

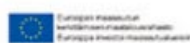


KUHINAA KYLIIN!



Hanke- ja kyläviestintä

Lappeenranta 12.11.2012 • Imatra 13.11.2012





Kuka?

Ulla Maria Hoikkala



- Tiedottaja, Kaakkois-Suomen viestintähanke
- Kaakkois-Suomen Leader-toimintaryhmien työrukkanen
- Toimittaja, valokuvaaja
- Viestintäalan yrittäjänä yli 20 vuotta



Mitä?

MITÄ ON VIESTINTÄ?

Virallista vs epävirallista.
Suoraa vs epäsuoraa.
Ihmiseltä ihmiselle.

Sanat.





Miten?

SANOJEN SÄILÄ

- 4-vuotias lapsi hallitsee 5 000 sanaa.
- Aikuinen hallitsee 40 000 – 50 000 sanaa.
- Koulutettu käyttää jopa 100 000 sanan varastoa.
- Nykysuomen sanakirjan yksinkertaistettu versio sisältää noin 200 000 sanaa.
- Kaikkine vivahteineen suomen kielessä on noin miljoona sanaa.





Miten?

VIESTIN PERILLEMENO

10 % teksti

15 % kuulo

60 % näkö

15 % maku, haju, tunto



Miten?

~~VIESTIN PERILLEMENO~~

Viestintä ei ole sitä, mitä luulet sanovasi.

Viestintä on sitä, mitä ihmiset ottavat sinulta vastaan
ja ymmärtävät.

Parasta viestintää on yksinkertainen viestintä



Kaakkois-Suomen viestintähanke / umh



Miten?

MUUTOS VIESTINTÄILMAPIIRISSÄ!

Ennen

Hidas elämänmeno.

Puskaradio kulki kylän raittia.

Sosiaalisuus oli pehmeitä arvoja.

Istuttiin nokakkain ja juotiin kahvit.



Nyt

Kiire ja valtava tietoähky.

Sosiaalisuus on virtuaalista.

Puskaradio on siirtynyt nettiin.

Jos kaipaavat tietoa – Googleta!

NÄILLÄ PELIMERKEILLÄ SIIS PELATAAN!



Mitä?



Viestintää vai tiedottamista?

- Hyvin suunniteltua, tekevän tahon ja vastaanottajan välistä kommunikointia
 - Kohdennettua ja oikea-aikaista
 - Vuorovaikutteista => kaksisuuntainen katu
 - Selkeää
 - Positiivista ja johdonmukaista
 - Painottaa sisältöä, ei välineitä
 - Tukee tavoitteiden saavuttamista
- Yksisuuntaista
 - Passiivista
 - Tekevän tahon määrittämää

Molempia tarvitaan – sisältö ratkaisee.



Kenelle?
Miksi?

HANKEVIESTINTÄ

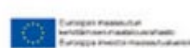


”Julkista tukea saaneista hankkeista on tiedotettava aktiivisesti.”

”Hyvinvoiva maaseutu on kansallinen voimavara.”

”Pääasiallisena kohderyhmänä on suuri yleisö.”

”Viestintä pyrkii osaltaan synnyttämään ja ylläpitämään laajamittaista keskustelua maaseudun kehittämisestä.”





Kenelle?
Miksi?

HANKEVIESTINTÄ

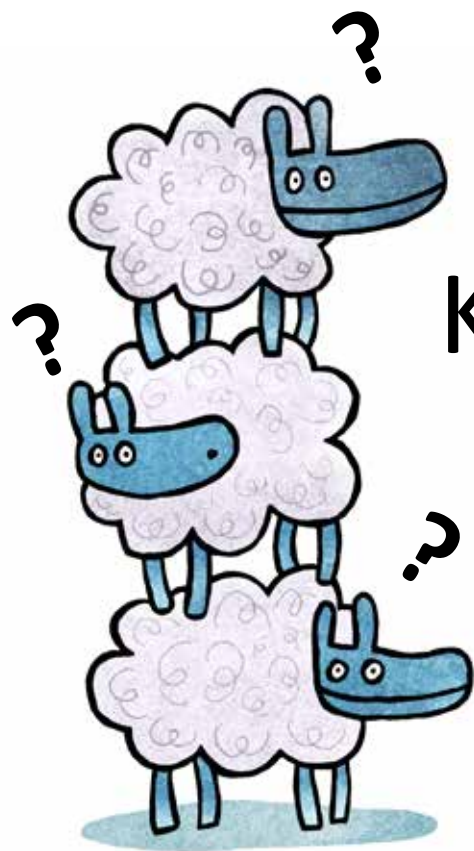


Miksi pitää kynttilää vakan alla?
Hyvät käytännöt jakoon!
Positiivinen julkisuus saa ihmiset liikkeelle
hankkeiden pariin.
Tietoisuus hankkeista lisääntyy.
Uusia hankkeita syntyy.

Kaikkien yhteinen hyvä.



Kenelle?



HANKE?
MIKÄ HANKE?
KYLÄTALO? MISSÄ?
KUKA?
MIKÄ KYLÄ?
MISSÄ?
HÄH?



Miten?



HERKUTELLAAN VIESTINNÄLLÄ!

Viestintä ei ole tekniikkalaji,
vaan ihmissuhdelaji.



Mitä?

Viestinnän esteitä



- Resurssit
- Aikataulutus
- Miten saada ihmiset liikkeelle?
- Hanke sanana kokenut inflaation
- Osaaminen
- Tiedon pihtaaminen



Miten?

KOOTUT SELITYKSET eli kun homma ei luista

Kyllähän kaikki tän tietää.
Ei kai me rahaa tähän laiteta?
No pannaan seurapalstalle pieni mainos.
Mie kirjoitan käsin, tekstaan nätisti.
Minul on kopiokone kotona. Otetaan sillä.
Viedään kaupan seinälle ilmoitus.
Meijän pojan kaveri osaa, kyllä se tekee.





Miten?

KUN HOMMA EI LUISTA!

Asenteet, arvomaailma ja yksilölliset tarpeet vaikuttavat viestin tulkintaan

- Naamakerroin
- Kitkaa muualla
- Vikaan menneet projektit





Miten?

PIELEEN MENI, MUTTA MENKÖÖN!

Puhumme epäselvästi.
Kuuntelemme huonosti.
Kirjoitamme sekavasti.
Luemme huolimattomasti.
Osoitamme ilmeillämme muuta kuin sanoillamme.
Ymmärrämme väärin.

Ja sitten vielä ihmettelemme, kun homma ei luista!





Miten?

OLE LUOVA! OLE AVOIN!



- Mitä haluat sanoa? Kenelle sen kohdennat?
- Mitkä ovat tavoitteesi viestinnässä?
- Kaiva itsestäsi luovuus ja mieti asia uusiksi.
- Pura sanottavasi osiksi ja rakenna paloista uusi kokonaisuus.
- Tee asiat eri tavalla kuin ennen.
- Ajattele sanottavasti **aina** vastaanottajan, älä itsesi näkökulmasta.
- Vain sinä ymmärrät itsestäänselvyydet.



Miten?

Kohderyhmäkohtaista viestintää



Sisäinen viestintä eli omat joukot:

Epävirallinen viestintätyyli - nokat vastakkain, sähköposteja, tekstiviestejä, kylän raitilla tapaamisia, some – facebook yms.

Rahoittajat:

Virallinen viestintätyyli – ohjausryhmät, pöytäkirjat, muistiot, raportit

Suuri yleisö, yhteistyökumppanit:

Media kehiin - lehtijutut, tiedotteet, seminaarit, työpajat, messutapahtumat, verkkosivut, some



Kenelle?

VIESTINTÄSUUNNITELMA





Miten?

TARVITAAN NUORIA – TARJOTAAN KOKEMUSTA



Nuoria tarvitaan mukaan toimintaan.

Nuoret tarvitsevat kokemusta ja vastuuta.
Tarjotaan sitä heille!

Houkuttele hyvällä lisällä ansioluetteloon!
Se kertoo yhteistyökyvystä työnantajalle ja
opiskelupaikalle.



NUORET MUKAAN

Selvitä, mitä kieltä nuoret puhuvat? Some-kieltä!
Missä he viettävät aikaansa? Somessa!
Mistä he ovat kiinnostuneita? Somesta!

Käytä samoja keinoja. Mene sinne, missä hekin ovat.

Tietotekniikka

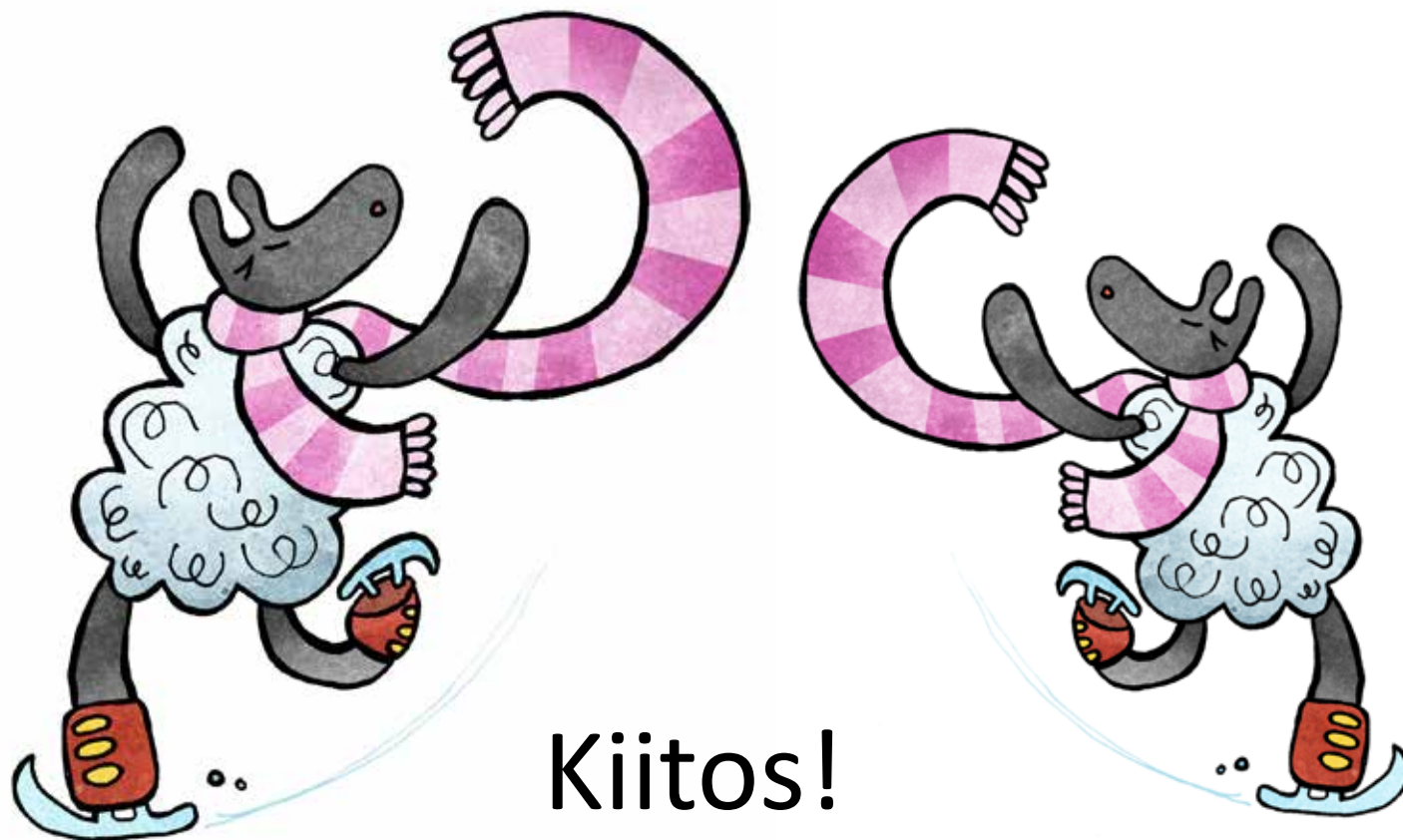
- Anna heille vastuuta – he ovat syntyneet känny kädessä ja näppäimistö suussa.
- He ovat oivallisia yhteistyökumppaneita.
- Anna heidän suunnitella, mitä voisivat tehdä.
- Anna heidän kokeilla – mutta pidä huoli rajoista.
- Vastuu kasvattaa vastuuta.





Yhdessä?

LUISTELLAANKO YHDESSÄ?



Kiitos!