

S O I L A

S O I L A

# VIESTINTÄPAJA 1

## Turvaverkkoja nuorten tulevaisuuteen -aluehankkeille

9.4.2026

S O I L A

# Ohjelma

13.00-13.05 Tervetuloa

13.05-13.15 Hankeviestinnän perustat ESR+

13.15-13.25 Tietosuojaselosteet

13.25-13.40 Saavutettavuus

13.40-13.45 Tauko

13.45-14.00 Sosiaalinen media hankeviestinnän kanavana

14.00-14.15 Yhdenvertaisempi viestintä

14.15-14.30 Aikaa keskustelulle ja reflektoinnille

# Turvallisempien tapahtumien periaatteet

- Huolehdi osaltasi, että keskustelussa kaikki saavat mahdollisuuden puhua ja tulla kuulluiksi.
- Yritä käyttää kieltä, joka on ymmärrettävää kaikille osallistujille.
- Kunnioita toisen kokemusta ja itsemäärättelyä. Älä yleistä omaa kokemustasi muita koskevaksi tai tee oletuksia toisten kokemuksista, elämäntilanteesta tai identiteetistä.
- Älä häiritse ketään sanallisesti, koskemalla tai tuijottamalla.
- Älä puhu hyökkäävästi tai käytä henkilöön käyviä puheenvuoroja paikalla olevia tai tilaisuudesta poissaolevia kohtaan.
- Muuta käytöstäsi, jos toinen sitä pyytää.

S O I L A

S O I L A

# Hankeviestinnän perustat ESR+

Marianne Peltoniemi  
viestintä- ja verkostokoordinaattori  
Lastensuojelun Keskusliitto

S O I L A

SOILA



SOILA

SOILA



Euroopan unionin  
osarahoittama

SOILA-koordinaatiohanke



# Rahoittajan lähtökohdat: EU-logo!

- Viestinnässä on graafisena elementtinä käytettävä EU-lipputunnusta, jonka yhteydessä on teksti Euroopan unionin osarahoittama.
  - Kaikessa viestinnässä ja kaikilla viestintäkanavilla.
  - Logonkäytön tekniset ohjeistukset EU:n alue- ja rakennepolitiikan ohjelmien verkkopalvelusta:
    - [Viestintä | Rakennerahastot](#)
    - Lataa logo: [Info regio - Visuaalisten elementtien latauskeskus \(europa.eu\)](#)
    - Mariannen mielestä paras opas: [EU:n tunnuksen käyttö EU:n ohjelmien \(europa.eu\)](#)
- Logon tulee olla nettisivuilla näkyvästi heti alussa.
- Jos esillä on muita logoja, EU:n tunnuksen on oltava vähintään saman kokoinen kuin muista logoista suurin.



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

# Rahoittajan lähtökohdat: EU-logo!

- Jos on pakko käyttää värillistä pohjaa, lippu rajataan valkoisella, jonka leveys on 1/25 suorakulmion korkeudesta.
- "Kaikkien EU:n rahoituksen saajien, hallintoviranomaisten ja täytäntöönpanokumppaneiden on käytettävä viestinnässään EU:n tunnusta ilmoittaakseen EU:n ohjelmista saadusta tuesta. Se on esitettävä näkyvästi ja asianmukaisesti yhdessä yksinkertaisen rahoitus selvityksen kanssa, jossa mainitaan EU:n tuki." Lähde: [Inforegio - Visuaalisten elementtien latauskeskus \(europa.eu\)](https://www.inforegio.eu/visuaalisten-elementtien-latauskeskus)

Positiiviversio  
(CMYK tai digitaalipainatus)



Euroopan unionin  
rahoittama



Euroopan unionin  
osarahoittama

Negatiiviversio



Euroopan unionin  
rahoittama



Euroopan unionin  
osarahoittama

Yksiväripainatus  
(Eriytynyt painatusprosessi, jota käytetään vaatteissa ja tavaroissa tai Pantone-järjestelmän kanssa)

Jos käytettävissä on vain musta tai valkoinen.



Euroopan unionin  
rahoittama



Euroopan unionin  
rahoittama



Euroopan unionin  
rahoittama



Euroopan unionin  
rahoittama

Jos käytettävissä on vain yksi Pantone-väri (tässä esimerkissä on käytetty väriä Reflex Blue).



Euroopan unionin  
rahoittama

# Rahoittajan lähtökohdat: Juliste / tiedotuskyltti

- Hankkeen on asetettava selvästi näkyvälle paikalle **pysyvä tiedotuskyltti**, jossa on **EU-lipputunnus** heti, kun toimen toteuttaminen alkaa fyysisellä investoinnilla tai laitteiden hankinnalla.
- Tapahtumissa ja tilaisuuksissa seinällä tai screenillä on oltava näkyvällä paikalla heti tilaan saavuttaessa hankkeesta kertova vähintään A3-kokoinen juliste ja siinä EU-logo.
  - Ottakaa kuva joka tilaisuudesta, jossa juliste näkyy!
  - Liitä mukaan maksatusraporttiin!
- Juliste/kylttigeneraattori [Online Generator \(europa.eu\)](https://europa.eu)



Viestintävelvoitteiden **laiminlyöminen tai rikkominen** johtaa hankkeelle maksettavan tuen vähentämiseen tai maksettu tuki määrätään osin perittäväksi takaisin (rahoituslaki 42 §).  
Lähde: [Viestintä | Rakennerahastot](#)

# Rahoittajan lähtökohdat: viestinnän suunnittelu

Viestintäsuunnitelman olisi hyvä vastata ainakin seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat hankkeen viestinnän tavoitteet?
- Kenelle hanke viestii?
- Mitkä ovat hankkeen pääviestit?
- Kuka viestii?
- Miten ja missä viestitään?
- Miten EU:n näkyvyydestä huolehditaan asiamukaisesti?
  - Sellaisella tavalla, että kaikki hankkeen toimintaan osallistuvat tahot ja henkilöt ovat tietoisia hankkeen EU-rahoituksesta.

TEM materiaalipankki, mm. EU-PP-pohjat: [Työ- ja elinkeinoministeriö - Rakennerahastokausi 2021-2027\(emmi.fi\)](#)



S O I L A

S O I L A

# Tietosuojaselosteet

Hanna Teriö  
tietosuojavastaava & viestinnän ja  
markkinoinnin asiantuntija  
Pesäpuu ry

S O I L A

# Mikä on henkilörekisteri?

**Henkilötietoja** ovat kaikki tiedot, jotka liittyvät tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan henkilöön. Henkilötietoja ovat esimerkiksi nimi, puhelinnumero, sijaintitiedot ja isovanhempien perinnöllisiä sairauksia koskevat tiedot.

**Rekisterinpitäjä** on ihminen tai organisaatio, joka määrittelee, mihin tarkoitukseen ja millä tavalla henkilötietoja käsitellään. Rekisterinpitäjä voi olla esimerkiksi jäsenistään tietoja keräävä yhdistys, potilastietoja käsittelevä sairaala, verkkokauppa tai sosiaalisen median palvelu.

**Henkilötietojen käsittelijä** on ihminen tai organisaatio, joka käsittelee henkilötietoja rekisterinpitäjän lukuun. Henkilötietojen käsittelijä voi olla esimerkiksi toisen yrityksen markkinointia hoitava markkinointitoimisto tai IT-palveluntarjoaja, jolla on pääsy rekisterinpitäjän henkilötietoihin.

Lähde: Tietosuojavaltuutetun toimisto:  
<https://tietosuoja.fi/henkilotietojen-kasittely>

# Milloin muodostuu henkilörekisteri?

Henkilörekisteri muodostuu esimerkiksi silloin, kun hanke kerää ilmoittautumisia tapahtumiin.

Mitä kautta tiedot kerätään? (Esim. Webropol-lomake, sähköposti, Googlen palvelut)

Minne tiedot säilötään?

Miten tiedot poistetaan? Miten työnjako on suunniteltu?

# Tietosuojaselosteet

Kun keräätte henkilötietoja, tarvitaan siihen tietosuojaseloste, josta tietojen antajalle selviää, miten tietoja kerätään, käsitellään ja tuhoetaan, sekä kuinka kauan tietoja säilytetään.

**Kannattaa tutustua taustaorganisaation tietosuojaselosteisiin** ja linkata niihin. Jos tietosuojaseloste puuttuu, sellainen tulisi tehdä, mielellään taustaorganisaation tietosuojavastaavan toimesta/tarkistamana.

Pohjia tietosuojaselosteen tekemiseksi löytyy netistä. Tekoälylle kehotteena voisi olla esim.: ”Hei. Voisitko tehdä tietosuojaselostepohjan, joka ottaa huomioon GDPR:n vaatimukset?”

#### 4. Uutiskirje ja tietosuoja

Tilaan Pesäpuun uutiskirjeen.

- Uutiskirjeessä on ajankohtaista tietoa lastensuojelusta, Pesäpuun toiminnasta, tapahtumista ja tuotteista. Pesäpuun uutiskirje- ja markkinointirekisterin tietosuojaseloste on luettavissa [täältä](#).

Painamalla 'Lähetä' hyväksyt tietojesi käsittelyn ja ilmoittautumistietojen tallentamisen Pesäpuun tapahtumiin ja koulutuksiin osallistuvien rekisteriin. Rekisterin tietosuojaseloste on luettavissa [täältä](#).

#### 3. Hyväksyn tietojeni tallentamisen ja käsittelyn [tietosuojaselosteen](#) mukaisesti \*

- Kyllä  
 Ei

Tällä lomakkeella kerättyjä osallistujatietoja käytetään yllä mainitun tilaisuuden järjestämiseen. Kerätyt tiedot, jotka lomakkeella on merkitty pakollisiksi, ovat välttämättömiä tapahtuman järjestämisen kannalta. Tietoja säilytetään Webropol-palvelussa 31.12.2024 saakka, jonka jälkeen tiedot poistetaan. Tiedot voidaan poistaa ennen määräaikaa osallistujan erillisestä pyynnöstä. Täyttämällä lomakkeen hyväksyt tietojesi käytön yllä kuvattuun tarkoitukseen. Oikeus henkilötietojen käsittelyyn perustuu rekisteröidyn suostumukseen.

Osallistujatietoja käytetään tilaisuuden järjestelyihin. Osallistujan nimi, sähköposti ja organisaatiodiedot säilytetään vähintään 10 vuoden ajan todentamaan tilaisuuden järjestäminen. Tietojen keruu ja tallentaminen perustuu EU:n erityislainsäädäntöön.

[Tutustu THL:n tietosuojaselosteen.](#)

#### 7. Olen lukenut ja hyväksyn THL:n tietosuojaselosteen sekä tietojenkäsittelyn EU:n erityislainsäädännön mukaisesti \*

- Kyllä (voimme lähettää osallistumislinkin lähetettyäsi lomakkeen)  
 Ei (emme voi ottaa ilmoittautumista vastaan)



Euroopan unionin  
osarahoittama

SOILA-koordinaatiohanke



## Rekisterinpitäjä

Pesäpuu ry

toimisto(a)pesapuu.fi

014-3322500

## Henkilötietojen käsittelyn oikeusperuste ja tarkoitus

Henkilötietojen käsittelyn perusteena on rekisteröidyn oma tietojen luovutus yhdistyksen käyttöön ilmoittautumisen osalta. Henkilötietojen käsittelyn tarkoituksena on mahdollistaa koulutus- ja tapahtumatoiminnan onnistunut järjestäminen.

## Käsiteltävät henkilötiedot

Rekisterinpitäjä voi käsitellä rekisterin yhteydessä seuraavia henkilötietoja:

- rekisteröidyn **nimi**
- rekisteröidyn **osoite** tai **kotipaikka**
- rekisteröidyn **puhelinnumero**
- rekisteröidyn **sähköpostiosoite**
- rekisteröidyn **erikoisruokavalio**
- rekisteröidyn antama **valokuvauslupa**
- **laskutusosoite** sekä muut laskutukseen olennaisesti liittyvät tiedot

## Tietolähteet

Saamme tiedot rekisteröidyltä itseltään hänen suostumuksellaan.

## Tietojen luovutukset ja siirrot

Käsitlemme tietoja itse. Tapauksessa, jossa koulutus tai tapahtuma järjestetään yhdessä yhteistyökumppanin kanssa, voidaan ilmoittautumistiedot luovuttaa yhteistyökumppanin käyttöön koulutus- ja tapahtumatoiminnan onnistuneen järjestämisen mahdollistamiseksi. IT-palveluntarjoaja, jonka hallinnoimalle ja suojaamalle palvelimelle henkilötietoja tallennetaan ja varmuuskopioidaan, voi käsitellä tietoja tarvittaessa. Emme luovuta henkilötietoja EU/ETA-alueen ulkopuolelle.

## Tietojen suojaus ja säilytysajat

## Rekisteröidyn oikeudet

Rekisteröidyllä on seuraavia oikeuksia:

- **Pääsy-, korjaamis- ja poisto-oikeus:** Rekisteröidyllä on oikeus tarkastaa, mitä häntä koskevia tietoja on tallennettu Lastensuojelun Keskusliiton tapahtumien osallistuja- ja asiakasrekisteri tekemällä tätä koskeva omakätisesti allekirjoitettu kirjallinen pyyntö kohdassa 2 mainitulle yhteyshenkilölle tai vierailamalla henkilökohtaisesti rekisterinpitäjän luona kohdassa 1 mainitussa osoitteessa. Rekisteröidyn pyynnöstä virheelliset, puutteelliset tai vanhentuneet henkilötiedot oikaistaan, täydennetään tai poistetaan. Tietoja ei kuitenkaan poisteta siltä osin kuin ne ovat tarpeen lakisääteisten velvoitteiden noudattamiseksi taikka oikeudellisen vaateen laatimiseksi, esittämiseksi tai puolustamiseksi taikka ne ovat tarpeen rekisteröidyn ja rekisterinpitäjän välisen sopimuksen täyttämiseksi.
- **Tietojen siirtäminen:** Rekisteröity voi halutessaan saada siirrettyksi toimittamansa henkilötiedot, joita käsitellään automaattisesti suostumuksen tai sopimuksen perusteella, ottamalla yhteyttä yllä kohdassa 2 mainittuun yhteyshenkilöön.
- **Vastustamis- ja rajoittamisoikeus:** Rekisteröity voi vastustaa suoramarkkinointia milloin tahansa. Rekisteröity voi vastustaa myös muuta käsittelyä, joka perustuu oikeutettuun etuun, henkilökohtaiseen tilanteeseensa liittyvällä perusteella. Esimerkiksi tällaisessa tilanteessa käsittelyä rajoitetaan siksi ajaksi, kun arvioidaan perusteita vastustaa käsittelyä. Käsittelyä voidaan rajoittaa myös mm. silloin, kun rekisteröity kiistää henkilötietojen paikkansapitävyyden, jolloin käsittelyä rajoitetaan ajaksi, jonka kuluessa tietojen paikkansapitävyys varmistetaan.
- **Suostumuksen peruuttaminen:** Rekisteröity voi peruuttaa antamansa suostumuksen milloin tahansa ottamalla yhteyttä yllä kohdassa 2 mainittuun yhteyshenkilöön.
- **Valitusoikeus:** Rekisteröidyllä on oikeus tehdä valitus viranomaiselle, mikäli hän katsoo, että hänen tietojensa on käsitelty voimassaolevan tietosuojalainsäädännön vastaisesti.

# Säilytysaika

- Nykyisellä ESR+ -kaudella tietojen säilytysaika on **viisi vuotta** (ennen oli 10 v).
- Velvollisuus säilyttää hankkeeseen liittyvä kirjanpitoaineisto ja muu aineisto rahoituspäätöksen ehtojen mukaisesti niin, että tuen käytön valvonta on mahdollista.
- Kirjanpitoaineisto ja hankkeen muu aineisto tulee säilyttää vähintään **viiden vuoden ajan** laskettuna sen vuoden päättymistä seuraavan vuoden alusta, jona hankkeen viimeinen maksuerä on maksettu avustuksen saajalle.
- Arkistointi voi olla myös sähköinen.

# Lue lisää

Tietosuojavaltuutetun toimisto: [tietosuoja.fi](https://tietosuoja.fi).

Rakennerahastot.fi: [Hankkeen käynnistäminen ja hyvä hallinto \(etenkin dia 12\)](#)

S O I L A

S O I L A

# Saavutettavuus on kaikkien etu

Soila Veltheim  
erikoissuunnittelija  
THL

S O I L A



Euroopan unionin  
osarahoittama

SOILA-koordinaatiohanke



# Ymmärrettävämpää meille kaikille

- Saavutettavuus = verkkomaailman esteettömyyttä
- Yli 20 % suomalaisista hyötyy selkokielestä ja saavutettavista digipalveluista (LVM).
- 1,2 miljoonaa ihmistä Suomessa tarvitsee saavutettavuutta – esim. luki- ja keskittymishäiriöiset\*.
- Parantaa yhdenvertaisuutta ja asiakaspalvelua eri käyttäjäryhmille.
- Toimintakykymme vaihtelee elämän aikana – saavutettavuus hyödyttää meitä kaikkia.
- Esitysten saavutettavuus on tekijän vastuulla.

## Lisätietoa

- [Kuulummeko lain piiriin \(saavutettavuusvaatimukset.fi\)](https://saavutettavuusvaatimukset.fi)
- [Ohjeita ja vinkkejä: Saavutettavasti.fi](https://saavutettavuusvaatimukset.fi)
- [Valvonta: AVI – saavutettavuusvaatimukset.fi](https://saavutettavuusvaatimukset.fi)
- [THL:n ohjeet esitysten saavutettavuuteen \(thl.fi\)](https://thl.fi)
- \*) [Lähde: Kenelle saavutettavuus on tärkeää? \(saavutettavuusvaatimukset.fi\)](https://saavutettavuusvaatimukset.fi)

# Saavutettavuus on asiakaslähtöisyyttä

## Helppokäyttöisyys

- Pääsisältö erottuu selkeästi sivun muista elementeistä
- Halutun toiminnin suorittaminen on vaivatonta

## Ymmärrettävyys

- Teksti on helppolukuista ja selkeästi jäsenneltyä
- Lyhyet kappaleet, luettelot ja kuvaavat väliotsikot tukevat lukemista

## Tekninen saavutettavuus

- Palvelu toimii eri päätelaitteilla ja teknologioilla

# Tekstin saavutettavuus

## **Vältä ISOJA KIRJAIMIA**

- Vaikealukuista ja voidaan kokea huutamisena
- Poikkeus: lyhenteet (YK, WWF)

## **Vältä kursiivia ja alleviivausta**

- Kursiivi heikentää luettavuutta
- Alleviivaus sekoittuu linkkeihin

## **Käytä oikeaa otsikkohierarkiaa**

- Lihavointi ei ole otsikko
- Ruudunlukijat tunnistavat vain otsikkotasot

## **Pidä kappaleet lyhyinä**

- Verkkotekstissä 1–3 virkettä per kappale
- Älä muotoile tekstiä taulukoilla

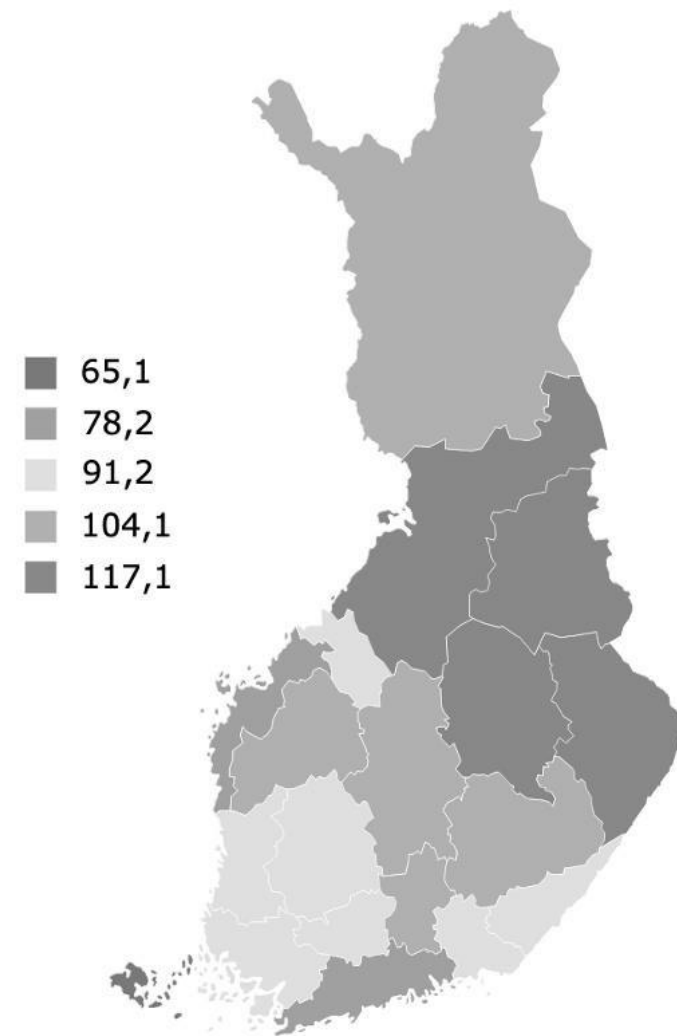
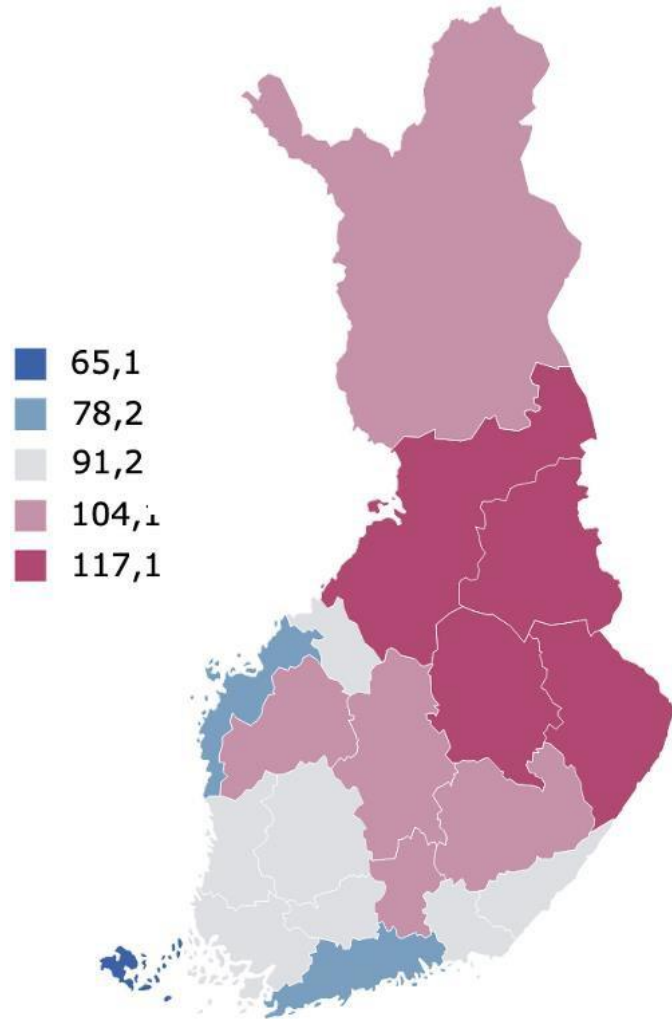
# Saavutettavuus luontevaksi osaksi arkea

- Kuviin alt-teksti eli vaihtoehtoinen teksti
- Linkiksi järkevä kokonaisuus:
  - Ei ”Lue lisää täältä” vaan ”Lue lisää kyselystä X”
  - Linkki erottuu parhaiten, kun se on oma kappaleensa/omalla rivillään
- Videoissa tekstitys, jottei tieto ole pelkästään äänimuodossa
- Varmista, että sisällön ymmärtäminen ei perustu väreihin

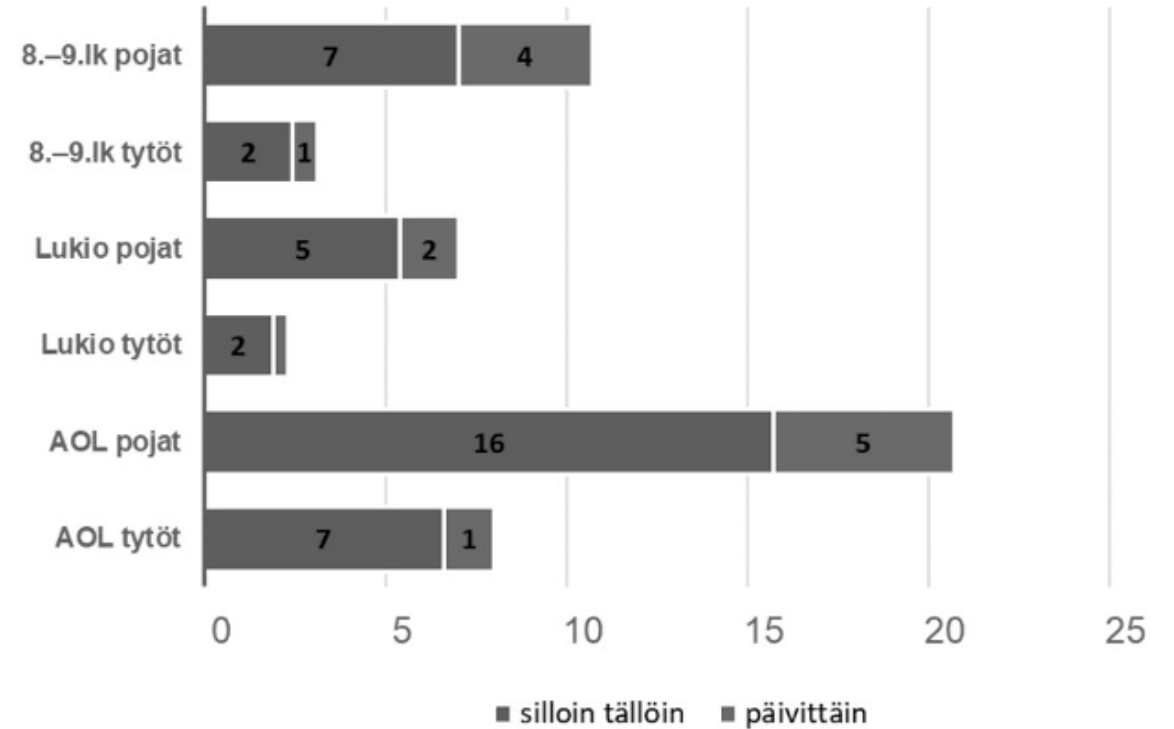
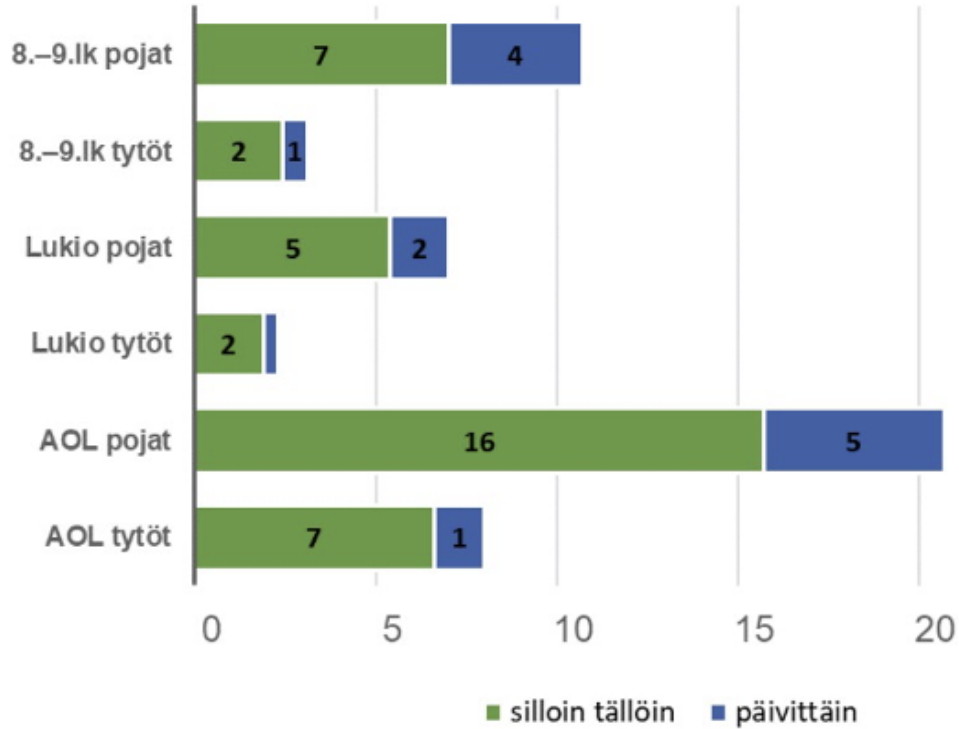
Tekstin ja taustan kontrasti

- [Webaim Contrastchecker](#)

# Tieto ei saa perustua pelkkään väriin



# Tarkkana taulukoiden kanssa



# Saavutettavuus somessa

- Tärkeitä tiedot myös verkkosivuilla, koska kaikki eivät seuraa sosiaalisen median kanavia.
- Käytä selkeitä aihetunnisteita (hashtagejä) monisanaiset isolla alkukirjaimella: #SosiaalisetInnovaatiot (ei #sosiaalisetinnovaatiot)
- Kuville alt-tekstit
- Videoille tekstitys

Ohjeita saavutettavuudesta some-kanavittain:

- [Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa \(saavutettavasti.fi\)](https://saavutettavasti.fi)

# Tietoa ja taitoa saavutettavuudesta

- [Hyödyllisiä sivustoja ja työkaluja \(saavutettavasti.fi\)](#)
- [Näin jaat esitykset PowerPoint Livellä! Esa Riutta \(YouTube\)](#)
- [Saavutettavat asiakirjat verkossa eOppivassa](#)
- [Saavutettavuus on kilpailuetu \(Avaava\)](#)

**S O I L A**

**S O I L A**

**Tauko 13.40-13.45**

**S O I L A**

S O I L A

S O I L A

# Sosiaalinen media hankeviestinnän kanavana

Marianne Peltoniemi  
viestintä- ja verkostokoordinaattori  
Lastensuojelun Keskusliitto

S O I L A

## Some on

- Keskeinen vuorovaikutuksen, **tiedon välityksen** ja **vaikuttamisen** kannalta.
- Paikka rakentaa **mainetta** ja luoda **mielikuvia**.
- **Kasvava ja kustannustehokas** viestinnän ja markkinoinnin väline.

## Samalla kuitenkin mm. ihmisoikeuksien puolustaminen on entistä hankalampaa:

- V. 2024 **Metaan tuli oletusasetus**, jossa **”poliittista ja yhteiskunnallista” sisältöä rajataan pois**. Muutos heikensi yhteiskunnalliseksi luokitellun sisällön näkyvyyttä. -> Metassa mainonta kiellettyä.
- V. 2025 **tuli lisää tilaa disinformaatiolle ja vihapuheelle**. Meta esim. lopetti yhteistyön kolmansien osapuolten faktantarkistajien kanssa ja siirtyi järjestelmään, jossa käyttäjät itse raportoivat postauksista. Muutos suosii disinformaatiota. Samalla Meta pehmitti vihapuheen sääntöjä.



Esimerkki: tammikuussa 2026 Lapsen Maailman julkaisun mainostus Metassa kiellettiin ja Facebook rajoitti LM:n kaikkien postauksien näkyvyyttä useamman viikon ajan  
[Punk heräsi uuteen eloon nuorten käsissä eikä se tässä ajassa yllätä tippaakaan - Lapsen Maailma](#)

# Somekanavat Suomessa: viikottain käytössä

1. **YouTube** 79 % ↑
2. **Facebook** 77 % ↓
3. **Instagram** 62 % ↑
4. **TikTok** 38 % ↑
5. Snapchat 31 % ↑
6. Pinterest 26 % ↑
7. Threads 24 % ↑
8. X 22 % ↓
9. **LinkedIn** 17 % ↓

Lähde: n=1019 yli 15-vuotiasta [DNA Digitaalinen elämä 2025](#)

1. **YouTube** 3,8 milj.
2. **Facebook** 3,7 milj.
3. **Instagram** 2,98 milj.
4. **TikTok** 1,82 milj.

Lähde: [Sosiaalisen median tilastot 2025 | MarkkinointiMaestro](#)

## Huomioita

- YouTube kasvanut isosti
- Facebook suosituin päivittäisessä käytössä
- Instagram edelleen kasvava
- TikTokissa suurinta kasvua viime vuosiin. Käyttäjien keski-ikä nousee.
- X:n lasku jatkuu
- Tilastoissa ei ole mukana yksityisviesti-/pelialustoja, Jodelia tai deittisovelluksia.

# Tyypilliset kohderyhmät

- TikTok: 13-30-vuotiaat
- Instagram: 18-40-vuotiaat
- Facebook: 30-65-vuotiaat
- YouTube: 25-55-vuotiaat
- LinkedIn: 25-55-vuotiaat

Lähde: [PK-yritysten somekanavat vuonna 2025](#) | [Mainostoimisto Luma](#)



# Oma sometili hankkeelle?

Mieti ainakin seuraavia:

- **Hankkeen tavoitteet ja resurssit** Onko somelle (varattu) aikaa? Entä onko jo olemassa oleva tili, jota voisi käyttää?
- **Kohderyhmä** Nuoria tavoittaakseen kannattaa harkita ainakin seuraavia kanavia: TikTok, YouTube, Instagram, Snapchat
- **Käyttötarkoitukset** vaikuttavat tekemisen tapoihin ja kanavien valintaan. Painotus voi olla esim. tiedon levittämisessä, vuorovaikutuksessa, kohderyhmän etsimisessä, mainostamisessa.
- **Etenkin nuoret hakevat tietoa somesta.** Sometilillä on samoja käyttötarkoituksia kuin verkkosivuilla.



# Maksettu mainos: kannattaako?

- **Kannattaa ainakin kokeilla!** Sometilin voi avata vaikka vain mainostamista varten (mutta tee julkisesta profiilista silti aina ammattimainen!)
- Voit kokeilla pienelläkin summalla, ja keskeyttää mainonnan, jos mainos ei tavoita odotetusti.
- Mikä tuntuu helpoimmalta? Voit tehdä sisältöjä suoraan mainoksiksi (ei näy tilin syötteessä) tai boostata valmiita postauksia, jolloin ne näkyvät myös muille kuin tilin seuraajille.



# Somekanavien erot mainostaessa lapsille ja nuorille

- **Snapchat** toimii hyvin mainosalustana lapsia tavoiteltaessa, joten sitä kannattaa harkita, vaikka kanavalle ei olisi muuta käyttöä.
- **TikTok** on monipuolinen kanava lasten ja nuorten (myös aikuisten!) tavoittamiseen. Trendien seuraaminen on oleellista sisällöntuotannossa, ja mainoksina toimii hyvin valmiiden postausten boostaus.
- **Instagram** sopii hyvin nuorten aikuisten tavoittamiseen.
- **YouTubessa** maksettu mainonta voi toimia mainiosti, ainakin jos tunnet kohderyhmäsi.



# Vinkkejä someviestintään

- **Toistoja, jakoja, videoita** -> algoritmit tykkää
  - Kuvasta tulee "video" jo kuulemma sillä, että lisää musiikkia siihen!
  - Teksti kuvassa, karuselli, blogiteksti...
- **@ Tägää** asiantuntijoiden profiileja, jos vaikka jostakin tilaisuudesta tai julkaisusta kerrotaan
- **Ihmiset** työn takana **esille**. Esim:
  - (Kokemus)asiantuntija vastaamassa kysymyksiin ja kertomaan hankkeen kokeiluista/aikaansaannoksista
  - (Kokemus)asiantuntijaesittely
  - "Työpäivä kanssani" kokoelma kuvia arjesta ja kulissien takaa



Postausideoita: [7 toimivaa sosiaalisen median postausideaa - katso vinkit!](#)

# Somesuunnitelma

1. Aloita katsomalla hankkeen suunnitelmaa ja listaamalla, mitä hankkeessa tapahtuu tulevaisuudessa. Järjestä ne kalenteriin.
2. Tarkasta kohderyhmät, kenelle mikäkin. Valitse viestintäkanavat.
3. Listaa sisältöjä esim. kuukaudeksi kerrallaan.
4. Kirjoita somepäivitystekstit etukäteen ja mieti kuvia.
5. Aikatauluta julkaisut sisältökalenteriin.
  - Kuka on vastuussa päivityksen toteutuksesta ja julkaisusta?

Lähde: [4+1 vinkkiä hankeviestintään somessa - DesignInspis](#)



# Trendejä 2026

1. Visuaalisuus: voisiko hanke kokeilla *unhinged-strategiaa* (eli tarkoituksella epämuodollista, humoristista... tavoitteena viihdyttää ja jäädä mieleen) TikTokissa tai Instagramissa, joissa kohderyhmä on nuorempaa? Se mikä on uskottavaa markkinointia vanhemmille ikäpolville, ei ole sitä nuoremmille.
2. AI ja AR-filtterit mahdollistaa asioita, jotka eivät todellisuudessa mediabudjettiin mahtuisi. Minkälaisesta taustamaisemasta tai stuntista olet aina haaveillut? Toteuta se tekoälyllä!
3. Vastaisku lyhyille, aisteja ylikuormittaville sisällöille? Monet sisällöntuottajat ja yhteisöt tuottavat syväluotaavaa ja hidasta sisältöä. Podcastit voivat olla monen tunnin mittaisia!
4. Nuoret seuraavat vaikuttajia ja saavat yhteiskunnalliset uutisensa lyhytvideoista.

Lähde: [Sosiaalisen median trendit ja ilmiöt 2025 - Miltton](#) ja [Sosiaalisen median trendit 2025](#)



# Turvaverkkoja nuorten tulevaisuuteen -aluehankkeet somessa

- **Jäkälä:** [LinkedIn](#) [Instagram](#)(hva-jh)
- **KokoOma:** [Instagram](#)
- **Perheenä perille:** [Facebook](#)  
[Instagram](#) [LinkedIn](#)
- **PerheYhdessä:** [Facebook](#) [Instagram](#)
- **SataSoila:** [Instagram](#)(hva-ls)
- **Sointu:** [LinkedIn](#)
- **TraumaTaito:** [Instagram](#)(hva-jh)
- **Vera:** [LinkedIn](#)
- Puuttuuko joku? ->  
marianne.peltoniemi@lskl.fi

## SOILA somessa

- LSKL: [Facebook](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#)
- Pesäpuu ry: [Facebook](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#)
- THL: [Facebook](#) [LinkedIn](#)
- **SOILAn [LinkedIn](#)-ryhmä!**



[YouTube: Miten lastensuojelua uudistetaan Suomessa vuonna 2025?](#)



# Ollaan yhteydessä!

Marianne Peltoniemi

viestintä- ja verkostokoordinaattori

Marianne.Peltoniemi@LSKL.fi

[LinkedIn](#)

Blogi 1.10.2024: [Viestinnän vinkit lastensuojelun uudistajille \(lskl.fi\)](#)

Kiitos LSKL:n somevastaava Mari Tuovinen somesisältöjen konsultoinnista!

SOILA

SOILA

# Yhdenvertaisempi viestintä

Soila Veltheim  
erikoissuunnittelija  
THL

SOILA

# Yhdenvertainen viestintä luo luottamusta

- Yhdenvertainen viestintä tarkoittaa viestintää, joka huomioi ja kunnioittaa kaikkien ihmisten taustat, tarpeet ja oikeudet.
- Yhdenvertainen viestintä parantaa toimintamme laatua ja asiakkaiden luottamusta meihin.
- Se luo turvallisuutta ja vahvistaa uskottavuuttamme.
- Yhdenvertaisempaa viestintää teemme yhdessä.
- Kunnioittava kielenkäyttö, moninaisuuden huomioinen ja selkeys ja saavutettavuus
- Pohdi, onko järjestämässäsi tilaisuudessa tarpeen ottaa käyttöön turvallisemman tilan säännöt.
  - Esimerkkinä Turvallisen tilan periaatteet tapahtumissa:  
[THL:n turvallisempien tapahtumien periaatteet](#)

# Viisi vinkkiä

1. Pohdi, kenelle viestisi on suunnattu
2. Viesti kunnioittavasti kaikista ihmisistä
3. Käytä moninaisia kuvia
4. Luo puitteet turvallisemmalle keskustelulle
5. Osallista ja jaa kokemuksesi yhdenvertaisemmasta viestinnästä

Lähde: [”Sinun on turvallista olla meihin yhteydessä” – Viisi vinkkiä yhdenvertaisempaan viranomaisviestintään \(THL blogi\)](#)



# Esimerkkejä

Henkilö tai ihminen erikseen

- Mielensterveyskuntoutuja -tilalle: henkilö, jolla on mielensterveyden haasteita
- Autisti -tilalle: autismin kirjon henkilö, autistinen henkilö
- Huumenuori, narkomaani tai huumeiden käyttäjä -tilalle: ihminen, joka käyttää huumeita tai huumeita käyttävä ihminen, ei huumenuori
- Ongelmaperhe -tilalle: perhe, jolla on ongelmia/haasteita
- Osatyökykyinen tai työtön -tilalle: osatyökykyinen henkilö, työtön henkilö
- Skitsofreenikko -tilalle: ihminen, jolla on skitsofrenia (samoin muut sairaukset, vammat jne).



# Lisää esimerkkejä

## Oletukset

”Mistä sinä olet alun perin kotoisin?” -kysymykseen on sisäänrakennettu oletus, että puhuteltavan kotipaikka on jokin muu kuin Suomi.

Aloitetaan puhumaan esim. englanniksi henkilön ihonvärin vuoksi.

## Sanonnat

”muina miehinä”, ”vihamies” tai ”jokamiehen oikeudet”.  
Esimerkiksi tarkoitettaessa ketä tahansa tavanomaista ihmistä, kannattaa ”kadunmiehen” tai ”jokamiehen” sijaan puhua vaikka rivikansalaisesta.

Lähde: [Syrjimätön kieli – opas inklusiiviseen kielenkäyttöön ja viestintään \(KSL opintokeskus\)](#)

# Konkreettisia vinkkejä

Hyvä tapa osallistaa ihmisiä keskusteluun on luoda avoin ja turvallinen ympäristö, jossa kaikki tuntevat olonsa tervetulleiksi ja arvostetuiksi.

## **Aloita selkeällä kysymyksellä:**

- Esitä kysymyksiä, jotka ovat avoimia ja kannustavat ihmisiä jakamaan ajatuksiaan., esimerkiksi: “Mitä mieltä olette tästä ideasta?” tai “Miten voisimme parantaa tätä prosessia?”

## **Kuuntele aktiivisesti:**

- Näytä, että arvostat kaikkien mielipiteitä. Nyökkää, tee muistiinpanoja ja esitä tarkentavia kysymyksiä.

## **Käytä erilaisia osallistamismenetelmiä:**

- Hyödynnä ryhmäkeskusteluja, pienryhmätyöskentelyä, kyselyitä ja äänestyksiä. Tämä antaa kaikille mahdollisuuden osallistua tavalla, joka heille sopii parhaiten.



# Sanastoja

- Maahanmuutto ja kulttuurinen moninaisuus -käsitteet
- Seksuaalisuuden ja sukupuolen sanasto
- Sukupuolten tasa-arvo
- Yhdenvertaisuuden käsitteet
- Käsitteet – Verkkokoulutus antirasismista ammattilaisille, eOppiva



# Lue lisää yhdenvertaisemmasta viestinnästä

- [Tasa-arvon tarkistuslista hankkeelle \(THL\)](#)
- [Terveydenhuollon ammattilainen, ota käyttöön sateenkaarinuorten vinkit arvostavaan kohtaamiseen \(THL blogi\)](#)
- [Verkkokoulutus antirasismista ammattilaiselle \(THL\)](#)
- [Viestinnän vinkit lastensuojelun uudistajille \(LSKL\)](#)



# Katso yhdenvertaisemmasta viestinnästä

Videoita Youtubessa:

- [Lloyd's Bank advert - This Is Real Life](#)
- [Yhdenvertaisuus ja syrjimättömyys \(video 1\): Mitä ne tarkoittavat? \(Oikeusministeriö\)](#)
- [Yhdenvertaisuuden edistäminen työpaikalla \(Oikeusministeriö\)](#)
- [Främjande av likabehandling i arbetslivet \(Justitieministeriet\)](#)

# Ollaan yhteydessä!

Marianne Peltoniemi

viestintä- ja verkostokoordinaattori

Marianne.Peltoniemi@lskl.fi

[LinkedIn](#)

Soila Veltheim

erikoissuunnittelija

Soila.Veltheim@thl.fi

Niina Weckroth

hankekoordinaattori

Niina.Weckroth@thl.fi

**TAIDETTIIN JUST VÄHÄN**

**UUDISTAA LASTENSUOJELUA**

imgflip.com

Warner Bros.



**Euroopan unionin  
osarahoittama**

SOILA-koordinaatiohanke

