. Erityisesti opinto-ohjaaja Mari Hastin innostuminen hankkeesta oli ensiarvoisen tärkeää. Hän kertoo seuraavaa: "Lähdin heti alusta asti mukaan Find Your Way -hankkeeseen. Tähän on monta syytä. Ensinnäkin hankkeen teemat; yrittäjyys ja kansainvälisyys, innostavat minua ja ovat mielestäni todella tärkeitä nuorille. Olen myös sitä mieltä, että kun tämän kokoiselle paikkakunnalle

saadaan näin iso hanke, tulee siitä ottaa kaikki irti ja lähteä mukaan sata lasissa. Yrittäjyyskasvatus on kirjattu koulun opetussuunnitelmaan, mutta sille ei ole korvamerkitty tunteja mihinkään oppiaineeseen. Hankkeiden myötä yrittäjyyskasvatuksen saa lentoon ja uutta puhtia sen toteutumiseen. Koulun jokavuotinen isoin ponnistus liittyen yrittäjyyteen on 9.-luokkalaisten Pop Up-päivä. Ysit toimivat pienissä tiimiyrityksissä päivän ajan ja toiset oppilaat, opettajat ja koulun muu henkilökunta ovat asiakkaina. Päivää on toteutettu jo seitsemänä vuonna ja heti ensimmäisellä kerralla siitä tuntuivat innostuvan kaikki.”

Hastin sekä kieltenopettajien ansiosta Find Your Wayn koordinaattori pääsi heti hankkeen alussa kertomaan siitä oppilaille. Yläluokille pidettiin yhden oppitunnin esittely hankkeesta. Oppilaille näytettiin hankkeen esittelyvideo sekä katsottiin Youtubesta aiheeseen liittyviä videoita kuten Suomen 4H-liiton videoita 4H-yrittäjistä. Lisäksi tutustuttiin 4H-yhdistysten nettisivuihin ja katsottiin minkälaisia 4H-yrityksiä muut nuoret ovat perustaneet. Oppilaat saivat lisäksi mindmap -tehtävän, jossa pohdittiin omia kiinnostuksenkohteita. Koordinaattori oli myös välitunneilla koulun käytävillä nuorten tavoitettavana.



Kuva 13. Oppilaat vastaamassa yrittäjän päivän kilpailuun.



Kuva 14. Opinto-ohjaaja Mari Hast on kiinnittänyt hankkeen lehtiliitteen koulun seinälle sekä laittanut sen yhteyteen omia tsemppiviestejään oppilaille.



Kuva 15. Oppilaat pitävät koulu Pop Up -päivässä erilaisia yrityksiä kuten kahvilaa, tortilla -kioskia, autonpesua, ”peliluolaa”, jäätelökioskia, tikanheittokisaa sekä kampaamoja.

Jo ennen hankkeen alkua oli Uuraisten 4H-yhdistyksen toiminnanjohtaja ja hankesuunnitelman kirjoittanut Tuikkanen kiertänyt kaikki 7-luokat kertoen tulevasta hankkeesta, sen luomista mahdollisuuksista sekä kyselty nuorten mielenkiinnonkohteita. Nuoret oli otettu mukaan hankkeen suunnitteluun, mikä onkin ensiarvoisen tärkeää hankkeen onnistumisen kannalta. Näin nuoret saadaan innostumaan ja sitoutumaan hankkeeseen helpommin.

Uuraisten Koulukeskukselle on maalattu yrittäjyysseinä koulun yrittäjyyskasvatushankkeen toimesta. FYW -hankkeessa selvitettiin voisiko seinälle alkaa kiinnittämään 4H-yrittäjien mainoksia. Tämä kävikin koululle hyvin. Oli hienoa seurata kuinka sekä oppilaat, opettajat, muu henkilökunta sekä koululla käyneet vierailijat pysähtyivät seinän eteen katsomaan ja lukemaan mainoksia. Seinä oli hyvä myös siksi, että se oli ruokalan vieressä, jolloin myös alakoululaiset näkivät mainoksia ja tuttujaan kuvissa. Näin 4H-yrittäjyys tulee tietyllä tavalla tutuksi jo ennen kuin oppilaat ovat sen ikäisiä, että voisivat sellaisen itse perustaa. Kun heille sitten aikanaan menee kertomaan 4H-yrittäjyydestä, on se heille jo jollain tasolla tuttu asia.

Myös koulun ilmoitustauluille vietiin hankkeen mainoksia. Joissain kouluissa on myös käytössä sähköinen ilmoitustaulu, jonne voi saada mainokset näkyviin. Uuraisten Koulukeskuksella on koulupäivän aikana yksi pidempi välitunti, joka kestää 25 minuuttia. Tätä on hyödynnetty pitämällä esimerkiksi infoja sekä kisoja hankkeen toiminnasta. Joskus tarjolla on ollut karkkia ja kisojen palkintoina mm. lahjakortteja pizzeriaan. Infovälituntien pitämisestä sovittiin aina koulun kanssa erikseen. Välituntien aikana on myös tavattu 4H-yrittäjiä ja heitä on avustettu eteenpäin heidän 4H-yrityksissään. Moni oppilas lähtee suoraan koulupäivän jälkeen kotiin koulukyydillä, joten tämänkin vuoksi pitkät välitunnit ovat olleet hyvin tärkeitä nuorten tapaamisten kannalta.

Hankekoordinaattori osallistui useisiin Uuraisten 4H-yhdistyksen toimintoihin kuten metsäteemapäiviin sekä seiskastartteihin. Niiden aikana kerrottiin oppilaille hankkeesta ja oppilaat pääsivät tutustumaan häneen entistäkin paremmin. Mitä enemmän nuorten kanssa viettää aikaa erilaisten tilaisuuksien kautta, sitä herkemmin he tulevat juttelemaan koulun käytävällä ja kylällä. Luottamussuhteen muodostuminen on tärkeää sekä nuorten että hankkeen kannalta.

Uuraisten Koulukeskuksen kanssa tehtiin paljon myös muunlaista yhteistyötä. FYW -hankkeessa vedettiin esimerkiksi kahtena vuonna mediataitoviikko yläkoululaisille. Niiden aikana oppilaat pääsivät tekemään omat videoesittelyt tai videoCV:t työnhakua varten. Oppilaat oppivat kertomaan omista vahvuuksistaan sekä esiintymään kameralle. Samalla he kuulivat Uuraisten 4H-yhdistyksen kautta tapahtuvasta kesätyökampanjasta sekä 4H-kesäyrittäjyydestä. Tämän ansiosta moni perustikin kesätyökseen oman 4H-yrityksen. Sekä kesällä 2017 että 2018 n. 30 uuraista nuorta työllisti itsensä omalla 4H-yrityksellään. Yrityksiä oli mm. kesäkahviloita, koiranhoitoa, maalauspalveluita, ikkunanpesua, kierrätysmateriaaleista koriste-esineiden valmistamista sekä karkkien myymistä. 30 nuorta on upea määrä kunnassa, jossa on n. 3700 asukasta.

Jyvässeudun sekä Laukaan 4H-yhdistysten hankevetäjä Elisa Kraft kertoo, että tehdessään yhteistyötä monen koulun kanssa on hän huomannut, että kouluja on hyvin erilaisia. Riippuu todella paljon paikkakunnasta sekä itse koulusta ja sen henkilökunnasta, että minkä verran se haluaa tehdä yhteistyötä paikallisen yhdistyksen sekä hankkeen kanssa. Laukaassa on muutama koulu sellaisella alueella, jossa lapsille ja nuorille ei ole juurikaan harrastusmahdollisuuksia. Joidenkin koulujen opettajat ja opinto-ohjaaja ovat jo "myyneet" oppilaille hankkeen idean 4H-yrittäjyydestä ennen kuin Elisa on edes ehtinyt paikan päälle. Kouluilla on myös paljon erilaisia toimintatapoja liittyen hankkeen toiminnan mainostamiseen koululla. Jotkut koulut esimerkiksi antavat mainostaa jotakin nuorille suunnattua toimintaa Wilman kautta ja osa ei. Jutteleamalla löytyy jokaisen koulun kanssa ne hyvät käytännöt, joiden kautta toimia. Uuraisilla saatiin laittaa Find Your Wayn tiedotteen esimerkiksi koulun lukuvuosisuunnitelmaan.

8.2 Yhteistyö kunnan kanssa

Hankkeessa tehtiin tiivistä yhteistyötä Uuraisten kunnan kanssa ja saatiinkin luotua muutama uusi käytäntö. Hankkeissa on tärkeää, että toiminta ei pääty, kun hanke päättyy. Kehittämishankkeissa tulee kehittää uusia toimintatapoja ja käytänteitä, jotka jäävät elämään hankkeen jälkeen. Uuraisten kunnanjohtaja **Juha Valkama** kertoo hankkeen aikana on syntyneestä uudesta käytännöstä: "150 euron tuki uusille 4H-kesäyrityksille on tuonut merkittävän lisän 4H:n ja kunnan yhteiseen kesätyökampanjaan. Hankkeen aikana kampanjasta kesätyöllistyneiden nuorten määrä on tuplaantunut, kun lasketaan mukaan myös 4H-kesäyrittäjät. Olen jutellut hankkeesta esimerkiksi nuorten vanhempien kanssa. On ollut ilo huomata, kuinka he kertovat ylpeydellä omasta jälkikasvustaan, jotka ovat perustaneet 4H-yrityksen. Hanke on ollut merkittävässä roolissa monessa perheessä. Haluan, että 150 euron tuki jatkuu myös hankkeen jälkeen kuin myös 4H-yrittäjien pitämä kahvila kunnan tarjoamissa tiloissa."

Kesäkahvilasta muodostui tärkeä asia kuntalaisille ja monesta tulikin vakioasiakas. Kuntalaiset tulivat useaksi tunniksi istuskelemaan kahvilaan ja juttelemaan tutuille. Voi sanoa, että kahvilasta syntyi kuntalaisten "olohuone". Kahvilaan vietiin myös 4H-yritysten sekä hankkeen tapahtumien mainoksia ja flyereita esille. Ensimmäisenä kesänä ei kahvilaan laitettu riittävän hyvin esille, että kyseessä on 4H-yritys. Näin vain harva huomasi, että kyseessä on 4H-yritys. Seuraavana kesänä nuoret käyttivät isoa 4H logoa kahvilassa, jolloin kaikille asiakkaille kävi ilmi kyseessä olevan nuorten oma 4H-yritys.

Uuraisten kunnan työsuunnittelija **Ari-Pekka Pasanen** välitti koko hankkeen ajan sen kuulumiset Uuraisten kunnan työllisyysasioiden työryhmälle. Pasaselle kirjoitettiin kooste hankkeen toiminnoista ja hän kävi ne läpi kokouksissa. Tätä kautta hankkeen toiminnasta saivat kuulla monet ihmiset ja heidän kauttaan viesti kiiri vieläkin useamman korvaan. Työryhmältä tuli myös muutama hyvä idea hankkeen toteuttamiseen. Hankkeen aikana Uuraisten 4H-yhdistys palkittiin myös 'Vuoden uuraislainen' -palkinnolla. Sen arvo oli 300 euroa ja tämä päätettiin käyttää siten, että kuuden vuoden ajan yksi 4H-yrittäjä palkitaan vuosittain 50 euron stipendillä.

8.3 Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa

Uuraisten Koulukeskuksen sekä Uuraisten kunnan lisäksi Find Your Way -hankkeessa tehtiin yhteistyötä myös monen eri tahon kanssa. Uuraisten kunnankirjastolla järjestettiin valokuvanäyttelyitä hankkeen toiminnasta. Ensimmäinen näyttely koski 4H-yrittäjiä ja toinen nuorisovaihtoa Itävaltaan. Kirjasto on myös ottanut tapahtumiinsa 4H-yrittäjiä pitämään kahviloita. Näistä isoin on ollut 4H:n, kirjaston ja monen muun tahon kanssa yhteisesti järjestetty Iltakirjasto-tapahtuma. Siellä käy kolmen tunnin aikana yli 500 osallistujaa.

Uuraisten Marttojen kanssa toteutettiin erilaisia kursseja. Leivontakurssilla leivottiin suolaisia ja makeita herkkuja. Karkinvalmistuskurssilla nuoret pääsivät tekemään omakekoisia makeisia. Martat toimivat kursseilla ohjaajina. Hankekoordinaattori hoiti tilavaraukset, markkinoinnin sekä nuorten sitouttamisen kursseille. Ihmisillä on paljon erilaisia ideoita ja näistä kuulee aina aika ajoin. Harvoin

ihmiset kuitenkin ottavat itse yhteyttä hankevetäjään kertoakseen ajatuksistaan. Kannattaa siis olla korva tarkkana ja kuunnella, mitä ihmiset keskusteleivat kunnassa ja olla vaikka itse yhteydessä idean keksineeseen ihmiseen. Tällä tavalla Uuraisille saatiin järjestettyä 4H-yrittäjien pitämiä lapsiparkkeja erilaisiin tilaisuuksiin ja vanhempien harrastuksiin.

Äänekosken 4H-yhdistyksen hankevetäjä Riikka Järvinen kertoo, että kyläyhdistykset muodostuivat tärkeäksi osaksi Landebuusti-hanketta. Yksi haaste hankkeessa oli se, että nuoria oli vaikea saada kasaan koulukyyditysten vuoksi. Hankkeessa koottiin viisi nuorten ryhmää, jotka alkoivat järjestää tapahtumia sekä luomaan jotakin uutta omalle kylälle kuten nuorten tapahtuman tai pakohuonepelin. Osa ryhmistä saatiin koottua koulun kautta ja osa syntyi suoraan kyläyhdistysten kautta. Järvinen laitoi sähköpostia kyläyhdistysten puheenjohtajille ja kertoi hankkeesta. Yhdistyksillä oli paljon innokkaita nuoria, joista kyläyhdistykset kokosivat nuortenryhmät hankkeelle, kertoo Järvinen.



Kuva 16. Johannes Myllymäki kertoo nuorille Olohuonetuotanto -yrityksestään.



Kuva 17. Nuoret menossa Uuraisten kunnanjohtaja Juha Valkaman kanssa katsomaan 4H-yritys Kesäkahvilan tiloja.

Konneveden 4H-yhdistyksen hankevetäjä **Sari Kämäräinen** YEP-hankkeesta kertoo, että Konnevedelle on koottu nuorisotoimijaverkko. Tämä tarkoittaa sitä, että 4H:n työntekijät, seurakunnan nuorisotyöntekijä sekä kansalaisopiston, Konneveden urheilijoiden, koulun, sosiaalityön ja vapaa-aikatoimen edustaja sekä etsivä nuorisotyöntekijä kokoontuvat neljä kertaa vuodessa. Yhdessä jutellaan ajankohtaisista ja mieltä puhuttavista asioista ja huolehditaan, ettei järjestetä esimerkiksi päällekkäin tapahtumia. Välillä suunnitellaan myös yhdessä järjes-



Kuva 18. Inkeri Kettunen ja Venla Taipale kertovat nuorisovaihdosta belgialaisille sekä tanskalaisille vieraille. Vieraat tulivat Uuraisille The Start-UP: YW&E -hankkeen kautta.

tettäviä asioita. Tärkein anti nuorisotoimijaverkossa on ollut vertais-tuen saaminen. Ikuisuuskysymykseksi taas on noussut se, että miten nuoria tavoitaisi paremmin. Tähän onkin yhdessä yritetty löytää hyviä keinoja. Kämäräinen kokee, että nuorissa tuntuu olevan joko superaktiivisia, jotka eivät enää ehdi uusiin juttuihin tai sitten niitä nuoria, joita on vaikea saada osallistumaan

mihinkään. Kaikista parhaiten ovat toimineet retket esimerkiksi Duudsoni parkiin sekä erilaiset lajikokeilut kuten superfutis, Kämäräinen kertoo.

9 Nuorten tavoittaminen

Ilman nuoria ei voi syntyä hanketta, jonka kohderyhmänä ovat nuoret. Nuorten tavoittaminen ja sitouttaminen on monen eri asian summa. Moniin asioihin hankkeen vetäjä pystyy vaikuttamaan. Kaiken lähtökohta on kuitenkin se, että hankeidea on nuoria kiinnostava ja hankevetäjä on siitä aidosti kiinnostunut. Tässä hankesuunnitelman tekijällä on suuri rooli ja valta. Kannattaa muistaa, että se mikä itseä kiinnostaa ei välttämättä kiinnosta hankkeen kohderyhmää. Moni asia on kiinni myös muista tekijöistä, joihin ei pakosti pysty vaikuttamaan. Ikinä ei pidä kuitenkaan luovuttaa ja aina tulee keksiä uusia keinoja mahdollisten epäonnistuneiden tilalle.

9.1 “No miten niitä nuoria sitten saa mukaan?”

Tähän usein esitettyyn kysymykseen ei ole yhtä tyhjentävää vastausta vaan niitä on useita. Vastauksia ja ideoita löytyy teoksen jokaisesta kappaleesta. Tässä kappaleessa kuitenkin kerrotaan joitain esimerkkejä siitä, miten nuoria on saatu mukaan Find Your Wayn nuortenryhmään, hankkeen kursseille sekä 4H-yrittäjiksi.

Kuten aiemmin jo kerrottiin, hankkeessa vedettiin jokaiselle Uuraisten Koulukeskuksen yläkoulun luokalle hankeinfotunti. Eräältä luokalta ei yksikään oppilas osoittanut kiinnostustaan hankkeen toimintoja kohtaan. Hankekoordinaattori jäi kuitenkin välitunnilla juttelemaan oppilaille ja aisti nopeasti, että osa heistä oli sittenkin kiinnostunut hankkeesta. Todennäköisesti oppitunnin aikana ryhmäpaine oli ollut syynä sille, etteivät oppilaat “voineet” näyttää innostustaan. Oppilaiden kanssa juteltiin ja lopulta selvisi, että pari heistä tykkää hoitaa pikkusisaruksiaan ja myös tuttujen lapsia. Nuoret alkoivat jutella, että he voisivat perustaa 4H-yrityksen ja alkaa enemmänkin hoitaa lapsia. Jonkin ajan kuluttua he perustivatkin yrityksen. Hankkeeseen saatiinkin mukaan monta hiljaisempaa nuorta, jotka eivät olisi välttämättä missään vaiheessa uskaltaneet itse ottaa yhteyttä yhdistykseen päin.

Eräs nuori vitsaili Uuraisten nuorisotalo Nuokkarilla, että voisi perustaa 4H-yrityksen, jossa myy joitain kiellettyä. Tämän sanominen tapahtui nopeana heittona nuoren kävellessä hankekoordinaattorin ohi. Asian olisi voinut sivuuttaa ja ajatella sen olevan pelkkää ”läpänheittoa”. Nuoren luokse kuitenkin mentiin juttelemaan ja keskustelu 4H-yrittäjyydestä jatkui WhatsAppin välityksellä. Kahden kuukauden päästä nuori perustikin kesäksi 4H-yrityksen ja kesätyöllisti sillä itsensä. Ja mainittakoon että ei, kyseessä ei ollut minkään kielletyn asian myyminen.

Nämä ovat yksittäisiä esimerkkejä nuorten tavoittamisesta mukaan toimintaan. Yhden käden sorvilla voi laskea ne kerrat reilun kahden vuoden aikana kun joku nuori on ottanut yhteyttä Find Your Way -hankkeeseen päin nähtyään mainoksen hankkeen toiminnasta. Monesti nuorten saaminen mukaan vaatii hieman perinteisestä poikkeavia keinoja ja pitää myös nähdä asiat “pintaa syvemältä” ja lukea tilanteita rivien välistä.

Uuraisten 4H-yhdistyksen Robo-hankkeen koordinaattori Heikki Elorannan mielestä nuoria tavoittaa parhaiten kasvatusten ja sellaisessa ympäristössä, jossa nuoret muutoinkin ovat. Hän kertoo mm. menneensä nuorten harrastuspaikoille kuten skeittirampille tai mopotallille juttelemaan nuorten

kanssa esim. mopoista tai skeittaamisesta tai yleisesti kyselemään kuulumisia. Samalla hän on kertonut nuorille hankkeen harrastusmahdollisuuksista ja muista nuoria koskettavista toiminnoista. Tämä on pienten paikkakuntien etu, kun nuoret tuntee jo muutenkin, tällöin on helpompi mennä juttelemaan heidän kanssaan ja samalla kertoa ajankohtaisista asioista. Eloranta painottaa, että tämän tulee olla spontaania. Tällä hän tarkoittaa sitä, että kun työajalla sopivassa tilanteessa näkee nuoria, niin silloin kannattaa mennä juttelemaan heille. Mikäli tämä on aina liiaksi suunniteltua ja ottaa infolappusia mukaan, ”uudet” nuoret katoavat nopeasti.



Kuva 19. Nuoret vierailmassa unwritten –yrityksessä Jyväskylässä. Yritysvierailut ja muut retket toimivat hankkeessa nuoria sitouttavana elementtinä.

Aito kiinnostuminen nuoria kohtaa on tärkeää. Totta kai myös aktiivisia, suunnitelmallisia ja tavoitteellisia markkinointitempauksia on syytä toteuttaa ja sitä kautta lisätä toiminnan ja itsensä tunnettavuutta ja mahdollisesti saada nuoria mukaan, mutta pelkästään sellaiset eivät toimi. Eloranta kokee, että nuoret eivät pidä siitä, että heille tullaan vain markkinoimaan jotakin, eikä aikuista kiinnosta, miten nuorilla menee. On myös tärkeää muistaa, että toimintoja esitellessä nuoret pääsevät itse tekemään jotain. Pelkkä aikuisten tai toisten nuorten puhuminen ei riitä.



Kuva 20. Viljami Vanhatalo ja Oskar Paajanen pääsivät kertomaan 4H-yrittäjyydestä hankkeen videosarjassa.

Kysyttäessä Elorannalta, että miten nuorten tavoittaminen on usein niin vaikeaa esittää hän vastakysymyksen: ”Onko se enemmänkin niin, että miten nuorten innostaminen on usein niin vaikeaa?” Koska tottahan se on, että kyllähän nuoria tavoittaa ja etenkin pienellä paikkakunnalla voi lähes jokaisen kanssa keskustella kasvotusten hankkeesta. Mutta se, että heidät kohdatessaan saa vielä heidät innostumaan aiheesta, on jo toinen asia. Elorannan mielestä nuoret eivät välttämättä innostu asiasta, mikäli heitä ei ole otettu mukaan suunnittelemaan toimintaa tai heidän ei anneta vaikut-

taa toiminnan laatuun. Esimerkiksi jos hanke on kirjoitettu vain aikuisten toimesta ja pelkästään oletettu tietävän, että mistä nuoret ovat kiinnostuneita. Elorannan mielestä se, että nuoriin luotetaan ja heille annetaan vastuuta, näkyy siinä, miten he sitoutuvat asiaan. Mikäli kaikki tulee ”ylhäältä alaspäin” eli valmiiksi purtuna, eivät nuoret tällöin koe, että toiminta olisi heidän näköistään tai eivät ymmärrä sen tarkoitusta.

Hankkeiden suunnittelu on taitolaji. Pitää tietää, mikä on se The -juttu tänä päivänä. Mille hankeidealle saa rahaa. Mikä saa nuoret innostumaan? Mille on tarvetta paikkakunnalla? Hankkeiden suunnittelijalla tulee olla pitkät tuntosarvet ja isot korvat aistiakseen maailman menon ja nuorten

innostuksen kohteet. On hyvä olla asioiden edellä tai juuri ajallaan. Silloin on myös helpompi saada hankkeesta nuoria kiinnostava ja onnistunut.

Uuraisilla 4H-yritystoiminta tarvitsi kehittämistä. Tuikkanen näki yrittämisen ajankohtaiseksi ja hyväksi aiheeksi ja lähti suunnittelemaan hanketta. Tätä suunnitelmaa katsottaessa hankkeen toteutamisvaiheessa, herätti se paljon hymyä ja naurua. Yhdessä Tuikkanen ja hankevetäjä Kautto nauttivat, että näin pienestä Find Your Way -hanke on lähtenyt liikkeelle. Hankkeen suunnitelman edetessä hankkeen ”äiti” Tuikkanen kiersi koululuokat kysellen mikä nuoria kiinnostaa, mitä he haluaisivat kokea, mihin maahan he haluaisivat lähteä nuorisovaihtoon ja monia muita kysymyksiä. Kyselyn tarkoituksena oli tehdä hankkeesta nuorten näköinen eli sellainen, johon nuoret lähtevät mukaan innostuneina ja ylpeinä. Luokissa kiertäessä näytettiin edellisten nuorisovaihtojen valokuvia ja haastateltiin vaihdossa olleita nuoria. Se, että on jo tehnyt nuoria kiinnostavaa toimintaa, auttaa paljon saamaan uusia nuoria mukaan. Puskaradio on tehokkain markkinointikeino myös nuorten parissa. Sana kielii, kuinka mukavaa 4H:n nuorisovaihtoissa on ollut.

Usein sorrutaan tekemään sitä, mikä on itsestä kiinnostava, mistä itse pitää. Kun haluaa tavoittaa nuoria, pitää unohtaa itsensä tai ainakin jättää taka-alalle. Nuoret ovat ihanan suoria ja rehellisiä. Palautteen epäonnistumisesta saa heti: joko nuoret eivät tule paikalle tai osallistu hankkeeseen. Tai jos luottamussuhde on hyvä, sanovat he sen suoraan.

9.2 Nuorten sitouttaminen mukaan toimintaan

Find Your Wayn nuortenryhmässä mukana ollut **Sampo Muhonen**, 15, kertoo nuorten tavoittamisesta ja sitouttamisesta: ”Mikäli nuoret saadaan mukaan toimintaan, heidät täytyy myös pystyä pitämään siinä. Tämän voi saavuttaa kertomalla heille, kuinka tärkeää nuorten tekemä työ ja panostus on. Toinen tapa on antaa nuorille aikaa vieviä projekteja, joita ei saa valmiiksi yhdellä tapaamiskerralla. Myös vaihtoehtojen lukumäärällä on väliä: nuorten pitäisi saada tehdä sitä mikä heidän omasta mielestään sopii heille parhaiten. Heille tulisi siis antaa useampi vaihtoehto tai esimerkki, joista he voivat valita mieleisensä. Näin hekin ovat osallistuneet päätöksentekoon ja sitoutuvat mukaan paremmin.”

”Nuorille tulisi myös selittää asiat niin, että haasteet eivät tuntuisi mahdottomilta. Heille pitää jäädä vaikutelma siitä, että tehtävä on mahdollinen. Nuoret saa myös sitoutettua helposti huumorilla, mutta se ei saa olla pakotettua. Nuorille pitää antaa syy tulla takaisin ensimmäisen kerran jälkeen. Tämän voi saavuttaa antamalla heille positiivisen kokemuksen, mutta varsinkin tapaamisen lopetus on tärkeää. Nuoren tulisi lähteä tapaamisesta positiivisin mielin. Nuorille pitää vakuuttaa, että heidän työnsä on tärkeää ja jälkiä jättävää”, kertoo Muhonen.

Find Your Way -hankkeessa tärkeimpiä nuoria sitouttavia asioita olivat nuortenryhmän viikkotapaamiset sekä nuorisovaihdot. Tällä tavoin riittää, että hankkeen alussa tekee ison työn saadessa innostettua nuoret mukaan porukkaan. Tämän jälkeen tälle ryhmälle voi sitten järjestää hankkeen toimintoja, kursseja, retkiä, lajikokeiluja, leirejä hankkeesta riippuen. Tällä tavoin ei aina tarvitse yrittää saada uutta ryhmää kasaan esimerkiksi koiranhoitokurssia varten. Toki kursseja saa ja kannattaakin mainostaa myös muille nuorille. Kurssien järjestäminen kuitenkin helpottuu kun on jo olemassa yksi ”ydinporukka”, joka lähtee innoissaan mukaan ja josta saa varmasti osallistujia.

Merkittävin asia hankkeessa nuorten mielestä oli nuorisovaihto. Vaihto kannattaakin yhdistää mahdollisuuksien puitteissa nuorten kanssa toteutettaviin hankkeisiin. Nuorisovaihdon tapaamisviikko häilyi koko lukuvuoden ajan kaikkien mielessä ja tämä toimi tärkeänä nuoria sitouttavana asiana. Nuorisovaihtohakemuksen ideoiminen ja kirjoittaminen oli hienoa yhdessä tekemistä. Tällä sai myös paljon merkityksellistä sisältöä nuorten tapaamisiin. Nuorisovaihtojen teemana oli Find Your Way -hankkeen mukaisesti yrittäjäyyskasvatus.



Kuva 21. Lida Pasanen kertomassa omasta 4H-yrityksestään tuleville yrittäjille 4H-yrittäjäkurssilla.

Todella tärkeää nuorten sitoutumisen kannalta on myös se, että koko hankkeen ajan siinä toimii yksi ja sama hankkekoordinaattori. Mikäli hankkeessa aloittaa uusi vetäjä, tulee hänen tehdä itsensä tutuksi kaikille hankkeen kannalta olennaisille henkilöille, saada aikaan nuorten luottamus ja olla itse perillä hankkeesta. Tämä saattaa tarkoittaa jopa useamman kuukauden "takapakkia" hankkeelle. Vaikka kaikkiin tekijöihin ei pystykään vaikuttamaan, kannattaa rekrytointiin panostaa paljon.

Neea Kalenius, 17, kertoo, että nuoret haluavat ryhmänohjaajan, joka on samalla aaltopituudella nuorten kanssa. Ohjaajan tulisi heittää läppää nuorten kanssa, olla enemmän haaveilevaa tyyppiä, kuin tiukkaa, ohjeita ja sääntöjä latelevaa tyyppiä. Sääntöjä pitäisi olla, mutta ne pitäisi suunnitella nuorten kanssa yhdessä ja kaikkien yhteisymmärryksen kautta." Inkeri Kettunen kertoo että "sillä on todella paljon merkitystä, että on vain yksi hankevetäjä, ikäänkuin hankkeen "päähenkilö". Nuoret oppivat tuntemaan hänet ja mikäli hän vaihtuu vuoden päästä niin siinä ei ole oikein järkeä. Hankevetäjän pitää olla huipputyyppi eli innostava ja positiivinen. Missään nimessä hän ei saa olla maaninen. Hänen tulee ymmärtää nuoria eikä hän saa olla liian tiukka tai sellainen, joka keksii paljon turhia sääntöjä. Hänen tulee antaa nuorille vapautta päättää siitä, mitä tehdään."

Kettunen kertoo myös, että nuorten sitoutumiseen vaikuttaa se, että toiminta on kiinnostavaa ja monipuolista. Yhtä asiaa

ei jaksa tehdä koko aikaa. Hän kertoo, että tosi tärkeä asia oli myös se, että nuoret saivat luoda 4H:lle oman nuortentilan. Nuoret suunnittelivat tilasta viihtyisän ja heidän näköisensä. Kettunen kertoo, että kun katsoo toimisto ennen -kuvia, on niissä todella iso ero tähän päivään.

Uuraisten 4H-yhdistyksellä oli Find Your Way -hankkeen alussa käynnissä kalustohanke Kimpsu. Kyseessä oli Leaderin teemahanke. Näillä hankkeilla voi rahoittaa yleishyödyllistä toimintaa parantavia ja monipuolistavia laitteita ja välineistöä. Uuraisten 4H:lla tämä tarkoitti mm. toimiston isomman huoneen muuttamista nuortentilaksi. Nuoret olivat mukana tilan suunnittelussa sekä esimerkiksi huonekalujen valinnassa. Näin saatiin luotua paikasta nuorten näköinen ja projekti sitoutti nuoria toimintaan. Näin nuoret kokevat, että heidän mielipiteillään on väliä ja että he ovat tärkeitä yhdistykselle.

Yksi mielenkiintoinen asia, joka varmasti osaltaan vaikutti nuorten sitoutumiseen hankkeeseen olivat 'hakukirjeet'. Find Your Wayn hankesuunnitelmaan oli kirjoitettu, että nuoret kirjoittavat englanninkielisen hakukirjeen hankkeeseen. Niiden perusteella koottiin nuortenryhmä. Uhkana oli, että kirjeen kirjoittaminen pelästyttää kiinnostuneet nuoret tiehensä. Englanninkielien opettajien kanssa sovittiin, että oppilaat voivat korvata yhden tehtävän kirjoittamalla hakukirjeen. Nuorille myös annettiin tukea

kirjeiden kirjoittamisessa esimerkiksi pitkien välituntien aikana. Idea hakukirjeisiin tuli kokemuksesta ja ajatuksesta, kuinka sitouttaa nuoret paremmin. Tuikkanen oli toteuttanut kaksi nuorisovaihtoa ennen Find Your Way -hanketta. Näiden nuorisovaihtojen aikana ei vielä kirjoitettu hakukirjettä. Ensimmäisessä vaihdossa nuorten vaihtuvuus oli suurta. Toisessa vaihdossa vaihtuvuus jo väheni. Tuikkanen kuitenkin halusi kehittää toimintaa niin, että vaihtuvuutta saataisiin vielä pienemmäksi. Siitä syntyi idea hakukirjeestä.

Lopulta hakukirjeet osoittautuivat positiiviseksi asiaksi. Nuoret tulivat niissä pohtineeksi sitoutumistaan hankkeen toimintaan vähintään yhdeksi vuodeksi sekä mikä heitä kiinnostaa nuorisovaihdossa ja 4H-yrittäjyydessä. Hankkeeseen muodostuikin lopulta hyvin sitoutunut ryhmä nuoria. Kirjeitä ei myöskään tullut niin paljon, että ketään olisi pitänyt jättää ulkopuolelle ryhmästä. Osa nuorista toki jäi pois hankkeesta lukuvuoden aikana. Tämä on normaalia ja siihen ei kannata suhtautua epäonnistumisena. Nuorten elämäntilanteet ja kiinnostuksen kohteet muuttuvat nopeastikin.

Erittäin tärkeää nuorten sitoutumisen kannalta on myös nuorten hyvä ryhmäyttäminen. Ryhmäytymisessä voi onnistua tekemällä nuorten kanssa pieniä projekteja saaden niistä onnistumisen kokemuksia yhdessä ryhmän kanssa. Hauskat haastetehtävät ja käyminen pakohuoneissa ryhmäyttää nuoria nuoria kiinnostavilla tavoilla. Rahaa pikku projektien toteuttamiseen voi nuorten kanssa hakea montaa eri reittiä. Hyviä esimerkkejä ovat Nuorten akatemian Mahis -projektit ja 4H-säätiön Itse tehty –raha, joita Uuraisten 4H-yhdistyksessä on tehty lukuisia. Usein nuoret tuntevat jo koulun kautta. Ryhmäytymisessä hankkeissa lienee tärkeintä oppia tuntemaan toisensa syvemmin ja oppia luottamaan omaan ryhmään.

9.3 Nuorten viikkotapaamiset

Nuortenryhmä kannattaa koota mahdollisimman varhaisessa vaiheessa lukuvuotta ennen kuin muut harrastukset ovat täyttäneet nuorten kalenterit. Find Your Way -hankkeen kaikki tapaamiskerrat olivat melko erilaisia. Jokainen tapaaminen alkoi kuitenkin sillä, että kaikki ottivat välipalaa ja nuorten kanssa juteltiin niitä näitä rennosti. Tähän kului yleensä parisenkymmentä minuuttia ja tapaamiset kestivät kokonaisuudessaan kaksi tuntia. Alun jälkeen nuorille kerrottiin ideoita tapaamiskertaa varten ja myös nuoria pyydettiin kertomaan omia ideoitaan. Tämän jälkeen tehtiin joko yhdessä jotain tai nuoret alkoivat pienemmissä ryhmissä tekemään erilaisia projekteja.



Kuva 22. Find Your Wayn nuorten tapaaminen käynnissä. Osa nuorista tekee 4H-yrityksen mainosta ja osa suunnittelee työpajoja nuorisovaihtoon. Viikkotapaamisissa oli keskimäärin 13 nuorta paikalla.

Nuoret veivät tapaamisissa eteenpäin 4H-yrityksiään; tekivät niihin mainoksia, valmistelivat tulevia keikkoja ja hinnoittelivat tuotteitaan. Osa nuorista suunnitteli nuorisovaihdon pajoja, tutustumisretkiä, budjettia, aikataulua ja yritysvierailuja. Jotkut nuoret kirjoittivat tekstejä hankkeen lehtiliitteeseen PaikallisUutisiin tai ottivat yhteyttä eri alojen yrittäjiin. Nuorten tilan kaikki pöydät ja nurkat oli otettu

käyttöön kun 15 nuorta vei jotakin kokonaisuutta eteenpäin. Tapaamisissa oli todella hyvä henki ja tekemisen meininki.

Joskus tapaamisissa vieraili paikallisia yrittäjiä kuten Uuraisten liikenteen toimitusjohtaja, taidemaalari, elokuva-alan yrittäjä tai koirahieroja. Joskus tehtiin myös tutustumismatkoja yrityksiin Uuraisilla ja Jyväskylässä. Vierailtiin mm. pesulassa, valokuvaamossa, kirpputorilla, sanomalehdessä, huolto-
asemalla, ravintolassa sekä kauneushoitolassa. Monella tapaamiskerralla katsottiin myös hankkeen aiheeseen liittyviä Youtube -videoita kuten nuorisovaihtoista tehtyjä muistelmia. Vierailijaksi saatiin myös vaihto-opiskelija Hong Kongista sekä vapaaehtoistyöntekijä Ranskasta.

Find Your Wayn nuortenryhmässä mukana ollut **Ossi Anttila**, 14, kertoo kokemuksia hankkeen tapaamisista: ”FYW:n toiminta oli tänä vuonna hyvin samanlaista kuin edellisenä vuonna, sillä pyrimme uudestaan saamaan rahoitusta Erasmus+:lta tulevaan nuorisovaihtoon kesälle 2018. FYW:n toimintaan kuului nuorisovaihtoon liittyen mm. Skype-puhelut Itävaltalaisien nuorten kanssa parin kuukauden välein. Melkein 17 nuorta ahtautui 4H:n nuortentilaan! Ikkuna sai olla kyllä auki, jotta happi riittäisi! Videotykillä heijastettiin taululle Itävaltalaisien videokuva. Pia yleensä käänteli konetta, jotta me kaikki näkyisimme heillekin. Samalla kaikki suomalaisnuoret ja -ohjaajat lukivat englanniksi suunnitelmiamme Itävallan nuorille ja ohjaajille. Nettiyhteys oli yleensä huono täällä Uuraisilla, ja Itävaltalaiset kuulivat meidän suunnitelmistamme vain pieniä osia, joten meidän piti lukea kaikki aina uudestaan videopuhelun näkyessä uudestaan. Meillä oli todella hauskaa!”



Kuva 23. Aptteekkari Jari Lampila kertoi nuorille aptteekista. Samana päivänä vierailtiin myös PaikallisUutisissa sekä kauneushoitola Sievässä.

9.4 Nuorten osallistuminen toimintaan etänä

Nuorten hyvästä sitoutumisesta hankkeen toimintaan kertoo paljon se, että nuori haluaa jatkaa toimintaa, vaikka ei asuisi-kaan enää paikkakunnalla. Näissä tilanteissa kannattaa olla joustava ja keksiä erilaisia keinoja, joiden avulla nuoret pystyvät olemaan mukana projektissa. Find Your Way -hankkeen ensimmäisen lukuvuoden ja nuorisovaihdon jälkeen yhteensä viisi nuorta joko muutti pois paikkakunnalta tai siirtyi toisen asteen oppilaitokseen. Uuraisilla ei ole lukiota tai ammattikoulua. Nuoret joutuvat tekemään pitkiä päiviä matkustaessa kouluun esimerkiksi Jyväskylään tai Äänekoskelle. Päivät saattavat muodostua yli kymmentuntisiksi, eikä tällöin aikaa jää harrastaa niin paljon kuin yläkoulussa. Nämä viisi nuorta tekivät etätehtäviä lukuvuoden ajan, jotta pystyisivät osallistua myös seuraavaan nuorisovaihtoon.

Ossi Anttila: ”Perheemme muutti pois Uuraisilta kesken Find Your Way -hankkeen. Ajattelin silloin, että Uuraisten 4H:n FYW-hanke, jossa olin ollut aivan hankkeen alusta asti, tulee jäämään minun osaltani. Aloin kuitenkin tekemään etätehtäviä 4H:lle. Minusta on hienoa, että sain tällaiset mahdollisuudet. Jotkut tietyt tehtävät liitettiin nuorisovaihtohakemukseen. Ensimmäinen etätehtävä liittyi aiemman nuorisovaihdon aikatauluun ja se tuli osaksi lehtiliitettä. Jokainen meistä etätehtävien tekijöistä kirjoitti parhaimmasta kokemuksesta tai asiasta Itävallan nuorisovaihdosta.



Kuva 25. Ossi Anttila valmistamassa joulukoristeita myyntiin. Ossilla oli 4H-yritys Anttos Koris-
tepalvelu kaksi ja puoli vuotta.



Kuva 24. 4H-yrittäjä Niklas Järvinen on tehnyt useana kesänä töitä alihankintana Metsä Groupille.

Tulevan nuorisovaihdon ohjelma- etätehtävissä mietittiin nuorisovaihtoviikon aktiviteetteja. FYW:stäkin täytyi kertoa sen verran kuin osasi esim. 4H-yrityksistä, mitä FYW:n aikana on tehty ja saatu aikaan. Kansainvälinen osaaminen -etätehtävissä mietittiin omaa kulttuurillista kunnioitusta toista maata kohtaan ja esim. hyviä ja huonoja puolia matkustamisessa. Sen lisäksi kirjoitettiin mm. omasta englanninkielen kehityksestä. Toiseksi viimeinen etätehtävä kirjoitettiin omasta 4H-taipaleesta ja muistoista alusta asti. Kirjoitukset olivat näkyvillä Uuraisien 4H:n 80-vuotisjuhlissa.” Anttila toteaa.

”Olen myös päässyt käymään hankenuorille ilmaisilla kursseilla kuten ensiapu- ja hygieniapassikursseilla. Kummatkin ovat olleet suosittuja joka kerta kun ne on järjestetty. Hanke on todella hyvä uusien todistusten ja

CV:n kannalta. Find Your Way on antanut minulle ainutkertaisia mahdollisuuksia, jollaisia en olisi itsekseni osannut ehkä ajatellakaan. Olen ollut 4H-kahvilayrityksessä, jossa toimi kahdeksan 4H:n jäsentä. Minun täytyi kuitenkin erota kahvilayrityksestä muuttaessani pois Uuraisilta. Minulla on ollut myös oma 4H-yritys vuodesta 2016, joka valmistaa kierrätysmateriaaleista joulutuotteita”, kertoo Anttila.

Välillä on tuntunut vaikealta olla ajoissa erilaisissa 4H:n Skype-kokoontumisissa ja muissa menoissa, sillä välimatka Saarijärveltä Uuraisille kestää puoli tuntia. Kokoontumisiin on ollut kuitenkin aina mukava tulla, sillä FYW:läisillä on todella hyvä ilmapiiri! Tässä pöydän ääressä nyt kuitenkin tätä etätehtävää kirjoitan, jonka pitäisi tulla tulevaan FYW-teokseen,” sanoo Anttila.

10 Erilaiset viestintäväylät

Viestintäkanavat muuttuvat jatkuvasti ja niitä tulee koko ajan uusia. Tässä teoksessa ei käydä minäkään sovelluksen teknistä käyttämistä läpi. Kannattaa myös muistaa, että jo vuoden päästä voivat nyt nuorten käytössä olevat mediakanavat olla jo menneen talven lumia. Tärkeintä on pysyä ajan hermolla. Pitää jaksaa perehtyä siihen kanavaan, joka kulloinkin on hankkeen kohderyhmän suosiossa.

Hanke löytyy Facebookista nimellä Find Your Way -hanke ja Instagramista nimellä finyourwayhanke. Sivut jäävät talteen myös hankkeen päätyttyä. Sieltä pääset siis katsomaan tarkemmin minkälaisia julkaisuja kyseisiin kanaviin teimme. Seuraavassa on kerrottu tarkemmin kanavista, joita Find your way -hankkeessa käytettiin viestintään.

10.1 Facebook

Facebookiin luotiin hankkeen oma sivu, jota päivitettiin keskimäärin nelisen kertaa viikossa. Tärkeimmät julkaisut ja mainokset jaettiin myös Uuraisten 4H-yhdistyksen sivulle sekä Uuraisten Facebook-ryhmään. Uuraisten 4H:n FB-sivulle tehtiin myös yksittäisiä julkaisuja hankkeesta, ainakin kerran viikossa. Mikäli hankkeelle on luonut oman FB-sivun, on tärkeää, että sinne luo sellaista sisältöä, jota yhdistyksen FB-sivuilla ei ole. Mikäli kummallakin sivulla on samat julkaisut, ei ihmisille synny lisäarvoa hankkeen FB-sivun seuraamisesta.

Facebookiin on helppo ajastaa julkaisuja esimerkiksi kesäloman ajaksi. Näin sivu päivittyy tasaiseen tahtiin ilman viikkojen taukoja eli seuraajat pysyvät kuulolla ja tyytyväisinä. Facebookin kautta tavoittaa nuorten huoltajat ja sukulaiset, yhteistyökumppanit, rahoittajat sekä kuntalaiset. Se, että saa esimerkiksi nuorten huoltajat kiinnostumaan ja innostumaan tekemästään työstä, auttaa osaltaan nuorten tavoittamisessa sekä sitouttamisessa. Huoltajat monesti kertovat nuorille mitä ovat nähneet Facebookissa. Nuori on myös saattanut nähdä saman mainoksen jossain toisessa kanavassa. Mitä useampaa väylää pitkin nuorelle tulee tietoa jostakin asiasta, sen varmemmin se jää mieleen.

Huoltajien huomatessa hankkeen merkityksen, sitoo se myös nuoria toimintaa. Nuorten elämä murrosiässä on haasteita ja muutoksia täynnä. Jos nuori aikoo lopettaa hankkeessa syystä tai toisesta, vanhempien tuki ja kannustus jatkaa, voi auttaa nuorta jatkamaan hankkeessa. Näin myös kotiväki

on mukana sitouttamassa nuoria hankkeen toimintaan. Monta yhteydenottoa liittyen 4H-yrityksiin on myös tullut alun perin vanhemmilta.

Minkälaisia julkaisua Facebookiin sitten tehtiin Find Your Way -hankkeessa? Tärkeää on, ettei laita pelkästään mainoksia ja ilmoituksia vaan myös valokuvia toiminnasta ja tapahtumista. Suhde kannattaa olla, että mainoksia esimerkiksi 10% ja valokuvia tai videoita toiminnasta 90%. Kuvamateriaalilla saa sitoutettua yleisön, jolle aika-ajoin voi laittaa myös mainoksia. Yhdestä tapahtumasta voi helposti tehdä monta julkaisua. Otetaan esimerkiksi yksi nuorten tapaaminen. Yksi julkaisu tehtiin siitä, kun nuorille annettiin nuorisovaihdon kunniakirjat. Toinen julkaisu oli siitä, kun nuoret pelasivat vaihdosta tehtyä Kahoot -peliä. Kolmannen julkaisun kuvissa oli tarjoiluja ja nuoria tekemässä yksittäisiä asioita, kuten koristelemassa tilaa. Nuorisovaihtoviikosta taas sai helposti kaksikymmentä julkaisua, kuten nuorten vetämistä työpajoista, ruokailusta ravintolassa, sup -lautailusta, vaihdon majoituksesta, päivällinen perheissä -tapahtumasta, pop up -päivästä sekä yritysvierailusta Superparkiin. Kun jakaa tapahtuman kuvat useampaan julkaisuun, pysyy sivu elävänä.

Find Your Wayn FB-sivuille muodostui 150 ihmisen ryhmä. He reagoivat hyvin hankkeen julkaisuihin: tykkäsivät niistä, jakoivat ja kommentoivat niitä. Tykkääjät olivat sitoutuneita. Sitä kautta julkaisut näki myös moni heidän FB-kavereistaan. Mitä enemmän julkaisu saa tykkäyksiä, kommentteja tai jakoja, sitä useammalle FB-käyttäjälle se näkyy.

Raija Lähdesmäki kertoo, että alakoulun opettajana seuraa paikallisten oppilaiden juttuja. Hän haluaa tukea heitä myös somessa. Hän haluaa nähdä sekä "etäkokea" nuorten heittäytymistä, intoa sekä kehitystä. **Emilia Wacklin** työskentelee Uuraisten nuorten parissa terveydenhoitajana. Find Your Way -hanke kiinnostaa häntä, koska se on "ollut mahtava mahdollisuus kunnassa, jossa töitä ja harrastusmahdollisuuksia on nuorille melko vähän tarjolla". Wacklin kertoo seuranneensa eri 4H-yrityksiä ja onkin yrittänyt jakaa niistä tietoa myös muille. Hänen mielestä parasta hankeviestinnässä on ollut sen avoimuus, innostavuus sekä monipuolisuus. Emilia kertoo myös, että iloinen yhteishenki nuorten ja ohjaajien välillä on välittynyt Facebookin kuvista.

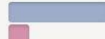
Kati Virtanen seuraa hanketta huoltajana. Hänen oma tyttärensä on mukana toiminnassa. Virtanen pitää eniten tilannekuvista, joista näkee, mitä nuoret ovat tehneet. Hänen mielestään nuorisovaihdon kuvia oli todella kiva katsoa. Viestinnän kautta saadaan jaettua nuorten kokemaa hanketta myös huoltajille. Jokainen ihminen pitää mielenkiintoisena kuulla, nähdä ja seurata tuntemiensa ihmisten tapahtumista. Sosiaalinen media on kuin ennen vanhaan kylissä käyminen ja kylän raitilla kuulumisten vaihtaminen. Ihminen pitää kasvoista. Kuvista haetaan aina onko niissä tuttuja. Sosiaalinen media sitouttaa vanhempia hankkeen toimintaa, joka on erittäin tärkeää.

Find Your Way -hankkeessa ei käytetty rahaa Facebookissa tai Instagramissa markkinointiin. Tätä ei koettu tarpeelliseksi. Facebookissa olisi voinut myös luoda tapahtumia tai järjestää kisoja. Landebuusti -hankkeen vetäjä Riikka Järvinen Äänekosken 4H-yhdistyksestä kertoo, että he ovat käyttäneet Facebookissa maksettua markkinointia kolmen eri tapahtuman markkinointiin. "Facebookista pystyi kätevästi tarkkailla, kuinka paljon enemmän ihmisiä FB-tapahtuma tavoitti ja kuinka monta tapahtumavastausta se sai, kun sen mainostamiseen pisti rahaa. Etenkin koko perheen tapahtumaa koskeva mainonta sai selvästi lisää huomiota Facebook-mainonnan avulla, koska niin moni vanhempi käyttää Facebookia. Mielestäni muutaman kymmenen euron käyttäminen FB-mainontaan on meillä ollut kannattavaa. Nyt panostaisimme Instagram-mainontaan, koska Instagramissa nuoria on enemmän kuin Facebookissa", kertoo Järvinen.

Toiminnanjohtaja Ritva Vallinkoski Jyväskylän 4H-yhdistyksestä kertoo, että he ovat käyttäneet tarkoituksenmukaisesti rahaa somemarkkinointiin sekä Facebookissa että Instagramissa etenkin kurssien sekä kerhojen mainostamisessa. Somemainosrahaa on käytetty myös silloin, jos ollaan

haluttu saada jollekin isommalle asialle näkyvyyttä. Tästä esimerkkinä toimii se, kun Jyväskylän 4H-yhdistyksen 4H-yrittäjä palkittiin vuoden yrittäjänä ja tämä haluttiin nostaa isomman yleisön tietoisuuteen.

Sosiaalisessa mediassa tulee muistaa myös yhteistyökumppanit sekä rahoittajat. Rahoittaja ja yhteistyökumppanit mahdollistavat hankkeen tarinan. Heidän kiittäminen sekä esiintuonti markkinoinnissa on erityisen tärkeää. Tätä voi tehdä esimerkiksi logojen avulla, mutta myös mainitsemalla eri tahot julkaisujen yhteydessä. Jokaisella rahoittajalla on myös omat säännöksensä siitä, miten rahoittajan tulee näkyä hanketoiminnassa. Nämä tulee huomioida tarkasti ja toimia ohjeiden mukaisesti.

14.03	 lisää asiakkaita			547		13	
7.6.2018 11.15	 Ah mitä herkkuja Kesäkahvilalla			456		98 34	
7.6.2018 9.55	 Näin upealta näyttää 4H-yritys			1,1K		303 64	
5.6.2018 13.59	 Kahden viikon päästä on Kallen ja Miron			928		132 19	
4.6.2018 14.55	 Kesäkahvilaa tehdään parhaillaan			906		109 37	
1.6.2018 13.32	 4H-yritys Tekevä Tenho on yksi kesän			87		8 4	
31.5.2018 9.36	 Aivan ihana kahvila Violalla Hirvasella!			392		279 39	
30.5.2018 13.10	 Tänään pääsimme osallistumaan			424		200 43	
30.5.2018 10.06	 Näissä upeissa Hietasaaren			85		14 8	
29.5.2018 12.21	 Sampo oli 4H:lla viime viikolla TET-			85		16 7	
25.5.2018 16.16	 Nuorten kanssa tutustumassa			84		13 7	
22.5.2018 19.41	 Oho! Huomasin juuri, että tekemämme 4H-			118		8 9	
22.5.2018 11.38	 Hankkeen aikana tehtyjen 4H-			736		12 7	

Kuva 26. Screenshot Find Your Way –hankkeen FB-sivujen julkaisujen statistiikoista. Keltaisella näkyy kuinka monta ihmistä julkaisu tavoitti, sinisellä kuin-ka moni klikkasi auki kyseisen julkaisun ja punaisella näkyy reaktioiden, kommenttien sekä jakojen määrä

Hankkeen Instagram-tilille laitettiin lähes päivittäin kuvia toiminnasta. Tilin voi myös halutessaan linkittää Facebookiin, jolloin kuvat menevät myös samalla toiseenkin kanavaan. Find Your Wayssa tätä toimintoa ei käytetty vaan Facebookiin ja Instagramiin tehtiin omat julkaisunsa. Instagramiin voi lisätä "hästägejä", joiden perusteella muut voivat löytää tilin. Find Your Way -hankkeessa hästägeinä käytettiin #uuraisten4h, #uurainen, #4hsuomi, #yrittäjyyskasvatus sekä #4hyritys.

Hännisen kommentit kertovat sosiaalisessa mediassa näkymisen tärkeydestä. Kun hanke ja yhdistys näkyvät ja kuuluvat somessa sekä nettisivut ovat ajan tasalla, syntyy ihmisille kuva, että toiminta on vireää. Jos sosiaalisen median kanavat eivät päivity tai niitä ei ole, syntyy helposti kuva, että toimintaa ei ole, eikä hankkeessa tapahdu mitään. Tällainen mielikuva voi ihmisille syntyä siis siitäkin



Saana Rokkamäki,¹⁶ ja **Ella Oksanen**,¹⁶ kertovat, että hankkeen ja yhdistyksen kuvateksteissä on usein jotain tärkeää, kun taas kavereiden teksteissä on usein vain biisien sanoja tai hästägejä tyylillä “finnishgirl”. Heidän mielestään on mukava katsoa kuvia niin tietää, mitä on tapahtunut vaikka itse ei olisi-kaan ollut paikan päällä. Parhaita kuvia ovat ne, joissa näkyy tuttuja. Rokkamäki kertoo, että katsoo somesta yleisesti mitä tapahtuu ja nettisivuilta käy lukemassa tarkempaa tietoa.



Kaisa Piesanen, 14 sekä **Kerttu Saksala**, 14 kertovat, että ”kuvista tulee raikas ja hyvä fiilis. Ne ovat erilaisia ja värikkäitä”. Heidän mielestään kuvien ei tarvitse olla liian hiottuja tai järjestelmäkameralla otettuja. He kertovat käyvänsä katsomassa hankkeen kaikki kuvat läpi noin kerran kuukaudessa. Hankkeen loppuvaiheessa moni hankenuori alkoi oma-aloitteisesti ja pyytämättä lähettämään esimerkiksi keikoiltaan kuvia tai lyhyitä videopätkiä hankkeen some-kanavissa julkaistavaksi. Tämä auttoi paljon hankkeen kuvallista viestintää.

10.3 Snapchat

Hankkeen ei tarvitse olla kaikissa sosiaalisen median kanavissa. Find Your Way -hanke ei ollut Snapchatissa hankkeen alusta lähtien. Silti viestintä nuorille on toiminut hyvin. Hankkeessa oli mukana kymmenittäin nuoria, joten viestintä on ollut riittävää. Kun Snapchat otettiin käyttöön, hanketta oli jäljellä vielä puoli vuotta. Yhdistyksen henkilökunnan palaverissa tuli puheeksi, kuinka paljon nuoret käyttävät ”snäppiä”. Yhdistyksessä päätettiin ottaa Snapchat sosiaalisen viestinnän välineeksi.

Snäpissä työntekijät esiintyivät omilla kasvoillaan ja tulivat sinne missä nuoret ovat. Perustoiminnat ja työntekijät tulevat näin hausalla tavalla tutuksi nuorille. Kun tullaan nuorille tutuksi snäpin kautta, uskaltavat nuoret paremmin tulla käymään toimistolla tai juttelemaan. Nuoret kokevat Facebookin viralliseksi kanavaksi, eikä Instagramkaan ole nuorille ensisijainen sosiaalisen median väline. Lisäksi Snäpissä voi kuvata hauskuuttelua, jota yleisö muissa kanavissa ei ehkä ymmärtäisi. Näin saadaan nuorten silmissä hauskojen tyyppien kuvan. Muutamassa päivässä Snapchat-kanavan videoita alkoi seuraamaan 40 nuorta. Kahdessa viikossa seuraajien määrä nousi 70:een nuoreen. Määrä on jatkanut kasvuaan sen jälkeen tasaiseen tahtiin ja uusia nuoria tulee seuraamaan kanavaa useita viikossa.

Snäpin avulla avautui uusi yhteys nuoriin ja oltiin ”päästy heidän maailmaansa”. Koulun käytävillä nuoret tulivat aiempaa paremmin juttelemaa ja kyselemään kuulumisia. Tuntui oudolta, että kaksi vuotta oli tehty onnistunutta hankeviestintää, mutta Snapchatin valmistelemattomien 15 sekunnin videoiden myötä nuorten mielenkiinto hanketta ja yhdistystä kohtaan nousi räjähdysmäisesti. Tästä voidaan tehdä se johtopäätös, että kannattaa kysyä hankkeen alussa nuorten käyttämät sosiaalisen median kanavat ja lähteä rohkeasti niihin mukaan. Yksi suurimmista syistä, jonka vuoksi yhdistys meni Snapchattiin, oli kun selvisi Instagramin seuraajien ikäjakauma. Tieto siitä, että seuraajina oli paljon enemmän aikuisia kuin nuoria oli yllättävää. Snäppi oli nuorten eniten käyttämä kanava.

Inkeri Kettunen pohtii ”Mielestäni oli hyvä idea, että yhdistys meni Snäppiin, koska se on nykyään paras keino tavoittaa nuoria. Melkein jokainen nuori käyttää sitä. Instagram on alkanut matkia Snapchatin Mystorya ja teki samanlaisen palvelun omaan kanavaansa. Sekin on ihan hyvä, mutta läheskään kaikki nuoret eivät käytä sitä. Snapchat on myös sen puolesta parempi kuin Instagram, että jälkimmäisessä tulee paljon kuvia ja niitä selaa nopeasti läpi. Snäpissä jää usein seuraamaan yhden käyttäjän Mystoryn kokonaan läpi. Kun Uuraisten 4H-yhdistys kuvaa useita 15 sekunnin videoita, kertyy niistä päivässä muutamia minuutteja. Tämän tarinan nuoret sitten katsovat, eli tulevat siis seuranneeksi yhtäjaksoisesti toimintaa useita minuutteja päivässä.”

Sofia Lapinoja oli iloinen kun yhdistys meni Snapchattiin. Hän kertoo, että käyttää kavereidensa kanssa yhteydenpitoon paljon enemmän Snäppiä kuin ”Wappia” eli Whatsappia. ”On tosi kiva seurata teitä, kun olette tuttuja ja haluan tietää teistä enemmän. Teistä saa myös oikean kuvan Snäpissä, koska siellä ei pysty esittämään muuta kuin mitä on oikeasti. On myös kiva nähdä millä tuulella

te olette. Pia on mulle tärkeä kun se ohjaa ja opastaa meitä. Eli haluan tietää Piasta enemmän ja nähdä 4H:n juttuja ”kulissien takaa”. Pia ja muut 4H:n työntekijät ovat tulleet mulle tutummiksi ja vieläkin läheisimmiksi kuin ennen Snäppiä. On mielenkiintoista nähdä monelta työntekijästä lähtevät kotoa töihin ja kuinka pitkiä päivät ovat. 4H:n snäpit on tosi hauskoja ja aina nauran niille, muistan niistä monet vielä kuukaudenkin jälkeen ja useat katson moneen kertaan. En seuraa bloggaajia tai tubettajia vaan pelkästään tuttuja somessa.”

Kaisa Piesanen ja Kerttu Saksala kehuvat yhdistyksen Snapchatiin menoa. He kertovat, että videot ovat mukavampia seurata kuin esimerkiksi Instagramin kuvat ja kuvatekstit. Nuoret kertovat katsojansa hauskimmat videot useaan kertaan. He katsovat ne usein koulussa välitunnilla ja kotona vielä rauhassa ilman melua. Heidän mielestään Snäppi on tällä hetkellä nuorten suosituin sovellus. Sisältö on nopeaa ja kiinnostavaa ja se on ehdoton ykkönen ”pikajutuissa”. Nuorten mielestä Whatsapp on melko virallinen viestintäkanava. Tämä on erittäin mielenkiintoinen seikka. Aikuiset ovat tottuneet, että sähköposti ja tekstiviestit ovat virallisia ja Whatsapp yksi niistä epävirallisimmista kanavista.

Osa nuorista ihmetteli yhdistyksen Snapchatiin menoa. 4H-yrittäjät Saana Rokkamäki ja Ella Oksanen olivat aluksi hämmentyneitä: ”Snäppi on sellainen, jossa vain kaverit laittelee juttuja. Instagram taas sellainen, jossa on myös yritysten ja yhdistysten tiedotuksia. Tuntui siis oudolta, että 4H meni Snäppiin. Ensin tuli tunne, että mitä ne yrittää ja mikä pointti tässä on. Tuli mieleen, että he aikovat laittaa sinne vain mainoksia. Mutta nyt kun olemme katsoneet videoita, niin niissä onkin rentoa menoa ja näkee kätevästi, että mitä työntekijöiden päivät pitävät sisällään. On myös hauska seurata mitä kaverit ja muut tutut nuoret tekevät 4H:n toiminnoissa. On ollut kiva, että myös nuoret ovat snäpänneet yhdistyksen tilillä. Snäppiin saa laitettua jotain sellaista, mitä ei Instagramin pysyviin julkaisuihin tulisi laittaneeksi.”

Myös **Henna Virtanen**, 15, ihmetteli yhdistyksen Snapchatiin menoa, koska ei ole törmännyt siellä muihin yhdistyksiin tai yrityksiin. Hän itse ei ole julkaissut Instagramiin enää puoleen vuoteen mitään, koska siitä on tullut niin ”jäykkä, virallinen, kuin toinen Facebook.” Vanhemmat ovat hänen mukaan vallanneet Instagramin ja siellä on hänen mielestään nurkkaan ahdistettu olo. Snäppi on Virtasen mukaan taas rento ja hauska, ”paikka, jossa ei tarvitse miettiä minkä kuvan julkaisee, koska se jää näkyviin vain tietyksi ajaksi”. Hän ei uskonut, että 4H sopisi Snapchatiin ja ajatteli, että yhdistys tulisi vain mainostamaan siellä. Virtanen on iloisesti yllättynyt, että työntekijät kuvaavat itseään ja näyttävät keitä ovat. Hän kertoo, että ulkopuolisesta saattaa kuulostaa oudolta, että hän seuraa Snäpissä ”jonkun toimiston arkea”. Hänen mielestä Uuraisten 4H:n työntekijät ovat kuitenkin hyviä sisällöntuottajia ja videoihin jää koukkuun.

Virtanen kuitenkin yllättyi kuullessaan, että videoita seuraa päivittäin yli 70 nuorta: ”Oho! Se on kyllä paljon, vaikka teillä onkin hyviä videoita! En olisi uskonut, että niin moni seuraa 4H:ta. 70 nuorta on puolet yläkoulun oppilaista”. Hän kertoo, että Snäpin myötä kokee 4H:n työntekijät helpommin lähestyttävänä ja sellaisina, joille uskaltaa jutella. Virtanen on myös kuullut nuorten puhuvan koulun käytävillä: ”Hei ootko kattonu 4H:n aamusnäpin? Seuraatko jo niitä?” Eli oppilaat ovat alkaneet jutella toisilleen nyt 4H:sta enemmän kuin ennen Snapchattia. Virtasen mielestä olisi hyvä jos useampikin nuorten parissa työskentelevä aikuinen liittyisi Snapchatiin.



Kuva 27. Sampo Muhonen tekemässä nuorisovaihdosta valokuvanäyttelyä.

Snapchattiin kuvatuilla videoilla oli myös yllättävä vaikutus työpaikalla. Melkein jokaiseen työpäivään mahtuu jokin hauska asia, jonka sai tarinallistettua Snapchattiin. Sen voi nähdä myös hyvin elokuvallisena kuvatessaan päivänmittaan askeleita esimerkiksi jonkin ongelman ratkaisemiseksi. Snäpin myötä työpaikalle tuli entistään enemmän rentoutta tekemiseen ja sen avulla saatiin tuotua yllättävän paljon iloa työpäiviin. Pieleen menneet työjutut pystyi kääntää voitoksi, koska niistä saadaan ainakin hauska snäppi!

Osa nuorista oli kehottanut Find Your Way -hanketta menemään Snapchattiin ennen sinne liittymistä. Neea Kalenius, 17, kirjoitti kesällä 2018: "Teidän kannattaisi saada hanke Snapchattiin, jossa näytettäisiin ryhmän sisäistä pelleilyä ja työntekoa, joka saisi muut innostumaan ryhmään kuulumisesta. Jos koko hankkeen mainontaan saataisiin lisää rentoutta, pelleilyt ja naurunremakat työntöön keskelle, useampi nuori kiinnostuisi ideasta ja tajuaisi, ettei hanke tai yhdistys olekaan niin mustaa valkoisella."

Inkeri Kettunen kertoo, että "Siitä on jo vuosia, kun Instagram oli nuorten kovassa suosiossa. Itseäni ei vanhempien meno kyseiseen kanavaan ole haitannut, mielestäni Snapchat vain on helpompi ja kätevämpi kanava. Mielestäni Uuraisten 4H:n Snäpissä toimii parhaiten se, että sitä pitävät yllä kaikki työntekijät. On hauskaa, että välillä näen mitä Pia tekee ja yhtäkkiä seuraavassa videossa näkyykin Anni. Tämä on mielenkiintoista ja erottaa kanavan kavereiden tarinoista". Inka Sivill, 16, kertoo, että 4H:n snäpit "piristävät päivää ja ne ovat todella hauskoja". Moni nuori kommentoi täysin samaa. Saara Perälän, 14, mielestä nuoret tavoittaa parhaiten Snapchatin avulla. Hänen mielestään 4H:n Snäppivideot ovat hauskoja, mieleenpainuvia ja niitä on mukava katsoa kavereiden kanssa.

Täytyy kuitenkin muistaa, että kaikki nuoret eivät ole Snapchatissa. Mikään kanava ei ole sellainen, josta tavoitaisi jokaisen nuoren. Hankkeen kannattaakin näkyä monessa eri kanavassa, jotta mahdollisimman moni tavoitaisi sen. Kanavia tulee kuitenkin ottaa vain sen verran käyttöön kuin pystyy päivittämään ahkerasti. Ihmiset eivät sitoudu sellaisten tilien seuraamiseen, jotka eivät päivity säännöllisesti ja tarpeeksi usein. Find Your Way -hankkeessa toimi hyvin kolmen kanavan säännöllinen ja yhtäaikainen käyttö.



4H-YRITTÄJIEN KAKKUHETKI

Yrittäjän päivänä eli keskiviikkona
5.9.2018 klo 15-17 välisenä aikana

Tavataan porukalla 4H:n toimistolla ja jutellaan miten meni kesä 4H-yrittäjänä ja mitä suunnitelmia on tällä hetkellä. Tarjolla ilmaisia herkuja koska juhlistamme Yrittäjän päivää! Voit olla paikalla pari minuuttia tai pari tuntia eli ihan miten itse haluat! :)



4H Uurainen



European maaseudun kehittämisen maatalousrahoitus: Euroopan investoi maaseutualueisiin

Myös yhdistysten työntekijöiden ja esimerkiksi hankekoordinaattoreiden tapaamisissa oli toki keskusteltu useaan kertaan Snapchatista. Moni oli miettinyt asiaa, mutta harva oli ottanut sen käyttöönsä. Jyvässeudun ja Laukaan 4H-yhdistysten hankekoordinaattori Elisa Kraft kertoo, että käytti Snapchattia hyvinkin paljon hankkeen alussa nuorten kanssa viestimiseen. Hän kuitenkin kertoo, että tämä todettiin lopulta huonoksi yhteydenpitokeinoksi. Viestit hävisivät nuorilta (tämä kuuluu Snapchatin periaatteisiin), jolloin kukaan ei muistanutkaan mitä oli sovittu ja mistä oli puhuttu. Tärkeiden viestien välittämiseen nuorille toimiikin Snapchatia paremmin WhatsApp.

10.4 WhatsApp

WhatsApp toimi Find Your Wayn aikana tärkeimpänä viestintäkanavana työntekijöiden sekä nuorten välillä. Hankkeelle luotiin oma ryhmä WhatsAppin. Myös yksittäisiä tapahtumia ja kursseja varten luotiin omat WhatsApp -ryhmät, joiden kautta pystyi muistuttamaan nuoria ja ilmoittamaan tärkeistä asioista. Ryhmien lisäksi hankenuoriin oltiin WhatsAppin välityksellä yhteydessä myös yksityisviesteillä. Hankkeissa, joiden kohderyhmänä ovat nuoret, on todella tärkeää, että saa nuorten puhelinnumerot. Numeroita saa esimerkiksi pitämällä hankeinfoja koululla ja pyytäen kiinnostuneita laittamaan nimen ja numeron ylös. Uusi tietosuojakäytäntö on tuonut jonkin verran muutoksia, joista tulee olla tietoinen ja muistaa nämä viestiessä nuorille. Nykyään täytyy esimerkiksi muistaa pyytää ensin nuoren lupa, ennen kuin lisää hänet ryhmään. Virallisesti WhatsAppin ikäraja on 16-vuotta, joka sekin tulee muistaa vaikka käytännössä suurin osa nuorista sitä käyttääkin.

WhatsApp toimii usein paljon paremmin, kuin esimerkiksi koulun ilmoitustaululla oleva mainos, jossa kehoitetaan kiinnostuneita nuoria ilmoittautumaan johonkin tapahtumaan. Harvoin nuorilta tulee viestiä tai ilmoittautumisia. Mutta kun on itse yhteydessä nuoriin päin, moni heistä ilmoittautuu mukaan. On kuitenkin tärkeää, että mainoksia on esillä esimerkiksi koululla ja sosiaalisessa mediassa. Kun tieto kurssista tulee nuorille useampaa reittiä pitkin, sitä todennäköisemmin se alkaa kiinnostamaan.

Hankasalmen 4H-yhdistyksen Back to Basics -hankkeen vetäjä **Nea Kukkonen** kertoo, että Hankasalmen nuorisopalvelut hallinnoi ryhmää. Sitä kautta voivat nuorten parissa työskentelevät laittaa tietoa esimerkiksi tulevista tapahtumista. Find Your Way -hankkeessa mukana ollut Sampo Muhonen, 16, kertoo, että ”Suurella osalla nuorista on myös kavereiden kanssa omia WhatsApp -ryhmiä. Ohjaaja voi pyytää vaikka jotain 4H-jäsentä mainostamaan omien kavereidensa ryhmissä joistain tärkeistä tapahtumista. Tätä kautta voi tavoittaa kymmeniäkin uusia nuoria”.

10.5 Face-to-face sekä puskaradio

Kaikista tärkeintä on kuitenkin nuorten tapaaminen kasvotusten sekä hanketyöntekijän antamalla ”kasvot” hankkeelle ja sen toiminnalle. Nuorten on helpompi tulla mukaan toimintaan, kun he yhdistävät sen johonkin henkilöön. Find Your Wayn koordinaattori tutustui nuoriin esimerkiksi koulussa, nuorisotalolla sekä 4H-yhdistyksen järjestämissä tapahtumissa. Hankkeen alussa hän vietti paljon aikaa välitunneilla jutellen nuorten kanssa ja kertoen samalla 4H-yhdistyksestä ja hankkeen tarjoamista mahdollisuuksista.

Find Your Way -hankkeessa mukana ollut Sampo Muhonen kertoo että: ”Nuorille kannattaa mennä puhumaan asioista henkilökohtaisesti, sillä kaikki heistä eivät vieraile esimerkiksi 4H:n nettisivuilla.

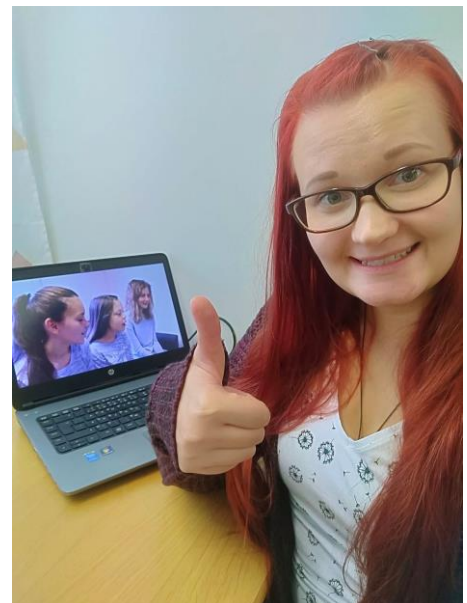
Nuorison saa tavoitettua yllättävän helposti. Heille kannattaa kuitenkin mennä puhumaan asioista suoraan ja mieluiten itse. Se antaa vaikutelman siitä, että asia on todella tärkeä.” Mitä enemmän hankkeen alussa jaksaa panostaa viestintään, sitä helpommin hanke alkaa ruokkia itse itseään ja ”puskaradio” alkaa toimia. Find Your Way -hankkeen loppupuolella ei enää tarvinnut käyttää aikaa 4H-yrittäjyydestä kertomiseen. Siitä kiinnostuneet nuoret ottivat itse yhteyttä yhdistykseen. He olivat kuulleet 4H-yrittäjyydestä esimerkiksi kavereiltaan tai isoveljeltään, joka oli perustanut oman yrityksensä vuotta aiemmin.

10.6 Youtube

Youtubeen laitettiin Find Your Wayn alussa esittelyvideo hankkeesta. Tilille laitettiin hankkeen aikana muutamia videoita esimerkiksi 4H-kesäyrittäjyydestä ja nuorisovaihtoista, mutta ei säännöllisesti. Kanavassa julkaistiin myös hankkeen aikana toteutettu uusi yrittäjyyskasvatuksen työkalu. Se koostuu viidestä noin viiden minuutin pituisesta videosta, joissa kerrotaan 4H-yrittämisen kaikki vaiheet. Videoissa esiintyvät lähes kaikki Uuraisten 4H-yhdistyksen 4H-yrittäjät. Videoita on näytetty esimerkiksi oppitunneilla kertoen 4H -kesäyrittäjyydestä hyvänä mahdollisuutena kesätyöllistää itsensä. Työkalun videoita on tällä hetkellä katsottu yhteensä yli 5500 kertaa ja ne on otettu käyttöön kymmenissä 4H-yhdistyksissä ympäri Suomea.



Kuva 28. YLE tekemässä juttua Keski-Suomen alueuutisiin Uuraisten 4H-kesäyrittäjistä.



Kuva 29. Hankevetäjä Sari Kämäräinen YEP -hankkeesta on näyttänyt FYW:n videosarjaa esimerkiksi 4H-yrityskursseilla. Kuva: Sari Kämäräinen.

10.7 Nettisivut

Yhdistyksen nettisivuille tehtiin erillinen sivu Find Your Way -hankkeelle. Sivustolle lisättiin hankkeen valokuvia, videoita ja esimerkiksi tapahtumakalenteri sekä rahoittajien logot. Nettisivuihin ei kuitenkaan panostettu niin paljon kuin some -kanaviin. Nettisivujen päivitys unohtuu helposti somepäivitysten alle. Nettisivut tulee kuitenkin pitää ajankohtaisina ja tarkistaa, ettei siellä ole vanhentunutta tietoa. Kun hankkeen sivu on päivitetty, antaa se hyvän kuvan siellä vieraileville ihmisille. Jokainen on varmasti joskus käynyt nettisivuilla, joista huomaa, ettei niitä ole päivitetty pitkään aikaan. Tämä antaa epäammattimaisen kuvan tahosta.

10.8 Sähköposti

Sähköpostin avulla pidettiin yhteyttä yhteistyökumppaneihin sekä huoltajiin. Jälkikäteen mietittynä sähköpostia olisi voinut käyttää myös nuorten kanssa viestimiseen joissain isommissa kokonaisuuksissa. Tämä olisi ollut nuorille hyvä keino opetella sähköpostin käyttöä. Moni nuori ei tunnu käyttävän sitä lainkaan, vaikka työelämässä se on todella tärkeä viestintäväline.

Huoltajiin oltiin tiiviimmin yhteydessä nuorisovaihtojen alla. Huoltajien toiveet viestinnästä olivat todella erilaisia. Osa toivoi, että he saisivat tietoa hankkeen asioista vaikka joka viikko. Osa heistä taas kertoi, että viestitulva on niin suurta nykypäivänä, että parasta olisi saada tieto vain tärkeimmistä asioista ja mahdollisimman lyhyesti kirjoitettuna - esimerkiksi ranskalaisin viivoin.

Huoltajille tiedottamisessa voi kokea onnistuneensa silloin, kun kukaan ei joudu kysymään mitään. Tällöin kaikki tärkeä tieto on todennäköisesti saavuttanut kohteensa tarpeeksi ajoissa. Kannattaa kuitenkin muistaa, että vaikka hanke on itselleen iso asia, on huoltajilla monta muutakin harrastusta ja muuta tahoa, joista tulee paljon viestejä. Huoltajille kannattaa kirjoittaa kaikista tärkeimmät tiedot ja nekin mahdollisimman lyhyesti ja ytimekkäästi. Ne huoltajat, jotka haluavat enemmän tietoa hankkeen toiminnoista, voivat seurata esimerkiksi somekanavia.

Kannattaa myös panostaa hankkeen sähköpostinimen luomiseen. Find Your Way -hankkeen fyw-hanke@gmail.com ei jäänyt ihmisillä mieleen ja hankkeesta tietämättömien oli haastava hahmottaa nimeä. Mahdollisesti vierasperäinen nimi voi aiheuttaa tämän, että nimi ja sähköpostiosoite on vaikeaa muistaa. Muutama huoltaja esimerkiksi kertoi luulleensa, että oli saanut roskapostia oudosta osoitteesta ja tuhosi sähköpostin. Moni ihminen myös laittoi hankekoordinaattorille tarkoitettua postia toiminnanjohtajan s-postiin kun ei muistanut hankkeen osoitetta. Sähköpostiosoitteessa olisi selkeyden vuoksi parempi olla hankekoordinaattorin nimi. Silloin osoite olisi selkein.

10.9 Sanomalehdet

Sanomalehti Keskisuomalaiseen otettiin usein yhteyttä ja pyydettiin tekemään hankkeen toiminnasta lehtijuttua. Lehteen kirjoitettiin myös valmiita tiedotteita. Valitettavasti koko hankkeen aikana ei saatu yhtään varsinaista juttua Keskisuomalaiseen. Hankkeessa hyödynnettiin kuitenkin kahta erilaista väylää tiedottaa toiminnasta Keskisuomalaisen kautta. Toinen näistä on ksml.menoinfo.fi, jonne voi ilmoittaa järjestämänsä tapahtuman. Osa näistä tapahtumista pääsee myös lehteen. Keskisuomalainen myös julkaisee yhdistysten tekemiä juttuja omasta toiminnastaan Meidän juttu -palstalla.

Tänne kirjoitettiin mm. nuorisovaihdosta, 4H-kesäyrittäjyydestä, Japanista saakka tulleista vieraista sekä nuorten 4H-yritys Kesäkahvilasta.

Uuraisilla ilmestyy yksi paikallinen sanomalehti PaikallisUutiset. Lehden toimittaja **Hanna Lahtinen** kertoo että: ”PaikallisUutiset -lehti on perinteistä printtimediaa edustava paikallislehti. Tilaa- jien keski-ikä on melko korkea, mikä ei tarkoita etteivätkö he olisi kiinnostuneita myös nuorten asioista, varsinkin kun, se tarjotaan heille tutussa formaatissa. Esimerkiksi 4H-yrittäjien palvelut koskettavat aivan kaikenikäisiä ja jotkut aivan erityisesti ikäihmisiä. Vaikka ollaan ajan hermolla, se ei saisi tarkoittaa kaiken perinteisen hylkäämistä ja sulkeutumista digitaaliseen some -kuplaan, vaan myös ei-digitaalisen median hyödyt kannattaa ottaa käyttöön.“

Näin on tapahtunut yhteistyössä, jota olemme muutaman lehtiliitteen tiimoilta Find Your Way –hankkeen kanssa tehneet. Sisällöntuottajina ovat toimineet nuoret ja ohjaajat, taittotyö on tehty toimituksessa. Yhteistyö on sujunut mutkattomasti ja tuonut myös lehdentekijöille tuoretta aineistoa ja näkökulmaa asioihin. Luonnollisesti paikallislehti uutisoi 4H:n toiminnasta muutenkin ja erityisesti hankkeista, koska ne ovat olennainen osa järjestön toimintaa nykyisin. Juttuvinkit ovat lehdelle aina erittäin tervetulleita. Yhdistyksen näkyvyys paikallislehdessä on hyvin pitkälti kiinni sen toimijoiden aktiivisuudesta myös tiedottamisessa. Hienokin asia saattaa jäädä huomiotta, jollei siitä vinkata. Näin ei onneksi usein tapahdu Uuraisilla, Lahtinen kertoo.

Pienellä paikkakunnalla verkostoituminen on helppoa ja myös välttämätöntä. Omissa pienissä poteroissa kapeakatseisesti toimimalla ei saa paljoa aikaan. Voimien yhdistäminen sen sijaan antaa jokaiselle osalliselle jopa enemmän kuin osiensa summan, toteaa Lahtinen.

PaikallisUutiset -lehden päätoimittaja **Lea Lerkkanen** kertoo kuinka ”Uuraisilla ilmestyy paikallislehti PaikallisUutiset on toteuttanut nelisivuisia lehtiliitteitä Uuraisten 4H-yhdistyksen Find Your Way -hankkeen kanssa. Ensimmäinen liite ilmestyi keväällä 2017 ja sen teemana oli 4H-yritystoiminta. Syksyllä 2017 lehtiliitteen teemana oli nuorisovaihto. Helmikuussa 2018 liitteen aiheena oli 4H:n toiminta yleensä, miten se on muuttunut ja mitä 4H-toiminta tänä päivänä on.

”Lehtiliitteen julkaiseminen nuorten itse kirjoittamien juttujen tiimoilta sopii hyvin paikallisen lehden ajatusmaailmaan ja toimintalinjoihin. Paikallislehti on nimensä mukaisesti paikallinen. Se haluaa tavoittaa alueensa kaikenikäiset lukijat, myös nuoret, vaikka nykypäivänä nuorten lehtien ja/tai uutisten käyttöliittymät ovatkin varsin usein toisenlaisia. Paikallislehti on kuitenkin journalistisesti toimitettu, oman seudun ihmisistä ja tapahtumista kertova lehti, jonka toivoisi olevan tärkeä myös nuorelle lukijalle”, Lerkkanen toteaa.

Lerkkanen kertoo, kuinka Find Your Way –hanke on merkittävällä tavalla aktivoinut paikkakunnan nuoria yrittäjähenkisyyteen, ylpeyteen omista juuristaan, yhteistyöhön ja rohkeisiin hyvän elämän askeliin. Paikallislehteen juttujen tekeminen ja niiden näkeminen julkistettuna, kaikkien luettavana, on osa tätä aktivointia ja kehitysprosessia, joka tekee paikkakuntamme nuorista osaavia ja uskaltavia aikuisia. PaikallisUutiset on mielihyvällä mukana tällaisessa toiminnassa sillä tavalla kuin pystyy.

Olemme PaikallisUutisissa julkaisseet kaikki 4H Find Your Way –liitteet maksutta eli tällä tavoin tukenneet hankkeen viestintäpyrkimyksiä. Vertailun vuoksi: jos joku muu (kaupallinen) taho haluaisi käyttää tiedottamiseensa lehtemme sivuja, niistä veloitettaisiin sivua kohden sovittu ilmoitustilahinta. Nuorten kirjoittama ja kuvaama liite katsottiin lehdessämme sisällöksi, ei ilmoitusliitteeksi. Tervetullutta, tuoretta sisältöä ne toden totta ovat olleetkin”, kertoo Lerkkanen.

11 Mainokset

Heti hankkeen alussa alettiin tekemään mainoksia ja erilaisia tiedotteita canva.com -nettisivujen avulla. Sivujen avulla saa nopeasti ja kätevästi tehtyä persoonallisia ja huomiota herättäviä graafisia tuotoksia. Kahden vuoden sisään moni 4H-yhdistys etenkin Keski-Suomessa on ottanut canva.com nettisivut hyötykäyttöön. Inkeri Kettunen kertoo, että mainoksista on tärkeää tehdä nuorten näköisiä. Hänen mielestään niillä voi luoda positiivisen ja innostavan kuvan hankkeesta sekä sen järjestämistä toiminnoista. Mainokset eivät hänen mielestään saa olla mustavalkoisia, koska silloin nuoret eivät kiinnitä niihin huomiota. Hänen mukaansa mainoksessa on hyvä olla mukana jokin kuva, eikä siinä ei saa olla liikaa tekstiä. Mainoksessa tulee olla sen verran tekstiä, että sen ehtii lukemaan muutamassa sekunnissa. Sofia Lapinoja, kertoo, että on todella tärkeää missä mainokset ovat esillä. Hän sanoo, että oppilaat eivät juurikaan katso koulun ilmoitustauluja. Hän ehdottaakin, että tärkeimmistä tapahtumista laittaa joksikin aikaa koulun oviin mainokset, jolloin niiltä ei voi välttyä.

Saana Rokkamäki ja Ella Oksanen kertovat, että värikkäät mainokset toimivat nuorille. Mikäli mainos on mustavalkoinen, haalea ja siinä on paljon tekstiä, ei se heidän mielestään innosta ketään nuorta katsomaan mainosta. Rokkamäki kertoo, että Uuraisten 4H-yhdistyksen mainokset ovat olleet mukavia, koska "niitä ei ole tehty samalla kaavalla". Hän kertoo, että mainoksia on ollut mukava katsoa, koska niistä huomaa, että niihin on panostettu ja jokainen on tehty tapahtuman tyylin mukaisesti. Rokkamäki arvostaa tätä eikä pitäisi esimerkiksi sellaisista mainoksista, jotka on tehty valmiille pohjalle.

12 Kuluuko somettamiseen liikaa aikaa?

Somettamiseen ja viestintään saa halutessaan uppoamaan vaikka koko työajan. Kovan innostuksen iskiessä tuleekin muistaa, että hankekoordinaattori on palkattu nimenomaan koordinoimaan koko hanketta. Häntä ei ole palkattu tiedottajaksi. Viestintään tuleekin käyttää aikaa sen verran kuin se on järkevää ja mahdollista. Kaikki muutkin työtehtävät pitää ehtiä tehdä - ja mikä tärkeintä, pitää olla aikaa olla nuorten kanssa. Monesti somettaminen on kuitenkin edellytys sille, että nuoria ylipäättään saadaan mukaan hankkeeseen. Tämän vuoksi viestintää tulee tehdä ahkerasti ja siihen pitää panostaa. Kolmen somekanavan yhtäaikainen käyttö (Facebook, Instagram sekä Snapchat) muodostui sopivaksi määräksi Find Your Way -hankkeessa, jossa koordinaattorilla oli 100% työaika. Kanavia tulee olla käytössä sen verran, että niitä ehtii aktiivisesti päivittämään ja pitämään yllä.

Itse somejulkaisujen tekoon ei kulu montaakaan minuuttia aikaa. Se, miten someen saa huomaa-matta tuhlattua liikaa aikaa ja minkä vuoksi se usein nähdäänkin turhana "aikasyöppönä" on jatkuva "tilannekatsaaminen". Monesti ihmiset käyvät huomaamattaan useita kertoja päivässä, jopa tunnissa, katsomassa kuinka monta tykkäystä, kommenttia tai jakoa julkaisu on saanut aikaiseksi. Tähän saa kulumaan paljon aikaa. Mikäli kuitenkin laittaa esimerkiksi Instagramiin kuvan, muokkaa sitä nopeasti ja kirjoittaa pari lausetta hästägeineen, voi tämän tehdä alle kahdessa minuutissa. Aikaa ei siis niinkään kulu liikaa itse somejulkaisujen tekoon, vaan siihen että someen jäädään jatkuvasti seuraamaan tilannetta. Find Your Way -hankkeessa toimivaksi tyyliksi muodostui somejulkaisujen teko aamulla ensimmäisen tunnin aikana, jolloin koko loppupäivä jäi muille työtehtäville. Facebookiin

voi myös helposti ajastaa vaikka viikon julkaisut kerralla. Tämäkin voi lyhentää somettamiseen kuuluvaa aikaa.

Sosiaaliseen mediaan kannattaa lähteä mukaan. Kannattaa kannustaa kaikkia yhdistyksen työntekijöitä mukaan somemarkkinointiin. Pakottaminen ei toimi, vaan kannustus. Tärkeäksi osoittaminen, toistot ja stemppaus, voivat saada vastahankoisimmankin työntekijän mukaan sosiaaliseen mediaan. Usein puhutaan työpaikoilla, kuinka sosiaalisessa mediassa käytetään työaikaa väärin. Se voi olla mahdollista. Mutta silloin on jo jokin muu perusasia pielessä. Tuikkasen mukaan kaikki perustuu luottamukseen. On kaiken perusta, että esimies voi luottaa alaisiin ja on hänen tehtävä osaltaan olla luomassa hyvää luottamussuhdetta. Kun voi luottaa työntekijöihin, hommat sujuvat. Palo tehdä hyvää nuorisotyötä vaatii somessa esillä oloa. Se on tätä päivää.

13 Nuorten esiintyminen videoissa ja valokuvissa

Kaikista toimivinta hankkeen valokuvissa on se, kun lapset ja nuoret näkyvät niissä omilla kasvoiltaan. Ihminen on sosiaalinen, joka tykkää katsoa kaltaisiaan. Valokuvat, joissa näkyy kasvoja kiinnostavat seuraajia eniten. Hankkeen aikana sekä nuoret, huoltajat, että yhteistyökumppanit kertoivat, että heidän mielestään on mukava katsoa kuvia, joissa näkyy tuttuja kasvoja. Find Your Way -hankkeessa ei käytetty valokuvia erilaisista valmiista materiaaalipankeista, vaan kaikki valokuvattiin hankkeen aikana. Tämä oli myös yksi syy hankkeen onnistuneeseen markkinointiin.

13.1 Miten nuoret saa esiintymään omilla kasvoillaan?

Monet ovat kysyneet, miten Find Your Way -hankkeessa saatiin niin moni nuori esiintymään valokuvissa ja etenkin videoissa. Osaltaan tähän vaikutti varmasti se, että nuorten ja hanketyöntekijöiden välille syntyi vahva luottamussuhde.

Pihla Muhonen,¹⁴ halusi esiintyä hankkeen videoissa koska halusi tuoda ilmi, että “valokuvaaminen on hauska ja positiivinen asia.” Hän halusi kertoa muille nuorille, että omasta harrastuksesta voi tehdä työn ja että “kannattaa rohkeasti tehdä omaa juttua”.

Ilari Korhonen,¹⁵ kertoo, että halusi esiintyä videolla, jotta saisi lisää näkyvyyttä sekä asiakkaita 4H-yritykselleen. Hänellä on yritys, jossa hän soittaa harmonikkaa erilaisissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa. Ilari kertoo, että on esiintynyt aiemminkin esimerkiksi uutisissa, eikä jännittänyt kuvausta tai miettinyt kehtaako olla kameran edessä. Hän kertoo, että osa kavereista on huomannut hänet 4H-yritysvideoissa, mutta kukaan ei ole kommentoinut tätä sen suuremmin.

Sofia Lapinoja kertoo, että halusi esiintyä videolla, jotta hänen kavereidensa kanssa perustama 4H-yritys Kesäkahvila saisi paljon asiakkaita. Hän halusi, että ihmiset näkevät minkälaisia nuoria on pitämässä kahvilaa.

Kaisa Piesanen kertoo, että halusi videoprojektilla kaikille ryhmän nuorille positiivista näkyvyyttä. Hän kertoo, että videosarja oli hauska projekti.

Kerttu Saksala kertoo, että halusi mukaan, koska ei ole aiemmin ollut kuvattuna ja halusi uudenlaisen kokemuksen.

Teemu Laitisen, 17, mukaan lähes kaikenlainen kuuluisuus on hyvästä. Kun toimii ja on aktiivisesti mukana tämäntyyppisessä toiminnassa, moni asia voi helpottua. Esimerkiksi minun voi olla helpompi saada kesätöitä Uuraisilta, jos työnantajani on nähnyt minun esiintyvän videossa ja kertovan yrityksestäni. Tämä voi helpottaa myös myöhempää työnhakua, koska voin osoittaa aktiivisuuteni ja 4H-yrittäjyydestäni. Olen sitä mieltä, että pieni heittäytyminen ja rohkeasti mukaan meneminen ovat parhaita vinkkejä menestyä ja kokea uusia, hienoja asioita. Minulla on vahva itseluottamus ja luotan omiin kykyihini. Tämän ansiosta uskallan osallistua erilaisiin asioihin. Ja mitä oman nimen käyttöön videoissa tulee niin mielestäni jos tekee jotain, eikä uskalla tai halua käyttää omaa nimeään, voi sen jättää tekemättä. Omalla nimellä todistetaan, että pysyy tekemisensä takana ja on valmis ottamaan vastaan mahdollisen kiitoksen tai kritiikin.”

Suurin osa nuorista suhtautui todella positiivisesti videoissa ja valokuvissa esiintymiseen. Ketään yläkoululaista nuorta ei jostain syystä kuitenkaan saatu näyttämään videoissa eli esiintymään muuna kuin omana itsenään. Videoprojektin kannalta oli kuitenkin tärkeää, että siinä näyteltäisiin



Kuva 31. 4H-yrittäjä Teemu Laitinen vetämässä yrityksensä parkour-leiriä. Leiri toteutettiin sekä sisällä että ulkona.



Kuva 32. 4H-yrittäjä Iida Pasanen pesi 4H-yrityksessään ikkunoita. Töitä oli tarjolla enemmän kuin ehti ottaa vastaan. Iida esiintyi myös hankkeen videosarjassa.

nuoria, joiden taivalta 4H-yrittäjiksi seurattaisiin. Ratkaisu ongelmaan löytyi yllättävällä tavalla kuten moni muukin asia. Eräs nuori ja hänen äitinsä tulivat 4H:n toimistolle, koska poika oli kiinnostunut perustamaan 4H-yrityksen. 4H-yrittäjyydestä kerrottiin heille ja samalla monesta muustakin Find Your Way -hankkeeseen liittyvästä asiasta. Selvisi, että pojan sisko pitää näyttelemisestä ja onkin mukana harrastajateatterissa. Hän oli kuitenkin vasta 12-vuotias. Näyttelijöiksi ei oltu kysytty alakoululaisia, koska alle 13-vuotiaat eivät voi perustaa 4H-yritystä. Kuudesluokkalaiset **Ella Nieminen** ja hänen kaksi kaveriaan, **Veera Taipale** sekä **Iida Lehtinen**, innostuivat näyttelemään videoissa. Vuoden ikäeroa ei juurikaan huomaa tässä vaiheessa ihmisen kasvua ja on hyvin luonnollista että jo 12-vuotias alkaa pohtimaan oman 4H-yrityksen perustamista.

Ella, Veera ja Iida kertovat, että lähtivät projektiin koska se kuulosti mielenkiintoiselta. He tykkäävät näyttelemisestä ja ovatkin tehneet koulussa useita erilaisia näytelmiä. Heidän mielestään parasta projektissa oli se, kun he pääsivät yhtenä päivänä näyttelemään Hepokuuselan hevostallille. Mukavaa oli myös yhdessä tekeminen, eväät kuvauksissa sekä rento ilmapiiri. Vaikeinta oli naurun pidättäminen sekä vuorosanojen muistaminen. Nuoret ovat haastattelun aikana siirtyneet jo yläkouluun. He kertovat nyt, että eivät enää tämän ikäisinä lähtisi näyttelemään videoihin.

13.2 Kuvausluvut

Kuvausluvut tulee olla kunnossa. Tässä auttaa se, että hankkeella on yksi nuortenryhmä, joka osallistuu moneen toimintaan. Kun on kerran nähnyt vaivan ja hankkinut kaikkien nuorten huoltajilta kuvausluvut, helpottaa se tekemistä paljon. Pääasiassa hankkeen somekanavissa on näkynyt nuorten ryhmän kuvia. Huoltajien lisäksi tulee kuvauslupa pyytää myös nuorilta itseltään. Asia, joka opittiin kantapään kautta on, että nuorilta pitää kysyä jokaisen kuvan kohdalla lupa julkaisuun. Ei siis riitä, että heiltä kysyy hankkeen alussa, että onko heitä ok kuvata. Yksi hankenuorista suuttui, kun hänestä oli laitettu kuva hankkeen Instagramiin. Asiaa ihmeteltiin, koska olihan häneltä kuitenkin kysytty kuvauslupa jo kauan sitten. Nuori kuitenkin selitti, että kyseinen kuva olisi pitänyt erikseen näyttää hänelle ja kysyä saako sitä kuvaa käyttää.



Kuva 33. Nuoret pelaamassa nuorisovaihdosta tehtyä Kahoottia Find Your Wayn viikkotapaamisissa. Kuva: Heikki Eloranta.

Pikkuhiljaa alettiin ymmärtämään, että nuorille nämä asiat ovat paljon isompia kuin aikuinen ehkä tulee ajatelleeksi. Tämän tilanteen jälkeen julkaistavat kuvat lähetettiinkin nuorille aina WhatsAppin

välityksellä kysyen lupaa julkaisuun. Näin kaikki olivat tyytyväisiä ja nuoret hyväksyivätkin 99% kaikista kuvista. Merkittäväntä on, että nuoret tulevat kuulluiksi ja kukapa tahtoo itsestä kuvia nettiin ilman, että näkee ne ensin. Lupien kysymisestä tuli rutiininomaista ja melko nopeaa, eikä siitä koitunut ongelmia.

Kuvausluvat kannattaa hoitaa kirjallisesti mahdollisimman pian, mielellään ennen kuvauksien alkamista. Hankkeen videoprojektissa esiintyviltä nuorilta ei pyydetty kirjallista kuvauslupaa samalla, kun heitä oli kuvattu ja näytetty materiaali. Videoiden editointiin meni muiden töiden ohella puolisen vuotta aikaa. Kun nuorilta sitten pyydettiin luvat videoiden julkaisuun, eivät kaikki enää tähän suostuneetkaan. Osa nuoren mielipide oli jo muuttunut ja osa koki näyttävänsä videoissa esimerkiksi liian lapselliselta. Kuvauksiin oli käytetty todella paljon aikaa. Videopätkien pois jättäminen harmitti paljon ja siihen mennyt aika oli hukkaan heitetty.

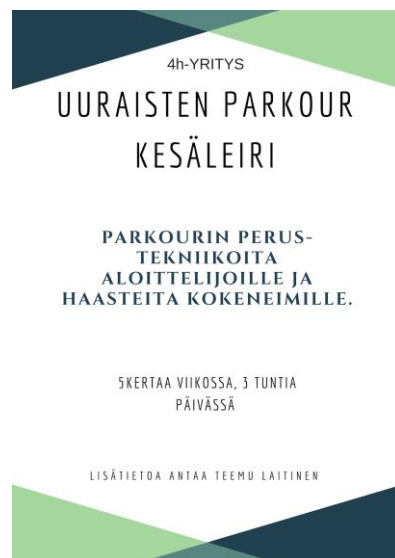
13.3 Viestintää nuorilta nuorille

Find Your Way -hankkeessa toteutettiin melko vähän viestintää ”nuorilta nuorille” vain vähän. Nuorilta nuorille -viestintä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että nuoret valokuvaavat toimintaa, tekevät somepostauksia tai kirjoittavat hankkeesta. Toimintatapaa toteutettiin lehdistöliitteiden sekä hankkeen videoprojektin muodossa ja Snapchattissa. Viestintää nuorilta nuorille olisi voinut olla paljon enemmän koko hankkeen ajan. Esimerkiksi nuorisovaihtoissa olisi voinut antaa järjestelmäkameran nuorten käyttöön viikoksi ja he olisivat päässeet valokuvaamaan vaihtoa omasta näkökulmastaan.

Melko harva nuori innostui hankkeen aikana julkaisemaan hankkeen sosiaaliseen mediaan valokuvia, videoita tai tekstejä. Vain pari nuorta kuvasi Snapchat -kanavaan materiaalia. **Viola Huotari, 14**, oli yksi näistä nuorista. Huotari kertoo, että kuvaaminen ei jännittänyt tai nolottanut häntä. Hän kuitenkin kertoo, että todella harva



Kuva 34. Tuukka Humalajoki kuvaamassa Viola Huotaria Uuraisten 4H-yhdistyksen Snapchat -kanavalle.



nuori suostuisi tähän. Hänen mielestään tämä johtuu siitä, että monella nuorella ei ole vielä tarpeeksi itsevarmuutta tehdä jotakin tällaista ja he pelkäävät, mitä muut hänestä ajattelevat.

Osa nuorista innostui hankkeen alussa Find Your Way- eli FYW-lehden tekemisestä nuorilta nuorille tyyliisesti. Tämä jäi kuitenkin alkuintostuksen tasolle, eikä tästä syntynyt valmista tuotosta. Osa-syynä oli varmaan se, että lehden teosta kiinnostuneet olivat nuoria, jotka ovat jo ”kaikessa” mukana, eikä heillä lopulta riittänyt aikaa toteuttaa uutta projektia. Lehteä kuitenkin ehdittiin suunnitella jonkin verran. Se olisi ollut luettavissa esimerkiksi yläkoululla. Nuoret olisivat päässeet kirjoittamaan siihen heitä kiinnostavista asioista. Lehdessä olisi ollut myös juttuja hankkeesta, nuorisovaihdosta sekä 4H-yrittäjyydestä. Lehden taittamiseen olisi voinut käyttää hankkeen markkinointiin varattua rahaa.

Nuorilla on erilaisia mielipiteitä siitä, onko viestintä nuorilta nuorille -menetelmällä tärkeää vai ei. Pihla Muhonen sekä **Alex Kemppainen**,¹³ kertovat, että olisi hyvä jos hankkeen somekanavissa nuoret kuvaisivat toimintaa. He kaipaisivat tätä etenkin Snapchattiin lisää. Heidän mielestä olisi hienoa, jos nuoria näkyisi muutenkin enemmän Snapchatin videoissa. Parasta olisi jos tilillä olisi sekä aikuisten kuvaamia videoita itsestään, aikuisten kuvaamia videoita nuorista sekä nuorten itsensä kuvaamia videoita.

Inkeri Kettunen kertoo, että ei ole välttämätöntä että nuoret viestivät nuorille. Hänen mielestään on parempi, että ohjaaja hoitaa somejulkaisujen teon. Hän kertoo, että hyvin harva nuori haluaa itse kuvata videoita, mutta suostuu kuitenkin näkymään ohjaajien kuvaamissa videoissa ja valokuvissa. Kettusen mielestä sillä ei ole merkitystä kertooko hankekoordinaattori tai nuori jonkun hankkeessa tapahtuneen asian ”Aikuisilla saattaa olla virheellisesti käsitys siitä, että nuorilta nuorille tapahtuva viestintä/tiedottaminen olisi ainoa mitä tarvitaan, jotta saadaan nuoret vakuuttumaan toiminnan mielekkyydestä. Sen lisäksi tarvitaan vielä innostuneita, nuorille tutuksi itsensä tehneitä aikuisia ohjaajia sekä laadukasta ja nuorten näköistä markkinointimateriaalia, jossa esiintyy myös nuoria. Yhdessä nämä ovat onnistumisen resepti”, kommentoi Robo- hankkeen koordinaattori Heikki Eloranta.

14 Hankkeen vaikutus valtakunnallisesti – Find Your Wayn videoprojekti

Hankkeen aikana tuli toteuttaa hankesuunnitelman mukaisesti uusi yrittäjyyskasvatuksen työkalu. Jo hyvin varhaisessa vaiheessa päätettiin, että tämä tehdään videomuotoisesti. Kolmenkymmenen uuraislaisen nuoren kanssa toteutettiin viiden videon sarja, joka julkaistiin Youtubessa. Kukin video on noin viiden minuutin pituinen.

Projektissa mukana ollut Teemu Laitinen kertoo videosarjaprojektista: ”Projektin tarkoituksena oli rohkaista nuoria toteuttamaan itseään ja että nuoret oppisivat asioita liittyen markkinointiin ja budjetointiin, sekä yrittäjän vastuisiin sekä velvollisuuksiin. Tämä oli puolitoistavuotinen projekti. Projektissa tehdyt viisi videota ovat opetusvideoita, joissa esiintyy Uuraisten 4H-yrittäjiä. Videot kulkevat



Kuva 35. Ilari Korhonen esiintyi hankkeen videosarjassa. Hän on esiintynyt useiden vuosien ajan soittaen harmonikkaa.

käsikirjoituksen mukaan ja niissä on selvä juoni. Videoissa 4H- yrittäjät kertovat omia huomioitaan ja kokemuksiaan. Videoissa tulee myös esille yrittäjyyteen ja rahan käyttöön liittyvää termistöä, kuten mitä eroa on yrityksen tuotolla ja voitolla sekä mitä tarkoittavat kiinteät kulut.”

Videosarja on otettu käyttöön useassa 4H-yhdistyksessä ympäri Suomea. Heli Kuha Lumijoen 4H-yhdistyksen Nuoret yrittäjät -hankkeesta kommentoi: ”Videot ovat sopivan pituisia koulutuskäyttöön, nuoret niissä reippaita, videot selkeitä ja niissä on hyvä äänenlaatu. Olen käyttänyt videoita yrityskoulutuksissa sekä nuorten yritysohjauksessa. Nuoret ovat katselleet videoita kiinnostuneina. Mukava, että videoissa on erilaisia yrityksiä ja ”mopopoijat” olivat plussaa, se herätteli meidän yrityskurssin poikia. Hieno ja tarpeellinen videosarja.”

Länsi-Saimaan 4H-yhdistysten toiminnanjohtaja **Merja Kuukka** kertoo, että ”Videosarja on hyödyllinen. Videoiden pituus on sopiva ja nuoret niissä hyvin aitoja. Ehkä toisen asteen opiskelijoita ajatellen videolla esiintyvät nuoret ovat vähän liian nuoria, mutta muuten videot ovat kyllä toimineet myös siinäkin ikäluokassa. Olen hyödyntänyt videoita kouluvierailuissa, joissa olen luokkakohtaisesti käynyt esittelemässä 4H-yrittäjyyttä harrastusvaihtoehtona. Katsojat ovat pääasiassa suhtautuneet videoihin hyvin. Olen nyt jo toista sykstä hyödyntänyt videoita.”

Suomen 4H-liiton kehityspäällikkö **Hilkka Näse** näkee, että: ”Find Your Way -hanke esittelee nuoria ja heidän tarinoitaan rehellisellä tavalla. Myös hankkeen



Kuva 36. Eeva-Maria Leppänen sekä Annikki Marjamaa esiintyivät videosarjassa. Eeva-Maria on 4H-yrittäjänä mm. pessyt ikkunoita sekä avustanut ikäihmisiä tietokoneen käytössä.

tuloksista olen saanut tietoa säännöllisesti ja olen tuloksista kovin vaikuttunut. Videot ovat hyvin toteutettuja. Mukavaa on se, että niissä nuoret ovat isossa roolissa mukana. Käyttötarkoituksena näen ensisijaisesti koulutukset. Jonkin verran videoita voi käyttää toiminnan esittelyyn, tilaisuudesta riippuen. Itse olen suositellut FYW-hanketta monille. FYW on erinomainen esimerkki hankkeesta, jossa on yhdistetty eri asioita luontevasti (yrittäjyyttä, kansainvälisyyttä ja mediaa). Olen ottanut videot käyttöön omissa koulutuksissani, joiden kohderyhmänä ovat 4H-yhdistysten toimihenkilöt”, kertoo Näse.

Tieto videosarjasta saatiin esille myös 4H-liiton Intranetin etusivulle. Tämän vuoksi kaikkien 4H-yhdistysten toimihenkilöt pystyivät saada tiedon videoista. Tästä menevät kiitokset Suomen 4H-liiton viestintäpäällikkö **Terhi Käkelälle**. Hän kommentoi Find Your Wayta “erinomaiseksi esimerkiksi 4H-hankkeesta, jossa on toteuttamisen lisäksi suunniteltu viestinnälliset toimenpiteet. Hankkeen koordinaattori Kautto teki hankkeessa toteutetut asiat näkyväksi monikanavaisella viestinnällä. Viestintä on ollut vaikuttavaa, sillä hankkeen avulla toteutetuista asioista ovat kuulleet niin 4H:laiset eri puolilla Suomea, kuin myös muut yrittäjyyskasvatuksen parissa toimivat henkilöt. Find Your Way -hankkeessa toteutetut videot ovat erittäin hyvä yrittäjyyskasvatuksen työkalu. Videoita voivat käyttää eri toimijat monenlaisissa yrittäjyyskasvatuksen opetustilanteissa. Ne rakentavat positiivista ja todellista kuvaa 4H-yrittäjyydestä nuorille ja aikuisille. Hankkeen avulla toteutetut videot ja niistä viestiminen nostettiin viestinnälliseksi esimerkiksi muun muassa Maaseutuohjelman viestintäverkostossa. Videot ja hankkeen viestintä nostettiin esille myös Leader Keski-Suomen internetsivuilla. Useat 4H-yhdistysten toiminnanjohtajat ovat todenneet, että videoiden avulla he pystyvät helposti kertomaan 4H-yrittäjyydestä. Tulen itse käyttämään hanketta oivallisena hankeviestinnän esimerkkinä 4H:ssa.”



Kuva 37. Iida Nieminen, Veera Taipale sekä Ella Oksanen näyttelivät videosarjassa nuoria, jotka päättävät perustaa hevosten hoitamiseen erikoistuneen 4H-yrityksen. Videoita kuvattiin Uuraisilla mm. Koulukeskuksella sekä Hepo-kuusela -tilalla.

Videotyökalu on otettu käyttöön myös esimerkiksi useassa keskisuomalaisessa lukiossa. Videot on ottanut käyttöönsä esimerkiksi Lukiosta käytännön taitajia -hanke. Hankkeen juuret juontavat Kars-tulaan, missä lukio ja yrittäjät alkoivat pohtia keinoja joilla saataisiin työelämä integroitua paremmin lukio-opintoihin. Hankkeessa ovat mukana Kinnulan, Karstulan, Pihtiputaan ja Viitasaaren lukiot, Witas Oy ja Kehittämisyhtiö Karstulanseutu. Yritystyökalun videot on otettu käyttöön osana kyseisten lukioiden yrittäjyyskasvatuksen kurssikokonaisuutta. Valinnaiset kurssit käsittelevät laajasti työelä-mää ja yrittäjyyttä. Oppiminen tapahtuu pääsääntöisesti muualla kuin perinteisesti luokassa luentoja kuunnellen. Kurssien toteutuksessa paneudutaan kokemisen ja tekemisen kautta oppimiseen.

Hankkeen projektipäällikkö **Heli Hjelmeroos-Haapasalo** kertoo, että Uuraisten 4H-yhdistyksen net-tisivut ja videot tulivat tutuiksi heidän hankealueensa paikallisen 4H:n sekä yhteistyökuvioiden kautta. Etsiessään yrittäjyyteen kasvattavaa ja innostavaa materiaalia, löysi hän hankkeen ”kivasti toteutetun, nuorilta-nuorille -videosarjan. Mukavat videot sopivat hyvin heidän kurssimateriaalin hen-keen ja tarkoitukseen.” Hjelmeroos-Haapasalo kertoo, että he ovat saaneet positiivista palautetta lukiolaisille suunnatusta videokuvallista materiaalia hyväksikäyttävästä kurssista. Tällä tavalla oppi-minen onkin koettu mukavaksi. Heli suosittelee lukioille sekä myös ala- ja yläkouluihin videosarjaa yrittäjyysasioiden avaamiseen.

15 Miksi Find Your Way-hanke onnistui?

- ♥ Uuraisilla on melko vähän harrastusmahdollisuuksia nuorille. Find Your Way -hanke tuli so-pivaan tilanteeseen tarjoamaan nuorille tärkeää ja mielekästä tekemistä vapaa-ajalle.
- ♥ Toimiston sijainti suhteessa yläkouluun. Uuraisten Koulukeskuksen ja Uuraisten 4H-yhdis-tyksen välillä on vain parisataa metriä. Nuorten on erittäin helppo tulla mukaan toimintaan ja kävellä suoraan toimistolle koulupäivän päätteeksi.
- ♥ Hankkeesta kertominen nuorille jo ennen kuin he ovat sen kohderyhmänä. Find Your Waysta käytiin kertomassa aina lukukauden päätteeksi 6.-luokkalaisille oppilaille. Näin heillä oli aikaa pohtia hanketta kesän aikana ja osa heistä lähtikin 7. -luokan alussa osaksi toimintaa.
- ♥ Nuorten ottaminen mukaan hankkeen suunnitteluun.
- ♥ Erilaisten kurssien järjestäminen ilmaiseksi hankkeen nuorille. Find Your Wayn nuorille jär-jestettiin useita erilaisia kursseja kuten koiranhoito-, lastenhoito-, 4H-yritys, leivonta-, karkin-valmistus-, hätäensiapu- ja hygieniapassikurssi.



Kuva 38. Tuukka Humalajoki koiranhoitokurssilla. Kurssi toteutettiin yhteistyössä Hankasalmen 4H-yhdistyksen kanssa. Kurssi toteutettiin kahtena päivänä.



Kuva 39. Saara Perälä Uuraisten Marttojen vetämällä leivontakurssilla. Kurssi oli kaksiosainen. Ensimmäisellä kerralla leivottiin makeita ja toisella kerralla suolaisia herkuja.

- ♥ Joustavuus tekemisessä, omien kontaktien käyttö sekä yrittäjämäinen työote. Ilman hankehenkilökunnan paloa työhön ja hankkeeseen, ei Find Your Waystä olisi tullut menestystarinaa. Niin hankekoordinaattori Kautto kuin hankkeen projektipäällikkö Tuikkanen tekivät hanketta täysillä. Tuikkanen käytti omia kontakteja nuorisovaihdon partnerin etsimisessä. Molemmat niin Kautto kuin Tuikkanen tapasivat nuorisovaihdon partnereita omilla lomamatkoilla. Yksi tärkeä osa onnistunutta nuorisovaihtoa on partnerimaan leadereiden tapaaminen henkilökohtaisesti. Silloin ihmissuhde alkaa konkreettisesti. Opit tuntemaan minkälaisen ihmisten kanssa toimit. Tapaamisessa saa hyvän kuvan tulevasta nuorisovaihdosta. On erityisen tärkeää onnistuneen nuorisovaihdon luomisessa, että suhde partnerimaan ohjaajiin on luottamuksellinen ja hyvä.
- ♥ Hyvä luottamussuhde yhdistyksen toiminnanjohtajan sekä hankekoordinaattorin välillä. Tämä on erittäin tärkeä asia hankkeen onnistumisen kannalta. Kun koordinaattori kokee, että häneen luotetaan ja hänen panostustaan arvostetaan, säilyy hänellä into toteuttaa hanketta. Myös etätyömahdollisuus ja se, että saa itse aikatauluttaa omaa tekemistään, tehdä hankkeesta omannäköistä ja toteuttaa siinä omia osaamisalueitaan kannusti koordinaattoria hyvään työtulokseen. Kun luottamussuhde toimii, syntyy työpaikalle myös innostava, rento ja ystävällinen ilmapiiri, jonka myös nuoret pystyvät aistimaan. Hankkeessa vannottiin positiivisuuden nimeen ja sen uskotaan olevan iso tekijä monessa onnistumisessa.
- ♥ Vertaistuki muilta hanketoimijoilta on myös tärkeää. Keski-Suomessa toimineet 4H-yhdistysten hankekoordinaattorit tapasivat muutaman kerran vuodessa. Tapaamisissa juteltiin hankkeista, ideoitiin yhdessä ja oppiin toisilta. Tärkein anti tapaamisissa oli vertaistuki. Tämän lisäksi Uuraisten 4H-yhdistyksessä otettiin käyttöön maanantain ”viikkopalaverit”, joissa käytiin läpi, miten hanke etenee ja ideoitiin sitä yhdessä. Palavereihin osallistuivat yhdistyksen hankekoordinaattorit sekä toiminnanjohtaja. Palavereiden avulla jokainen pysyi selvillä, mitä toiset tekivät.
- ♥ Kun hankkeesta viestii ahkerasti, saatetaan hanketta alkaa kysymään moneen erilaiseen julkaisuun ja tilaisuuteen. Näihin mahdollisuuksiin kannattaakin lähteä mukaan. Hankkeen tulokset tulee saada mahdollisimman laajasti esille. Suomen 4H-liitto esimerkiksi kysyi Find Your Wayta 10 hanketarinaa -kokonaisuuteen. Tätä varten tehtiin lyhyt esittelyvideo hankkeesta. Sama video annettiin Leader yhdistys Jyväskylälle, kun he pyysivät jotain materiaalia nuorisohankkeista kertovaan julkaisuunsa. Jyväskylä kutsui hankekoordinaattorin myös panelistiksi Sykettä -viestintähankkeen päätösseminaariin sekä kertomaan hankkeen viestinnästä Keski-Suomen Leader-yhdistysten toiminnanjohtajille. Jyväskylän kautta hanke on päässyt myös Sykettä-hankkeen Viestintää ja verkostoja -julkaisuun sekä Kottiin! -lehteen.

16 Lopeta liika hiominen ja “find your way”!

Find Your Way -hankkeen nimi viittaa oman polun löytämiseen sekä oman tien kulkemiseen. Tätä samaa ajatusta voi soveltaa myös hankeviestintään. Ohjeita ja vinkkejä on olemassa paljon, mutta jokainen hanke, hankkeen vetäjä ja paikkakunta on kuitenkin erilainen. Tämän vuoksi myös jokaisen hankkeen viestintä on erilaista. Kannattaakin löytää oma polku viestiä.

Monesti, kun neuvotaan viestintään liittyvistä asioista rajoitetaan tekemistä. Ylhäältä päin tulevat käskyt voivat johtaa negatiiviseen ajatteluun. Monesti kuulee, että nuorisohankkeissa tulisi julkaista ainoastaan kuvia, joissa näkyy pelkästään lapsia ja nuoria. Parhaiten tällaiset kuvat toimivatkin, joissa on lasten ja nuorten iloisia kasvoja. Näitä kuvia ei kuitenkaan välttämättä saa kasaan niin paljon, että niitä pystyisi julkaisemaan päivittäin. Voimmekin pohtia, onko tärkeämpää julkaista ker-
ran viikossa yksi nuorista otettu kuva vai julkaista joka päivä kuvia, joissa aika ajoin näkyy myös lapsia ja nuoria?

Viestinnässä kannattaa myös hyväksyä epätäydellisyys sekä hiomattomuus. Find Your Wayn viestinnässä ei menty tekniikka edellä. Järjestelmäkameralla otettiin kuvia hankkeen isoimmissa tilaisuuksissa kuten nuorisovaihdossa. Muuten kaikki hankkeen valokuvat otettiin kännykällä. Tämä oli nopeaa ja kätevää, kun kännykkä kulki aina mukana matkassa. Hankekoordinaattoria ei ole palkattu tiedottajaksi vaan kokonaisvaltaisesti hankkeen koordinaattoriksi, jonka työtehtävistä viestintä on vain yksi osa. Liikaa aikaa ei siis kannata käyttää hiomiseen, vaan hyväksyä se mitä saa aikaiseksi tietyssä ajassa. Kaikki hankkeeseen kuuluvat työtehtävät kun pitää saada tehtyä. Kaikilla on myös omat mielipiteensä siitä, miten joku kuva tai mainos olisi vieläkin parempi. Tästäkin johtuen liika hiominen ei kannata. Kannattaa myös muistaa, että mitä enemmän viestintää toteuttaa sitä paremmaksi siinä ajan kanssa tulee ja sitä jouhevammaksi se muuttuu.

Kannattaa siis ryhtyä tuumasta toimeen ja alkaa viestiä! Suunnitella voi vaikka kuinka kauan, mutta jossain vaiheessa alkaa toimimaan! Joten hushus, ei muuta kuin “find your way” ja viestimään hankkeesta! :)

Nuorten mietteitä Find your waysta:



"Hanke on antanut mulle rohkeutta tehdä uutta ja tuntematonta."

"Olen nyt varmempi puhumaan englantia."

"Olen muuttunut vastuullisemmaksi."

"Tämä on ollut todella kiva kokemus ja olen varma, että oppimani asiat tulevat hyödyttämään myös tulevaisuudessa."

"Minusta on tullut hieman rohkeampi. Olen oppinut sosiaalisia taitoja ja asiakaspalvelua"

** "Olen saanut uusia kavereita."*

Nuorten mietteitä Find your waysta:



"Find your way on auttanut mua pääsemään lähemmäs mun unelmaa."

"Olen oppinut käyttämään aikatauluja ja toimimaan niiden kautta."

"Tämä on antanut minulle uusia tilaisuuksia mitä en normaalisti saisi."

"Olen oppinut tekemään enemmän töitä ryhmässä."

** "Hanke on tuonut minulle kiinnostuksen yrittämiseen."*

17 Lähdeluettelo:

Anttila Ossi, FYW-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, sähköpostihaastattelu 2.7.2018

Eloranta Heikki, hankekoordinaattori, Robo-hanke, Uuraisten 4H-yhdistys, haastattelu 19.12.2018

Hast Mari, opinto-ohjaaja, Uuraisten Koulukeskus, haastattelu 19.12.2018

Hjelmeroos-Haapasalo Heli, projektipäällikkö, Lukiota käytännön taitajia –hanke, sähköpostihaastattelu 23.5.2018

Huotari Viola, FYW- ja Robo-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, haastattelu 21.11.2018

Ikäheimonen Pirjo, toiminnanjohtaja, Leader Jyväsräihi, sähköpostihaastattelu 4.1.2019

Järvinen Riikka, hankekoordinaattori, Landebuusti-hanke, Äänekosken 4H-yhdistys, sähköpostihaastattelu, 28.12.2018

Kauppinen Marjo, hanketyöntekijä, Työelämän Tähti –hanke, Kauhajoen 4H-yhdistys, sähköpostihaastattelu 28.8.2018

Kalenius Neea, FYW-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, sähköpostihaastattelu, 15.7.2018

Kemppainen Alex, Robo-hankenuori, haastattelu 21.11.2018

Kettunen Inkeri, FYW- ja Robo-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, haastattelu 17.11.2018

Korhonen Ilari, 4H-yrittäjä, haastattelu 17.11.2018

Kraft Elisa, hankekoordinaattori, START UP! –hanke, Jyvässeudun 4H-yhdistys ja Laukaan 4H-yhdistys, haastattelu 27.9.2018

Kuha Heli, hanketyöntekijä, Nuoret yrittäjät –hanke, Lumijoen 4H-yhdistys, sähköpostihaastattelu 27.9.2018

Kukkonen Nea, hankekoordinaattori, Back to Basics –hanke, Hankasalmen 4H-yhdistys, haastattelu 27.9.2018

Kuukka Merja, toiminnanjohtaja, Länsi-Saimaan 4H-yhdistykset, sähköpostihaastattelu 27.9.2018

Kämäräinen Sari, hanketyöntekijä, YEP-hanke, Konneveden 4H-yhdistys, haastattelu 26.9.2018

Käkelä Terhi, viestintäpäällikkö, Suomen 4H-liitto, sähköpostihaastattelu 10.10.2018

Lahtinen Hanna, toimittaja, PaikallisUutiset-lehti, sähköpostihaastattelu 25.10.2018

Laitinen Teemu, FYW-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, sähköpostihaastattelu 12.7.2018

Lapinoja Sofia, FYW-hankenuori sekä 4H-yrittäjä, haastattelu 17.11.2018

Lehtovirta Riikka, opettaja, Uuraisten Koulukeskus, sähköpostihaastattelu 11.1.2018

Lerkkanen Lea, päätoimittaja, PaikallisUutiset-lehti, sähköpostihaastattelu 25.10.2018

Lähdesmäki Raija, opettaja, Hirvasen koulu, Facebook-haastattelu 5.10.2018

Muhonen Pihla, Robo-hankenuori, haastattelu 17.11.2018

Nieminen Iida, FYW-hankenuori, haastattelu 27.9.2018

Näse Hilikka, kehityspäällikkö, Suomen 4H-liitto, sähköpostihaastattelu 27.9.2018

Oksanen Ella, FYW-hankenuori, haastattelu 27.9.2018

Perälä Saara, FYW- ja Robo-hankenuori, haastattelu 17.11.2018

Piesanen Kaisa, FYW- ja Robo-hankenuori, haastattelu 17.11.2018

Saksala Kerttu, FYW- ja Robo-hankenuori, haastattelu 17.11.2018

Sivill Inka, FYW- ja Robo-hankenuori, haastattelu 17.11.2018

Suomäki Sirkka, järjestöpäällikkö, Suomen 4H-liitto, sähköpostihaastattelu 17.9.2018

Taipale Veera, FYW-hankenuori, haastattelu 27.9.2018

Tiainen Jenni, tiedottaja, Sykettä-viestintähanke, Leader Jyväskari, sähköpostihaastattelu 17.5.2018

Vallinkoski Ritva, toiminnanjohtaja, Jyväskylän 4H-yhdistys, haastattelu 23.10.2018

Valkama Juha, kunnanjohtaja, Uuraisten kunta, haastattelu 28.9.2018

Vinkkejä hankeviestintään -julkaisu, Sykettä-hanke, Jenni Tiainen, <https://docplayer.fi/35089633-Vinkkejä-hankeviestintään-sykettä-hanke-jenni-tiainen.html> . 13.11.2018

Virtanen Kati, FYW-hankenuoren äiti, Facebook-haastattelu 5.10.2018

Virtanen Henna, FYW-hankenuori ja 4H-yrittäjä, haastattelu 17.10.2018

Wacklin Emilia, terveydenhoitaja, Uuraisten kunta, Facebook-haastattelu 5.10.2018

