

Mun talous, mun koulutus - seminaari, 7.11.2013 -

# Nuorten tavoittaminen sähköisin menetelmin



## Verkkonuorisotyön

- Digitalisoituneen, tietoverkottuneen median hyödyntäminen

työssä

## Valtakunnallinen

- Kohderyhmänä nuorten parissa työskentelevät

## Kehittämiskeskus

- Kartoittaa, kouluttaa, kehittää

# Nuorten tavoittaminen sähköisin menetelmin

Työpajan sisältö:

1. Sähköiset menetelmät | Media, tietoverkko, digitaalisuus
2. Tavoittamisen perusteita | Muutokset ajattelutavoissa
3. Case-pohdintaa ryhmissä |

# Lyhyesti käsitteistä

palvelut  
pelaaminen  
tabletti  
wide  
wlan  
mediakasvatus  
koodaaminen  
web  
netti  
medialukutaito  
älypuhelin  
augmentoitu  
verkkonuorisotyömedia  
asiakaspalveluubiikki  
world digitaalinen  
viestintä  
animaatio  
sähköiset  
mediakriittisyys  
konvergenssi  
tietokone  
html  
internet

# Lyhyesti tietoverkkojen vaikutuksesta

Tietoverkkojen verkko

- Tietoverkot rakentuvat tietokoneiden varaan
- Viestintä, kommunikaatio ja tietojärjestelmät nojaavat tähän rakennelmaan?

- Mitä jos internet nyt häviäisi?

Muita termejä:

- World Wide Web
- Hyperteksti
- HTTP/HTTPS

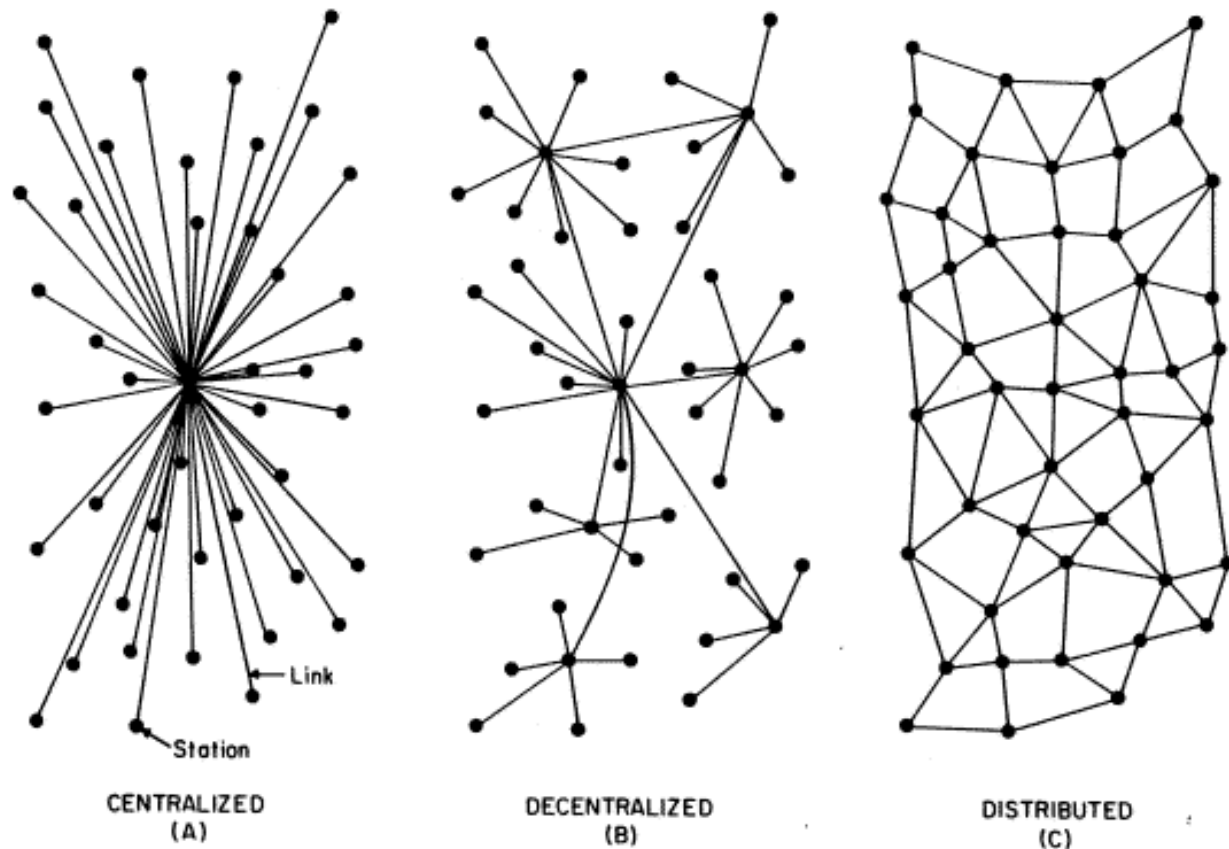


FIG. 1 – Centralized, Decentralized and Distributed Networks

# Tietoverkon tuomia muutoksia

Facebook ym. ovat tiloja, jotka ovat rakentuneet verkottuneiden teknologioiden varaan ja joissa yhteisöllisyys syntyy ihmisten, teknologioiden ja käytäntöjen risteyksessä.

Keskeiset ominaisuudet erona aiempiin medioihin ovat:

Pysyvyys

Etsittävyys

Kopioitavuus

Skaalattavuus

Dynamiikkaerot

Näkymätön yleisö

Purkautuneet kontekstit

Yksityisen ja julkisen rajan sekoittuminen

([danah boyd, 2008](#))

# Sosiaalinen media, some, web 2.0....

Keskeiset erot “web 1.0” verrattuna?

1. Rakenteelliset eroavaisuudet html:n tasolla tarkoittavat sisältöjen parempaa hyödynnettävyyttä ja uusiokäyttöä
2. Sisällön tuottaminen, jakaminen ja kommentoiminen helpompaa
3. Keskeistä vuorovaikutus, jaettu tekeminen ja sosiaalisuus

*Pohdittavaksi? Pelit sosiaalisena mediana? Onko pelit toiminnallinen sosiaalinen media? → Steam, Xbox Live, ym.*

# Tiedonvälitys vs. osallistuminen

Ennen puhuttiin  
1% säännöstä  
(90/9/1)

Osallistumisen  
tapoja  
enemmän -

osallistujien  
määrä kasvanut



# Nuorten puheenvuoro





# Osallisuuden genret ([Ito ym. 2010](#))

## 1. Hengailu (Hanging out)

perustuu kaveripohjaiseen motiiviin, ystävyyspohjaisuus  
Facebook-kaverit pohjautuvat tai johtuvat reaaliympäristön tutuista  
tykkäämiset, kommentoinnit ja meemien levittämistä

## 2. Hassuttelu (Messing around)

leikillisuus, sisältöjen muokkaaminen tai tuottaminen  
“urpoilu ja sekoilu”

näiden kahden ääripään välinen maasto, jossa motiivit vaihtuvat

## 3. Uppoaminen (Geeking out)

syvä intohimo tai mielenkiinto jotakin tiettyä aktiviteettiä tai aihealuetta  
kohtaan, keskeistä jaetut kiinnostuksen kohteet, määrällisesti ison tuntimäärän  
käyttäminen asiantuntijuuden ja maineen ylläpitämiseen

# Keskeiset työkalut/tavat/ympäristöt

1. Facebook | Sosiaaliset verkko-yhteisöt
2. Instagram | Mobiililaitteisiin perustuva kuvablogi/yhteisö
3. Whatsapp/Kik/Snapchat | Monimediainen pikaviestin
4. Ask.fm | Yhteisöpalvelu, perustuu kysy/vastaa-toimintoon



Pohdittavaa → Muutokset laitteiston ja ohjelmistoympäristön tasolla?



# Web 3.0, (lähi)tulevaisuus, mitä se tarkoittaa?

“Internet of things”

Digitalisoitumisen jatko - esim. bitcoin

Semanttinen verkko

Darknet, Tor-verkot, Hyperboria - uudenlainen verkkoyhteisöllisyys

# Tavoittaminen | lähtötilanne

1. Kuka on kohderyhmä?
2. Mitkä ovat kohderyhmän keskeiset laitteet ja ympäristöt?
3. Mitä tavoittamisella pyritään saamaan aikaiseksi?
4. Mitä resursseja on käytössä?
5. Millä aikavälillä toimitaan?
6. Mittasuhteiden arvioiminen?

# Tavoittaminen | ajatuksia

1. Tavoittamisen suunta → Informaatio < -- > kohde
2. Viestintää → Autoritaarisuus vs. dialogisuus
3. Kuka osallistuu? → Joukkoistaminen, mikro-osallisuus
4. Sisällöt? → Luomista, yhdistämistä, kuratoimista
5. Monimediallinen ilmaisu → Vaikutuskynnyksen ylittäminen

# Tavoittaminen | työkaluja

1. Yhteisömainonta → Tarkennettu markkinointi
  - Realistisuus odotuksissa, suunniteltu rajaaminen
2. Viraaliviestintä → Suunniteltu viraalisuus?
  - Flashmob-ilmiö/syndrooma
3. Avoimen sisällön rajapinnat
  - Tavoittamista siellä missä on jo jotain
  - Oman sisällön hyödyntämismahdollisuudet
4. Läsnäolevuus digitaalisessa tietoverkossa

# Tavoittaminen ja palvelut | Case-pohtimista

1. Jämsäläisten lukiolaisten tavoittaminen ja heille valitun materiaalin saaminen
2. Maksuhäiriöisten nuorten aikuisten palveleminen verkossa
3. Pienten lasten äitien tavoittaminen keskustelua varten
4. Digitaalisia pelejä paljon pelaavien nuorten tavoittaminen

# Tavoittaminen ja palvelut | Case-pohtimista

1. Missä kohderyhmä viettää aikaa, missä palveluissa?
2. Mikä olisi sopivin sisällön esittämismuoto?
3. Mitkä ovat viestin pääasialliset viestintäkanavat?
4. Mitä palveluita tulisi ottaa käyttöön?
5. Millaisia resursseja se vaatii?
6. Millaisia hyötyjä palvelusta olisi asiakkaalle?