



Barnahus



Terveyden ja
hyvinvoinnin laitos

Barnahusin strateginen ja operatiivinen viestintäsuunnitelma

Euroopan unionin
yhteisrahoittama



EUROOPAN UNIONI

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Euroopan neuvoston
yhteisrahoittama ja toteuttama



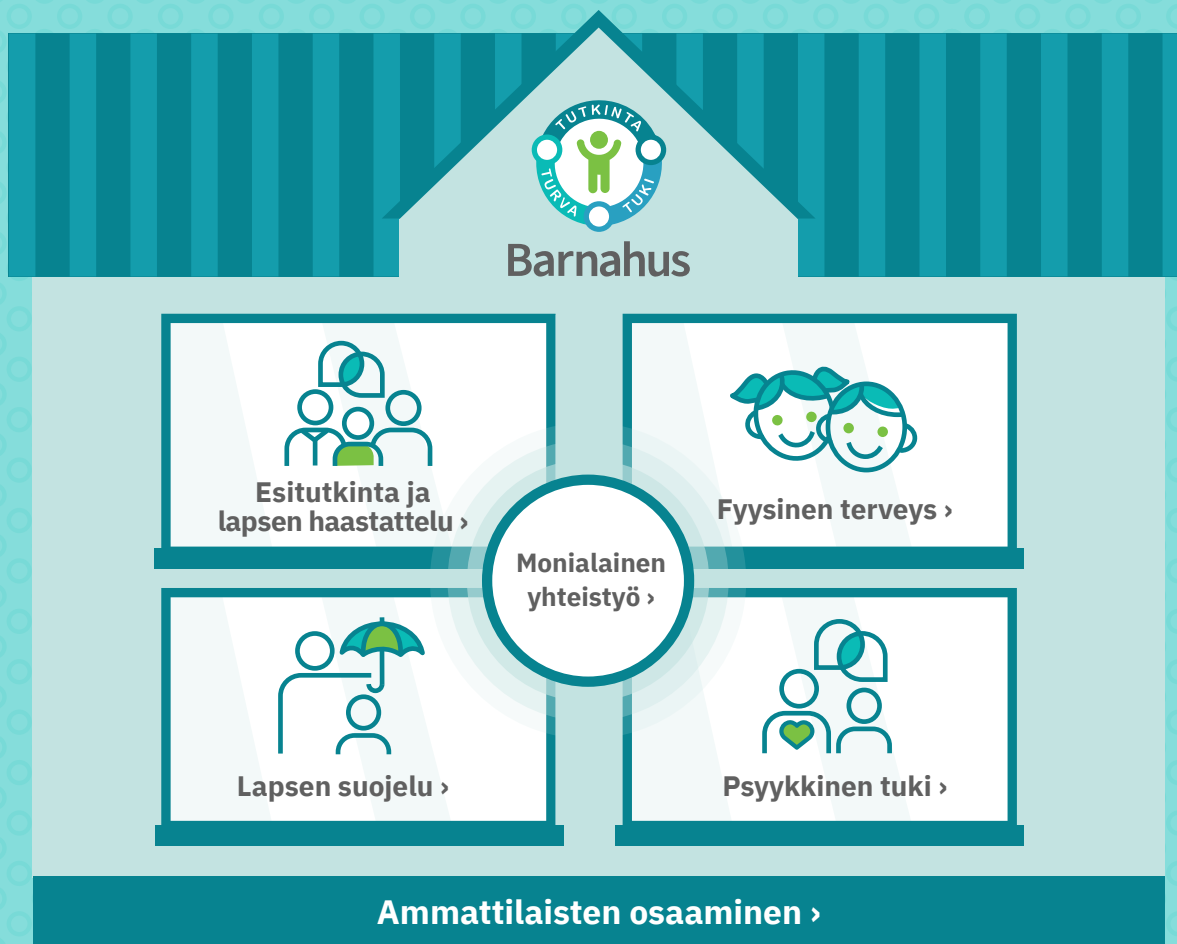
Tämä asiakirja on toteutettu Euroopan unionin ja Euroopan neuvoston taloudellisella tuella. Sen sisältö on yksinomaan kirjoittajien vastuulla, eivätkä siinä esitetyt näkemykset millään tavalla kuvasta Euroopan unionin eikä Euroopan neuvoston näkemyksiä.

Kaikki oikeudet pidätetään. Mitään tämän julkaisun osaa ei saa kääntää, jäljentää eikä siirtää missään muodossa eikä millään tavoin sähköisesti (Internet ym.) eikä mekaanisesti, mukaan lukien valokopiointi, tallennus ja mitkä tahansa tietojen tallennus- ja hakujärjestelmät, ilman Euroopan neuvoston viestintäosaston (Directorate of Communications) etukäteen antamaa kirjallista lupaa (F-67075 Strasbourg Cedex tai publishing@coe.int).

Julkaisun tai sen osan jäljentämistä tai kääntämistä koskevat pyynnöt on lähetettävä Euroopan neuvoston viestintäosastolle.

Kaikki muut julkaisua koskevat viestit pyydetään lähettämään Children's Rights Division -osastolle, children@coe.int.

Hanke saa osarahoituksen Euroopan unionilta teknisen tuen välineen kautta, ja sitä rahoittaa ja toteuttaa Euroopan neuvosto yhteistyössä Euroopan komission rakennerahaston (DG REFORM) kanssa.



JOHDANTO

Tervetuloa Barnahusin viestintäsuunnitelman pariin. Tämän opuksen ensimmäinen osa, viestinnän käsikirja, toimii viestinnän tekemisen työkaluna. Löydät käsikirjasta helposti ja nopeasti tarvittavat tiedot siitä, miten viestimme Barnahusista ammattilaisille sekä perheille.

Käsikirjan toisessa osassa syvennymme Barnahusin viestinnän strategiseen tasoon, joka vaikuttaa toimenpiteiden taustalla. Avaamme ja puramme osiin mistä olemme lähteneet, mitä tavoittelemme, keiden kanssa Barnahus-mallia toimeenpannaan, kenelle viestintämme kohdistetaan ja mitä kanavia käytämme sekä miten.

Lopuksi tutustumme viestinnän toimintaohjelmaan ja vuosikelloon sekä esimerkkeihin siitä, miten viestintää jalkautetaan käytännössä.

1. JOHDANTO
2. VIESTINNÄN KÄSIKIRJA
 - 2.1 Ääni ja viestit

Hissipuhe 1. Näin viestimme perheille ja lapsille

Hissipuhe 2. Näin viestimme ammattilaisille

Avainviestit

Äänensävy

Boilerplate
 - 2.2 Visuaalinen identiteetti

Logo

Värit

Saavutettavuus

Typografia

Graafiset elementit

Kuvamaailma
3. VIESTINNÄN STRATEGIA TOIMENPITEIDEN TAUSTALLA
 - 3.1 Kokonaiskuva: Barnahus-toimijat
 - 3.2 Viestinnän lähtötilanne
 - 3.3 Viestinnän tavoitteet
 - 3.4 Viestinnän kohderyhmät
 - 3.5 Viestinnän kanavat
 - 3.6 Keinot ja tärkeimmät kanavat kohderyhmittäin
 - 3.7 Seuranta ja mittarit
 - 3.8 Viestintästrategia kohderyhmittäin
4. TOIMINTAOHJELMA, AIKATAULU JA VUOSIKELLO
 - 4.1 Vuosi 2024
 - 4.2 Vuosi 2025
 - 4.3 Vuodet 2026–2028
5. ESIMERKKEJÄ VIESTINNÄN JALKAUTUKSISTA

Sisältö

2. Viestinnän käsikirja



2.1 Ääni ja viestit

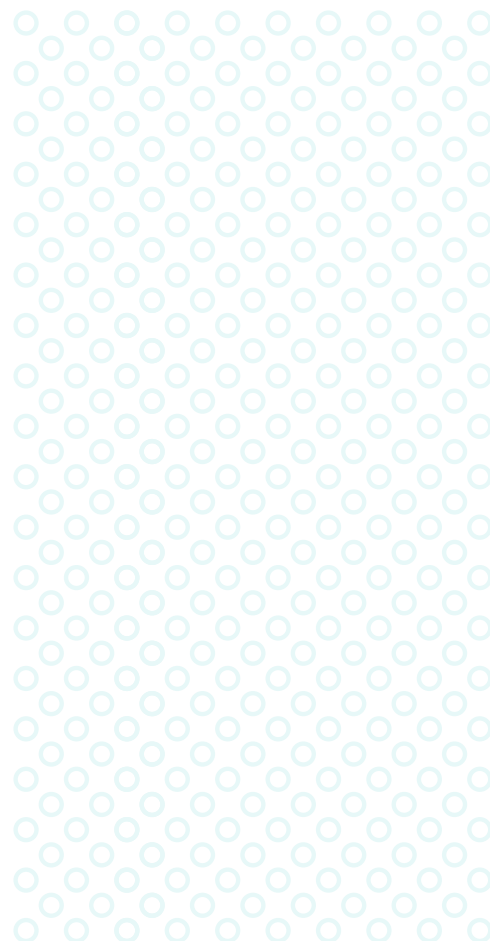
HISSIPUHE 1.

Näin puhumme perheille ja lapsille.

Barnahus on toimintamalli, joka parantaa lapsiin ja nuoriin kohdistuvien väkivaltaepäilyjen selvitysprosesseja sekä väkivaltaa kokeneiden lasten tukea ja hoitoa. Kun lapseen tai nuoreen epäillään kohdistuneen väkivaltaa, lapsella on oikeus saada lapsiystävällistä ja osaavaa viranomaispalvelua.

Barnahus-mallissa kiinnitämme huomiota siihen, että tilanteen selvittäminen kuormittaisi lasta tai nuorta mahdollisimman vähän. Haastattelukertojen määrä minimoidaan ja kuuleminen tehdään lapsiystävällisessä ympäristössä ammattitaidolla.

Barnahus kokoaa yhteen useita eri alojen ammattilaisia. Kuvaamme toimintamallia lastenasiantalona, jossa on neljä huonetta. Jokaisella huoneella on omat tavoitteensa ja toimintonsa. Yhdessä huoneessa tehdään esitutkinta ja lapsen haastattelu. Toisessa huoneessa varmistetaan fyysinen terveys, kolmannessa keskitytään lapsen suojeluun ja neljännessä huolehditaan tarvittavasta psyykkisestä tuesta. Näin toimimalla haluamme varmistaa lasten oikeuksien toteutumisen.





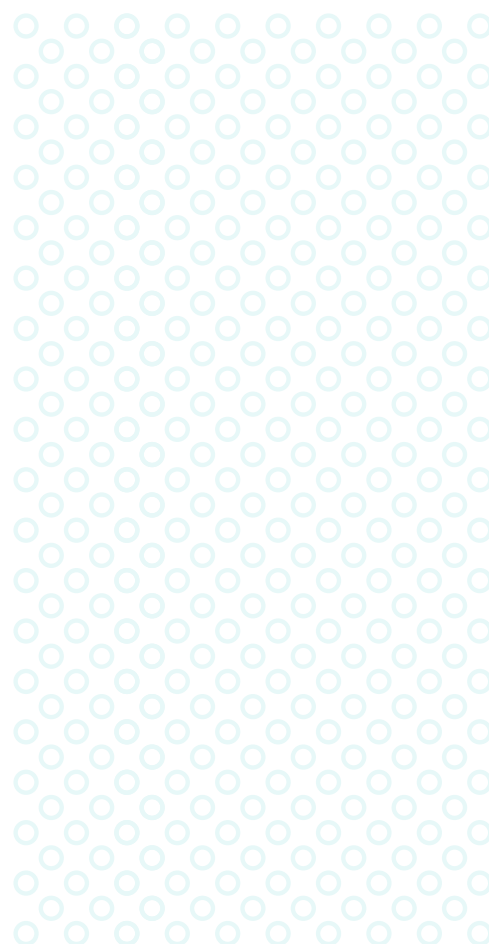
HISSIPUHE 2.

Näin puhumme ammattilaisille.

Barnahus-verkosto on olemassa siksi, ettei yhdenkään ammattilaisen tarvitsisi tuntea olevansa yksin.

Työ väkivaltaa kokeneiden lasten ja nuorten auttamiseksi on haastavaa. Uutta tietoa julkaistaan kiihtyvään tahtiin ja työn kenttä kehittyy jatkuvasti. Barnahusista saat ajankohtaista tietoa siitä, mikä on paras tapa toimia.

Moniammatillinen ja lapsiystävällinen toimintamalli auttaa ammattilaista työn kaikissa vaiheissa. Kun toimintamme perusta on tieto ja yhteistyö eri ammattilaisten välillä, turvaamme lasten oikeuksien toteutumisen. Yhdessä olemme enemmän.



2.2 Avainviestit

BARNAHUS-AVAINVIESTIT AMMATILAISILLE

Avainviesti 1.

Et ole yksin. Moniammatillinen Barnahus-verkosto on tukenasi.

- Barnahus-sivustolle on tuotettu moniammatillisesti tietoa ja työvälineitä, jotka auttavat ammattilaista työarjessa.
- Barnahus-verkkokoulu soveltuu kaikille lasten, nuorten ja perheiden kanssa työskenteleville ammattilaisille.
- Mikäli et löydä tarvitsemaasi apua Barnahus-sivustolta tai alueeltasi, voit olla meihin yhteydessä.

Avainviesti 2.

Tieto siitä, miten voimme auttaa väkivaltaa kokeneita lapsia ja nuoria, kehittyy jatkuvasti. Barnahusista saat ajankohtaiset tiedot parhaasta tavasta toimia.

- Uutta tutkimusta ilmestyy jatkuvasti.
- Barnahus julkaisee uutta tietoa ja kouluttaa uusia työmenetelmiä.
- Tiedon lisääntyminen ja palvelujärjestelmän kehittyminen ovat muuttaneet työn kenttää viime vuosina.

Avainviesti 3.

Lapsiystävällinen ja tietoon perustuva palvelu väkivaltaepäilytilanteissa on lapsen oikeus.

- Kansainväliset ihmisoikeussopimukset takaavat lapselle laadukkaan ja lapsiystävällisen väkivaltaepäilyjen selvitysprosessin ja sen jälkeisen tuen
- Väkivaltilanteen tunnistaminen ja siihen puuttuminen voi pelastaa lapsen hengen.



BARNAHUS-AVAINVIESTIT AMMATILAISILLE JA HISSIPUHE

Hissipuhe

Työ väkivaltaa kokeneiden lasten ja nuorten auttamiseksi vaatii monialaista yhteistyötä. Barnahus-verkosto on olemassa siksi, ettei yhdenkään ammattilaisen tarvitsisi tuntea olevansa yksin. Moniammatillinen ja lapsiystävällinen toimintamalli auttaa ammattilaista selvitysprosessien kaikissa vaiheissa. Kun toimintamme perusta on tieto ja yhteistyö eri ammattilaisten välillä, edistämme lasten oikeuksien toteutumista.

Avainviesti 1.

Et ole yksin. Moniammatillinen Barnahus-verkosto on tukenasi.

Barnahus-sivustolle on tuotettu moniammatillisesti tietoa ja työvälineitä, jotka auttavat ammattilaista arjessa.

Barnahus-verkkokoulu soveltuu kaikille lasten, nuorten ja perheiden kanssa työskenteleville ammattilaisille.

Mikäli et löydä tarvitsemaasi apua Barnahus-sivustolta tai alueeltasi, voit olla meihin yhteydessä.

Avainviesti 2.

Tieto siitä, miten voimme auttaa väkivaltaa kokeneita lapsia ja nuoria kehittyä jatkuvasti. Barnahusista saat ajankohtaisen tiedon parhaasta tavasta toimia.

Uutta tutkimusta ilmestyy jatkuvasti.

Barnahus julkaisee uutta tietoa ja kouluttaa uusia työmenetelmiä.

Tiedon lisääntyminen ja palvelujärjestelmän kehittyminen ovat muuttaneet työn kenttää viime vuosina.

Avainviesti 3.

Lapsiystävällinen ja tietoon perustuva palvelu väkivaltatilanteissa on lapsen oikeus.

Väkivaltatilanteen tunnistaminen ja siihen puuttuminen voi pelastaa lapsen hengen.

Kansainväliset ihmisoikeussopimukset takaavat lapselle laadukkaan ja lapsiystävällisen väkivaltaepäilyjen selvitysprosessin ja sen jälkeisen tuen.

”Olen asiantunteva, auttavainen, kansantajuinen, rohkea ja ytimekäs.”



ÄÄNENSÄVY

JOS BARNAHUS OLISI IHMINEN, HÄN OLISI

- *asiantunteva*
- *auttavainen*
- *kansantajuinen*
- *rohkea ja ytimekäs*

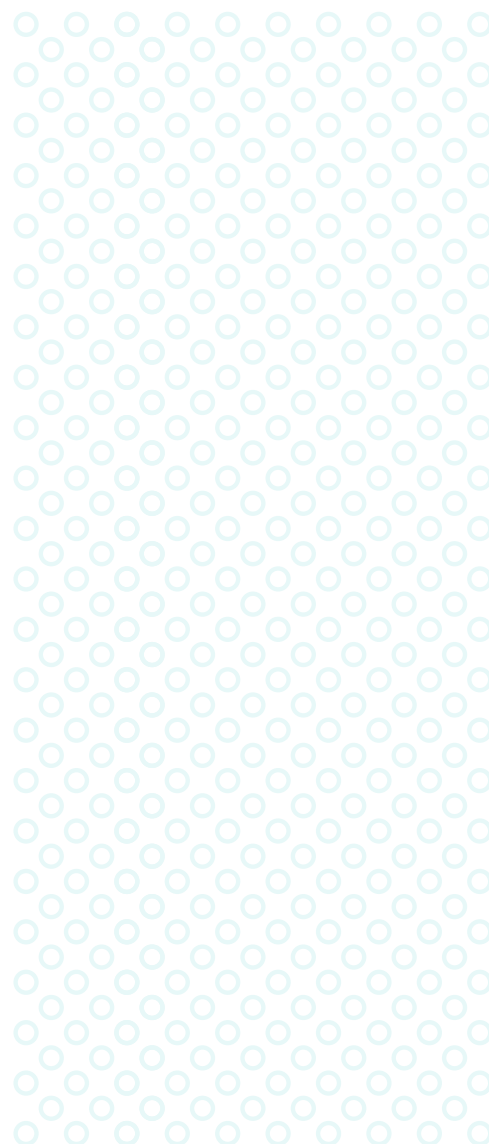
ÄÄNENSÄVY PERHEILLE JA LAPSIKILLE

Turvallinen, luotettava, kodikas / ei-laitosmainen, asiantunteva, auttavainen, kansantajuinen

BOILERPLATE

Barnahus (islantia ja tarkoittaa ”lastentalo”) on lapsiystävällinen, monialaisen viranomaisyhteistyön malli väkivallan uhriksi tai todistajaksi joutuneiden lasten auttamiseksi.

Barnahus-hankkeessa tehostetaan lapseen kohdistuvien väkivaltaepäilyjen selvitysprosesseja sekä väkivaltaa kokeneiden lasten tukea ja hoitoa.



2.2. Visuaalinen ilme

LOGO

Barnahusin viralliset logot ovat vaaka- tai pystyversiot.

Logoista on myös versiot jossa Barnahus-teksti on valkoisena. Näitä versioita käytetään tummissa väri- tai kuvapainnoissa.



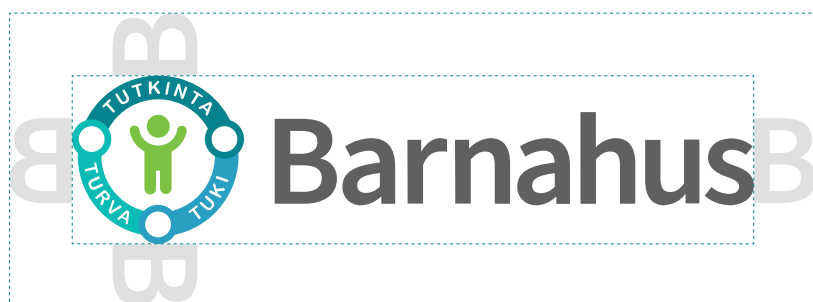
Barnahus



Barnahus

SUOJA-ALUE

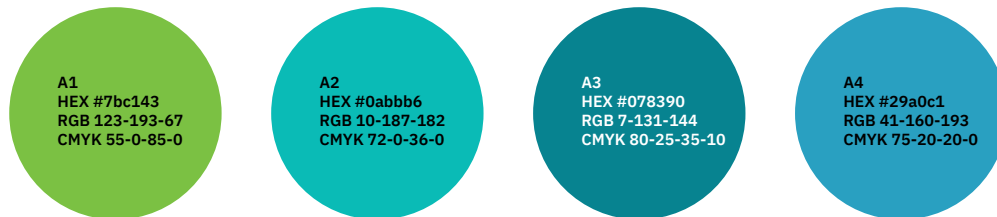
Logon ympärille tulee jättää aina tekstistä ja graafisista elementeistä tyhjä suoja-alue, joka muodostuu suhteessa logon B-kirjaimeen kuvan osoittamalla tavalla. Käytä aina alkuperäisiä tiedostoja.



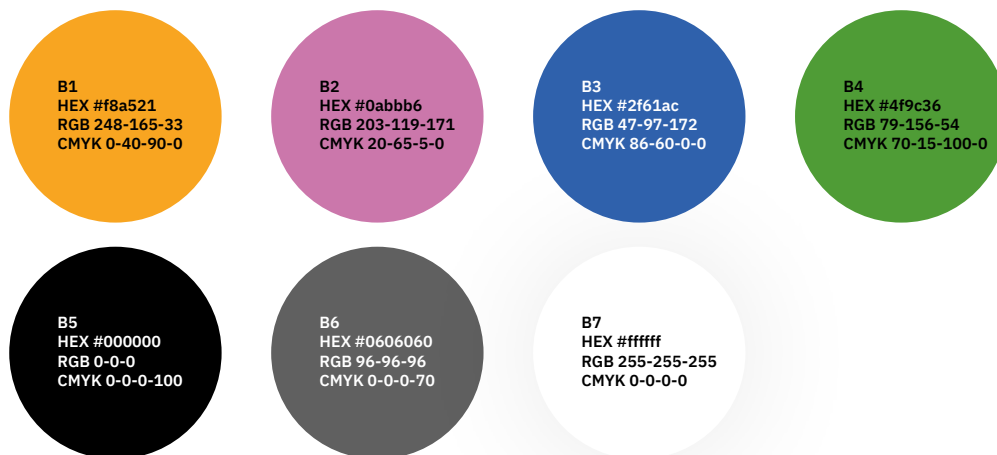
VÄRIT

Barnahusin värimaailman perustana ovat päävärit sekä lisävärit. Harmonisia väriyhdistelmiä saat käyttämällä eri prosentteja samoista väreistä. Barnahusin väripaletin kaikki WCAG-standardin mukaiset väriyhdistelmät löytyvät alla olevasta saavutettavien väriparit -kartasta.

Päävärit



Lisävärit



SAAVUTETTAVAT VÄRIPARIT



TYPOGRAFIA

Barnahusin ensisijainen kirjainperhe on IBM Plex Sans. Sitä käytetään lähtökohtaisesti kaikissa materiaaleissa otsikointiin ja pidempiin teksteihin. Pääasialliset leikkaukset ovat Light, Regular, Medium, Semibold ja Bold, sekä niiden italic-muodot. Tarpeenmukaan voidaan käyttää myös muita leikkauksia.

IBM Plex Sans Bold
IBM Plex Sans Bold Italic

IBM Plex SemiBold
IBM Plex Sans SemiBold Italic

IBM Plex Sans Medium
IBM Plex Sans Medium Italic

IBM Plex Sans Regular
IBM Plex Sans Italic

IBM Plex Sans Light
IBM Plex Sans Light Italic

OFFICE

Tilanteissa, joissa IBM Plex Sans ei ole käytettävissä, se voidaan korvata Source Sans -kirjainperheellä. Esimerkkejä tällaisista tilanteista ovat erilaiset toimistosovellukset, kuten Microsoft Word ja PowerPoint. Source Sansin käyttö on sallittua ainoastaan tällaisissa tilanteissa. Kaikessa markkinointimateriaalissa ja muussa viestinnässä on käytettävä IBM Plex Sans kirjainperhettä.

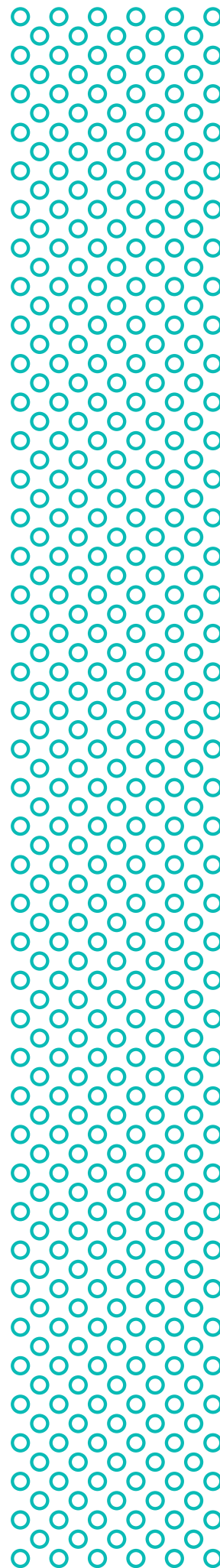
Source Sans Bold
Source Sans Bold Italic

Source Sans Regular
Source Sans Regular Italic



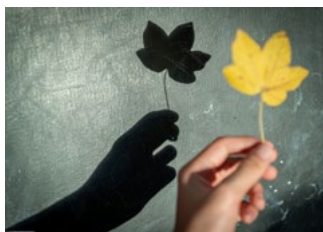
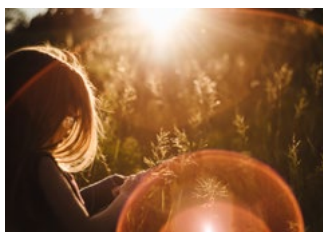
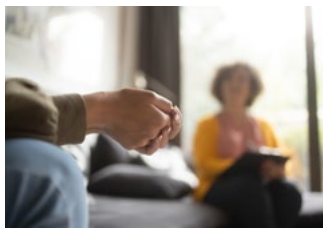
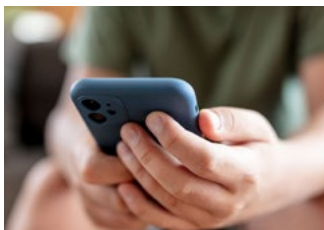
GRAAFISET ELEMENTIT

Piktogrammeja voidaan käyttää erillisinä kuvakkeina tai tehostaa niitä Barnahusin pääväreillä. Pohjavärejä käytettäessä on huomioitava värien saavutettavuus. Värien saavutettavuus voidaan tarkistaa sivulla 11 olevasta saavutettavuuskartasta. Ympyröistä muodostuvaa tekstuuritapettia voidaan hyödyntää yhtenä lisäelementtinä. Tekstuuritapetissa voidaan hyödyntää Barnahusin väriyhdistelmiä, käyttämällä eri prosentteja samoista väreistä.



KUVAMAAILMA

Kuvissa välittyvä Barnahus-maailma on toisaalta vakava ja pelkistetty, toisaalta raikas ja rohkea. Ihmiset ovat luonnollisella tavalla vuorovaikutuksessa toistensa tai ympäröivän maailman kanssa. Kuvissa näytetään ihmisiä, jotka edustavat eri ikäryhmiä, sukupuolia ja kulttuureja. Lasten ja nuorten lisäksi kuvissa esiintyy vanhempia henkilöitä sekä työtehtävissä olevia ammattilaisia. Värimaailma on raikas ja tunnelma ”kovasta aiheesta” huolimatta positiivinen.



A young man with short dark hair, wearing a teal t-shirt and a dark grey backpack with orange accents, is shown from the back and side, looking towards the left. The background is a blurred outdoor setting with green foliage and a paved path.

3. Viestinnän strategia toimenpiteiden takana

3.1 Kokonaiskuva: Barnahus-toimijat

BARNAHUS-MALLIN TOIMIJAT SUOMESSA

Keväällä 2019 Sipilän hallitus myönsi määrärahan Barnahus-mallin valtakunnallistamiseen. Mallin ydintavoitteena on taata lapsille lapsiystävällinen ja moniammatillinen väkivaltaepäilyjen selvitysprosessi sekä varmistaa lapsille ja perheille riittävä tuki ja hoito. Hanketta ohjaa sosiaali- ja terveysministeriö (STM) ja koordinoi Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos (THL). Rahoitusta ohjataan hyvinvointialueille, joilla on yliopistollinen sairaala. Yliopistollista sairaalaa ylläpitävät hyvinvointialueet vastaavat siitä, että Barnahus-mallin mukainen toiminta on pysyvästi rakenteissa heidän yhteistyöalueellaan.

Barnahusin alueellisesta toteutuksesta vastaavat yliopistosairaaloiden ns. Barnahus-keskukset eli viisi erikoistunutta lasten ja nuorten oikeuspsykiatrian ja -psykologian yksikköä (OiPsy). Yksiköissä työskentelee tehtävään koulutettu moniammatillinen henkilöstö ja niiden toimintaa ovat vahvasti inspiroineet Islannista alkunsa saaneiden Barnahus-yksiköiden toimintaperiaatteet. Yksiköihin lähetettiin vuonna 2022 yhteensä 1 339 virka-apupyynnöä. Yksiköillä on vakiintunut ja hyväksi koettu yhteistyö poliisien kanssa. Sen sijaan yhteistyön vahvistamista on toivottu perustason sosiaali- ja terveydenhuollon toimijoiden, kuten kasvatus- ja perheneuvoloiden sekä perhekeskusten taholta.

Barnahusin tavoitteena on ollut vahvistaa lapsiin kohdistuvaa väkivaltaa selvitteleviä, suojelullisia ja terapeuttisia palveluja. Barnahus-hankkeessa on jalkautettu viranomaisyhteistyön muotoja väkivaltaepäilyjen selvitysvaiheeseen, kehitetty palveluketjuja ja vahvistettu vaativia erityistason palveluita (OiPsy-yksiköt). Lisäksi on vahvistettu erityistason konsultaatiotoimintaa perustason palveluihin sekä levitetty väkivaltaa kohdanneen lapsen ja nuoren näyttöön pohjautuvia arvioinnin, tuen ja hoidon malleja. Barnahus on nivoutunut vahvaksi osaksi lapsi- ja perhepalveluiden kansallista kehittämistä ja väkivallan ehkäisytyötä. Myös Orpon hallituksen hallitusohjelmassa (2023) on kirjattu tavoitteeksi tunnistaa ja torjua väkivaltaa sekä jatkaa työtä väkivallattoman lapsuuden turvaamiseksi.



SIDOSRYHMÄT

Koska kyseessä on moniammatillinen toimintamalli, sidosryhmätyöskentely eri ammattilaisten välillä on edellytys Barnahus-mallin mukaisen toiminnan toteutumiselle. Toisin sanoen: jotta Barnahus-mallin mukainen toiminta toteutuisi, kaikkien ammattilaisten, jotka ovat tekemisissä lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tai väkivaltaepäilyyn kanssa, on toimittava mallin mukaisesti. Tämä tosiasia korostaa myös viestinnän merkitystä: jotta ammattilaiset osaavat toimia Barnahus-mallin mukaisesti, heillä tulee olla riittävä ymmärrys ja ajankohtaiset tiedot Barnahus-mallista.

Hanketta koordinoivan THL:n näkökulmasta sidosryhmät voidaan jakaa neljälle kehälle:



OiPsy:t eli lasten ja nuorten oikeuspsykiatrian ja -psykologian yksiköt, Syyttäjälaitos ja Poliisihallitus sekä poliisi.

Lastensuojelu ja terveydenhuolto

Perhekeskukset

Muut sidosryhmät

Ensimmäisen kehän sidosryhmien ammattilaisille on yhteistä se, että heidän toimintaansa ohjaa laki ja heidän roolinsa Barnahus-mallissa keskittyy selvitysprosessiin ja etenkin esitutkintaan. Lapsen tai nuoreen kohdistuvan väkivallan tai väkivaltaepäilyyn yhteydessä poliisi voi käynnistää esitutkinnan ja tehdä virka-apupyynnön OiPsy-yksikölle asian selvittämiseksi. Selvitysprosessi päättyy poliisin tekemään esitutkintapöytäkirjaan, jonka pohjalta syyttäjä päättää syytteen nostamisesta eli siitä, viedäänkö asia tuomioistuimen käsiteltäväksi.

Toisen kehän sidosryhmien ammattilaiset vastaavat lapsen tai nuoren suojelusta. Heidän roolinsa Barnahus-mallissa keskittyy sen turvaamiseen ja varmistamiseen, että lapsen kasvuolosuhteet tukevat lapsen hyvää kehitystä ja että perheet saavat tarvitsemansa tuen. Koska väkivaltaa kokevia lapsia ja nuoria on jo valmiiksi lastensuojelun piirissä, toisen kehän sidosryhmien ammattilaisilla on merkittävä rooli myös väkivaltatilanteiden tunnistamisessa.

Kolmannen kehän sidosryhmän ammattilaiset vastaavat esimerkiksi varhaiskasvatuksesta, esi- ja perusopetuksesta, toisen asteen koulutuksesta, nuorisoi-, liikunta- ja kulttuuripalveluista sekä järjestöjen ja seurakuntien toiminnasta. He kohtaavat lapsia ja nuoria päivittäin. Tällä sidosryhmällä on keskeinen rooli väkivallan tunnistamisessa ja toiminnassa Barnahus-mallin mukaisesti niin, että lapsiin ja nuoriin kohdistuvaan väkivaltaan voidaan puuttua.

Lisäksi Barnahus tekee tutkimus-, koulutus- ja kehittämissyhteistyötä kansallisten ja kansainvälisten oppilaitosten sekä kumppaneiden kanssa.

3.2 Viestinnän lähtötilanne

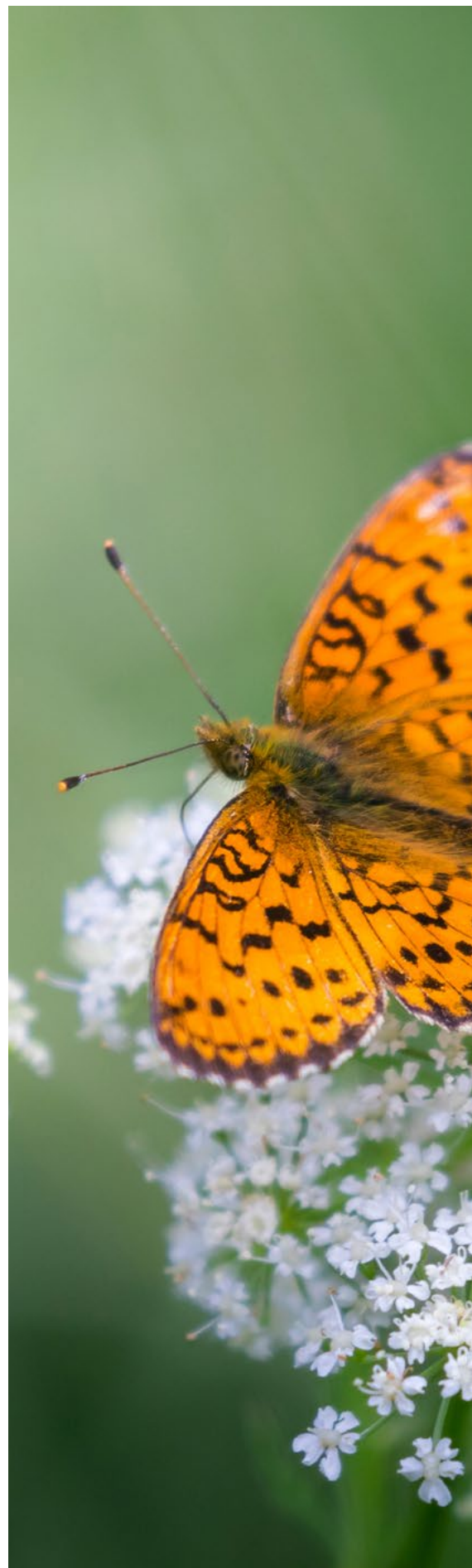
Barnahusilla ei ole voimassa olevaa viestintäsuunnitelmaa tai aikaisemmin toteutettua viestintästrategiaa. Barnahusviestintä on osa THL:n viestintää. Viestintä on kohdistettu vahvasti sidosryhmille eli ammattilaisille, jotka toimeenpanevat Barnahus-mallia. Suuren yleisön tietoisuuteen Barnahusia on tuotu mediaviestinnän keinoin.

3.3 Viestinnän tavoitteet

Moniammatillinen toimintamalli edellyttää eri ammattilaisten välistä yhteistyötä. Jotta Barnahus-mallin mukainen toiminta toteutuisi, kaikkien ammattilaisten, jotka ovat tekemisissä lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tai väkivaltaepäilyyn kanssa, on toimittava mallin mukaisesti. Edelleen: jotta ammattilaiset osaavat toimia Barnahus-mallin mukaisesti, heillä tulee olla riittävä ymmärrys ja ajankohtaiset tiedot Barnahus-mallista. Siksi viestinnällä on tärkeä merkitys.

Viestinnän tavoitteena on:

- Varmistaa tiedonkulku hankkeen järjestämistä koulutuksista ja tapahtumista, Barnahus-mallin mukaisista hyvistä käytännöistä sekä ajankohtaisista tutkimustuloksista aihepiiriin liittyen.
- Barnahus.fi-sivusto, verkostokirje ja muut viestinnän kanavat tukevat Barnahusin juurtumista kansallisesti ja ovat laajasti ammattilaisten tiedossa.
- Kansallisilla koulutuksilla varmistetaan ammattilaisten osaamisen karttuminen Barnahusin neljän huoneen teemoista.
- Lisätä Barnahusin tunnettuutta ja tavoittaa yhä useampi ammattilainen.
- Auttaa ammattilaisia tunnistamaan lapsiin ja nuoriin kohdistuvaa väkivaltaa ja toimimaan oikein väkivaltaepäilytilanteissa.
- Tavoittaa sopivalla viestillä myös lapset ja perheet alueilla.





3.4 Viestinnän kohderyhmät

Barnahus-viestinnän pääkohderyhmä on Barnahus-mallin mukaista toimintaa toimeenpanevat ammattilaiset. Ammattilaiset ovat jaettavissa kolmeen ryhmään, joilla on viestinnän kannalta jokaisella omat erityispiirteensä. Näitä erityispiirteitä käsitellään tarkemmin kohdassa Viestintästrategia kohderyhmittäin.

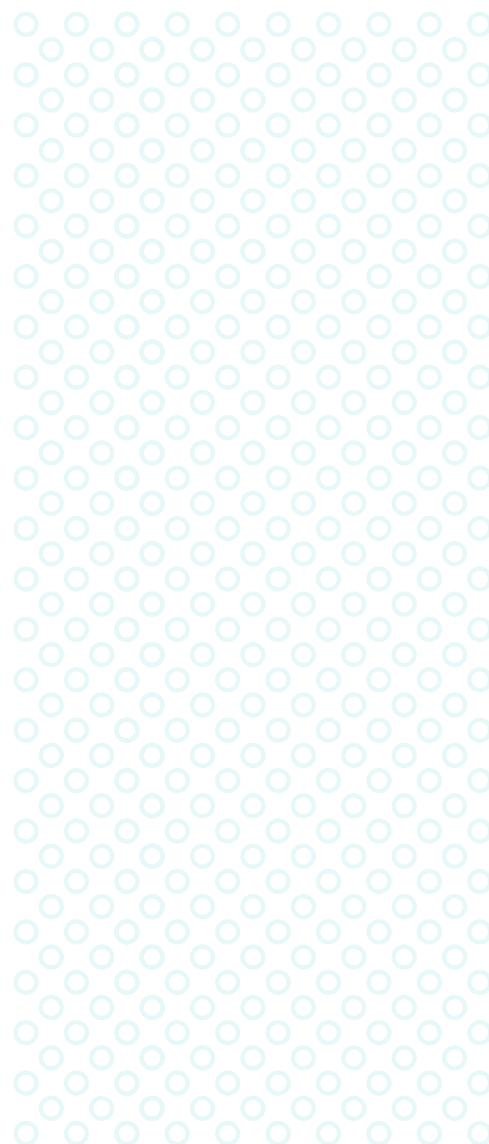
Kohderyhmät ovat:

1. Barnahus-yksiköt eli OiPsy:t (lasten ja nuorten oikeuspsykiatrian ja -psykologian yksiköt), Syyttäjälaitos ja Poliisihallitus sekä Poliisi
2. Lastensuojelu ja terveydenhuolto
3. Perhekeskukset

Barnahus-viestinnän tavoitavuuden ja vaikuttavuuden kannalta on tärkeää, että THL Barnahus-mallin koordinoijana tavoittaa kohderyhmät. Tämän lisäksi myös kohderyhmien keskinäinen viestintä on merkittävässä roolissa: viesti Barnahus-mallin mukaisesta toiminnasta kulkee myös OiPsy-yksiköiltä lastensuojeluun.

Ammattilaisten lisäksi Barnahusia tehdään tunnetuksi myös suurelle yleisölle, jonka kautta tavoitetaan neljäs kohderyhmä:

4. Perheet ja lapset



3.5 Viestinnän kanavat

Viestintä perustuu monikanavaisuuteen, jota valitut ydinviestit pitävät koossa. Viestinnän täytyy olla yhtenäistä kanavasta riippumatta. Ehdotamme, että Barnahus keskittyy viestinnässään kuuteen pääkanavaan (verkkosivut, sosiaalisen median kanavat, uutiskirjeet, ansaittu media, koulutukset ja erilaiset tapahtumat). Lisäksi tehdään esitteitä ja julkaisuja. Markkinoinnin kanavat valitaan tapauskohtaisesti.

1. *Barnahus-verkkosivu*
2. *Koulutukset*
3. *Omat tapahtumat (hybriditapahtumat ja webinaarit)*
4. *Tapahtumiin osallistuminen (ständi ja esityksiä)*
5. *Uutiskirjeet*
6. *Sosiaalinen media (Barnahusilla oma X-sivu, muuten THL:n kanavat)*
7. *Mediaviestintä / ansaittu media*
8. *Julkaisut*
9. *Esitteet*
10. *Maksettu mainonta*
11. *Kohderyhmien omat kanavat ja verkostot*
12. *Teams-kokoukset*

1 BARNAHUS-VERKKOSIVU

Barnahus.fi toimii Barnahus-mallin kotipesänä. Sivuston tarkoitus on koota yhteen paikkaan kaikki olennainen tieto Barnahus-mallista sekä toimia sisältöjen jakelualustana. Kotisivuilta löytyvät perustiedot Barnahus-mallista sekä THL:n ja alueiden yhteystiedot, ajankohtaista-osio, Tapahtumakalenteri, Koulutukset sekä Materiaali. Sivustolla olevia sisältöjä käytämme digimarkkinoinnissa ja linkkaamme sisältöihin uutiskirjeessä. Tavoittelemme sivustolle 10 000 kävijää vuodessa.

2 KOULUTUKSET

Koulutukset ovat tehokas ja positiivista palautetta saanut tapa viestiä juuri oikealle kohderyhmälle ja jakaa relevanttia tietoa Barnahus-mallista ammattilaisille. Esimerkiksi lastensuojelun sosiaalityöntekijöille suunnattu Lapset ja väkivalta -koulutus sekä kaikille lasten ja nuorten parissa toimiville suunnattu Barnahus-verkkokoulu ovat saaneet hyvää palautetta ammattilaisilta. Koulutuksiin on osallistunut tähän mennessä yli 10 000 ammattilaista ja Barnahus-verkkokoulusta todistuksen on saanut 3290 ammattilaista. Koulutusten ja tapahtumien tavoite on 2500 osallistujaa vuodessa. Palautteen perusteella suunnataan ja kehitetään koulutuksia. Videoiden käyttöä on toivottu edelleen lisäävän koulutuksissa.



3 OMAT TAPAHTUMAT

THL järjestää ammattilaisille vuosittain useita tapahtumia. Tapahtumia käytetään myös Barnahus-yksiköiden keskinäiseen törmäyttämiseen, jotta niiden välinen vuorovaikutus lisääntyisi ja viestit sekä hyväksi havaitut käytännöt kulkisivat mahdollisimman tehokkaasti eri yksiköiden välillä. OiPsy-yksiköiden aloitteellisuudessa ottaa vastaan Barnahus-mallin viestintää on todettu alueellisia eroja. Tapahtumien välityksellä voitaisiin törmäyttää myös eri kohderyhmiä, esimerkiksi sosiaalityöntekijät ja poliisi.

4 TAPAHTUMIIN OSALLISTUMINEN

THL:n Barnahus-viestintä osallistuu vuosittain useisiin kohderyhmien ammattilaisten päätapahtumiin. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi: Lastensuojelupäivät, Perhekeskuspäivät ja Varhaiskasvatuspäivät. Tapahtumissa viestintää tehdään THL:n väkivallan vastaisen työn yhteiseltä ständiltä (esitteet, tiedotus) ja luentojen sekä esitysten keinoin. Ammattilaisten päätapahtumissa kohderyhmät tavoitetaan erinomaisesti. Viestintää voidaan tehostaa panostamalla esityksiin videoviestinnän ja -markkinoinnin keinoin.

5 UUTISKIRJE

Barnahus-verkostokirje tarjoaa ajankohtaista tietoa väkivaltaa kohdanneiden lasten ja perheiden tuesta ja hoidosta sekä lapsiin kohdistuvien väkivaltaepäilyjen lapsiystävällisistä selvitysprosesseista. Lisäksi kirje esittelee ajankohtaisia tilaisuuksia, julkaisuja, hankkeen työntekijöitä ja sidosryhmiä sekä tarjoaa tiivistä tietoa tutkimuksesta. Uutiskirje ilmestyy kerran kuukaudessa. Vuodesta 2023 alkaen verkostokirje on luettavissa Barnahusin kotisivuilta. Verkostokirjeellä on noin 1 500 tilaajaa. Uutiskirje tavoittaa ammattilaiset kaikista kohderyhmistä, pois lukien perheet ja lapset.

6 SOSIAALISEN MEDIAN KANAVAT

Kaikki kohderyhmät ovat tavoitettavissa somessa. Sosiaalisessa mediassa Barnahusilla on oma X-sivu, muutoin Barnahus viestii somessa THL:n kanavalta. Twitterin muuttuminen X:ksi on vesittänyt Barnahusin somenäkyvyyttä. Somestrategia tulee päivittää ja LinkedIn sekä Facebook-kanavien perustamista harkittava – myös digimarkkinoinnin tehostamiseksi. Sisällöntuotantoa voidaan kehittää esimerkiksi testeillä, kyselyillä ja videoilla. Some toimii myös Barnahus-kotisivun sisällön jakelualustana ja edistää sen näkyvyyttä.



7 MEDIAVIESTINTÄ / ANSAITU MEDIA

Barnahus-viestinnällä on ansaittu medialäpimenoja valtakunnallisissa tiedotusvälineissä vuonna 2023 kahdeksan kertaa. Siinä missä valtaosalla Barnahus-viestinnän kanavista tavoitellaan ja tavoitetaan hyvin rajattuja ammatillisia kohderyhmiä, ansaitulla medialla tavoitetaan suuri yleisö, perheet ja lapset, sekä myös ammattilaiset. Ansaitun median viestintää voidaan kehittää jatkauttamalla se myös alueille (alueellisesti kohdistetut uutiskärjet). Niin ikään mediaviestintää voidaan kehittää suunnittelemalla toimivia sisältöjä kohderyhmien ammattilehtiin ja ammattiliittojen tiedotusvälineisiin. Mediaviestinnässä osaava kumppanitoimisto auttaa suunnittelussa ja tuotannossa sekä edesauttaa kontaktiverkostonsa kautta medialäpimenoja.

8 JULKAISUT



Raportit ja julkaisut Barnahus-hankkeesta



Tieteelliset julkaisut



Blogit



Muut aiheeseen liittyvät artikkelit ja julkaisut



Barnahus-verkostokirje

Barnahus-viestintä tuottaa useita eri julkaisuja, joita julkaistaan Barnahus-kotisivuilla ja THL:n sekä kumppaneiden julkaisusarjoissa. Julkaisuilla puhutellaan eri kohderyhmiä. Esimerkiksi tieteelliset julkaisut puhuttelevat erityisen hyvin OIPsy-yksiköiden ammattilaisia. Raporteilla ja julkaisuilla viestitään myös tapahtumissa. Raporttien ja julkaisujen viestintää voidaan myös tehostaa videoiden avulla.

9 ESITTEET

Esitteitä jaetaan tapahtumissa ja esimerkiksi Barnahusin aluekoordinaattorien toimesta. Alueet voivat myös tilata esitteitä THL:lta. Esitteillä on kysyntää ja niiden koetaan toimivan hyvin. Esitteiden graafista suunnittelua ja viestin purevuutta voi aina kehittää ja optimoida.

10 MAKSETTU MAINONTA

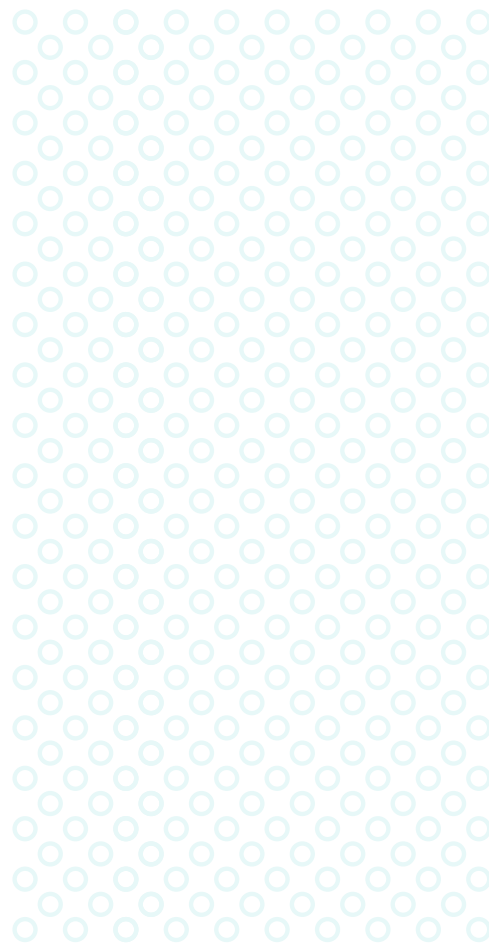
Maksetulla mainonnalla on ollut Barnahus-viestinnässä toistaiseksi pieni rooli ja budjetti. Digimarkkinoinnilla on kuitenkin hyvät mahdollisuudet tavoittaa kohderyhmiä. Mainonnan sisällöt voidaan suunnitella interaktiivisesti esimerkiksi verkkokyselyjen tai nettityökalujen avulla. Eri sisältöjä voidaan markkinoida eri kohderyhmille. Maksettua mainontaa voidaan tehdä myös esimerkiksi ammattilehdissä.

11 KOHDERYHMIEN OMAT KANAVAT JA VERKOSTOT

Barnahus-viestintää on tehty osittain myös kohderyhmien omilla kanavissa. Tällainen on esimerkiksi sosiaalityöntekijöiden Facebook-ryhmä Sosiaalityön uraverkosto, johon Barnahus-viestinnällä on pääsy. Ammattilaisia tavoitetaan hyvin kohderyhmien omilla kanavilla. Sisältö voidaan suunnitella juuri oikeaa kohderyhmää puhuttelevaksi. Barnahus-viestinnälle sopivien kohderyhmien omien kanavien kartoitusta jatketaan.

12 TEAMS-KOKOUKSET

Barnahus-viestintää voidaan edelleen tehostaa vierailemalla ajoittain kohderyhmien omien verkostojen Teams-kokouksissa sekä kutsumalla koolle kokouksia aluekoordinaattoreiden toimesta.



3.6 Käytetyt keinot ja tärkeimmät kanavat kohderyhmittäin

OiPsy-YKSIKÖT:

- Omat tapahtumat
- Koulutukset, verkkokoulutus
- Barnahus-kotisivu
- Julkaisut
- Uutiskirje

Kokemus viestinnän onnistumisesta ja haasteet: tilaisuudet – sekä hybridi että webinaarit – ovat toivottuja ja niihin osallistutaan aktiivisesti. Haasteena on ammattilaisten vahva erikoistumisaste, jonka seurauksena osa Barnahus-viestinnästä koetaan liian geneerisenä.

LASTENSUOJELU JA TERVEYDENHUOLTO:

- Uutiskirje
- Koulutukset
- Some: Sosiaalityön uraverkosto -Facebook-ryhmä
- Barnahus-verkkosivu
- Tapahtumiin osallistuminen
- Mediaviestintä / ansaittu media

Kokemus viestinnän onnistumisesta ja haasteet: Lapset ja väkivalta -koulutus saa positiivista palautetta. Myös uutiskirjeen tilaajissa paljon sosiaalityöntekijöitä. Haasteena lukumäärältään ison ammattilaisryhmän tavoittaminen puhuttelevasti.

PERHEKESKUKSET:

- Tapahtumiin osallistuminen
- Esitteet
- Barnahus-verkkosivu
- Mediaviestintä / ansaittu media
- Koulutukset

Kokemus viestinnän onnistumisesta ja haasteet: Kohderyhmän ammattilaisten päätapahtumiin osallistumisesta hyvät kokemukset. Haasteena lukumäärältään ison ammattilaisryhmän tavoittaminen kattavasti.



LAPSET JA PERHEET, SUURI YLEISÖ:

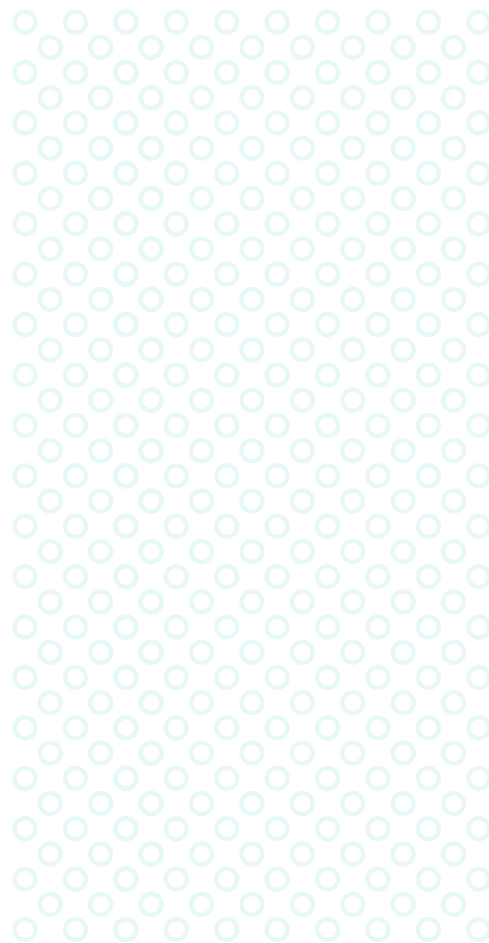
- Mediaviestintä / ansaittu media
- Barnahus-verkkosivu

Kokemus viestinnän onnistumisesta ja haasteet: kohderyhmän painoarvo on hankeviestinnän puitteissa ollut marginaalinen.

Maksettua mainontaa kuten digimarkkinointia tai mainostilan ostamista kohderyhmät tavoittavista medioista on toistaiseksi käytetty vähän. Barnahusilla on sosiaalisessa mediassa oma sivu ainoastaan entisessä Twitterissä, jonka ”politisoituminen” ja yleisöpohjan väheneminen Elon Muskin tultua pääomistajaksi vuonna 2023 ja muutettua palvelun nimen X:ksi, on vaikuttanut negatiivisesti kanavan tulevaisuudennäkymiin. Poislukien X, Barnahusin someviestintää tehdään THL:n kanavilla.

SANOTTUA:

Poliisi on keskeisessä roolissa Barnahus-mallin mukaisen toiminnan alkupäässä eli väkivaltaepäilyn selvitysprosessissa. Poliisin ja syyttäjän tavoittamista Barnahus-viestinnällä halutaan kehittää. Kohderyhmät olisivat parhaiten tavoitettavissa poliisi-syyttäjäkierroksella ja lapsirikostutinnan neuvottelupäivillä.



3.7 Seuranta ja mittarit

SEURATTAVIA JA MITATTAVIA ASIOITA OVAT MUUN MUASSA:

- Somenäkyvyys ja digitaalisen markkinoinnin tavoitavuus
- Tapahtumien osallistujamäärät
- Barnahus-kotisivun kävijämäärät
- Julkaisujen latausmäärät
- Koulutusten osallistujamäärät
- Barnahus-verkkokoulusta todistuksen saaneiden määrä
- Mediaosumat
- Muun maksetun mainonnan tavoitavuus

3.8 Kohderyhmäkohtainen strategia

BARNAHUS-VIESTINNÄN YLEISET TAVOITTEET OVAT:

- Varmistaa tiedonkulku hankkeen järjestämistä koulutuksista ja tapahtumista, Barnahus-mallin mukaisista hyvistä käytännöistä sekä ajankohtaisista tutkimustuloksista aihepiiriin liittyen
- Barnahus-kotisivu, uutiskirje ja muut viestinnän kanavat tukevat Barnahus-mallin juurtumista kansallisesti ja ovat laajasti ammattilaisten tiedossa
- Kansallisilla koulutuksilla varmistetaan ammattilaisten osaamisen karttuminen Barnahusin neljän huoneen teemoista.
- Lisätä Barnahusin tunnettuutta ja tavoittaa yhä useampi ammattilainen
- Auttaa ammattilaisia tunnistamaan lapsiin ja nuoriin kohdistuvaa väkivaltaa ja toimimaan oikein
- Tavoittaa sopivalla viestillä myös lapset ja perheet alueilla



TAVOITTEESEEN PÄÄSEMISEKSI TOTEUTETAAN SEURAAVAA KOHDERYHMÄLÄHTÖISTÄ STRATEGIAA:

Barnahus-yksiköt eli OiPsy:t

Barnahus-yksiköt vastaavat omilla alueillaan väkivaltaa mahdollisesti kokeneiden lasten kohtaamisesta sekä ammattilaisten työn koordinoinnista ja konsultaatiosta. OiPsy-yksiköillä on keskeinen rooli Barnahus-mallin mukaisen toiminnan jalkautuksessa alueilla. Tämän ryhmän ammattilaiset ovat korkeakoulutettuja ja pitkälle erikoistuneita. He tekevät paljon yhteistyötä poliisin kanssa.

Viestikärjet:

- Väkivaltaa kokeneiden lasten ja nuorten auttaminen kehittyä jatkuvasti. Uutta tutkimusta julkaistaan säännöllisesti.
- Barnahus julkaisee uutta tietoa ja kouluttaa uusia työmenetelmiä.
- Barnahus-mallin mukainen lapsiystävällinen selvitysprosessi on lapsen oikeus ja etu.
- Teillä on avainrooli moniammatillisen toimintamallin jalkauttamisessa alueillanne.
- Ette ole yksin, olemme samalla asialla ja voimme auttaa työssänne.

Miten tavoitamme kohderyhmän?

- Heitä varten järjestetyt tapahtumat ja koulutukset
- Uutiskirje
- Aluekoordinaattorin välityksellä
- Julkaisut
- Teams – osallistumalla yksiköiden sisäisiin kokouksiin
- Alueellisesti ja ammatillisesti relevantilla ansaitulla medialla
- Oikkaripäivillä

LASTENSUOJELU JA TERVEYDENHUOLTO

Lastensuojelu vastaa väkivaltaa kohdanneen lapsen tai nuoren suojelusta ja tukemisesta (myös selvitysprosessin aikana). Koska monet väkivaltaa kokeneista lapsista ja nuorista ovat jo valmiiksi lastensuojelun piirissä, tämän kohderyhmän ammattilaisilla on merkittävä rooli myös väkivaltilanteiden tunnistamisessa. Sosiaaliohjeantajat ovat runsaslukuinen ryhmä, jonka aika on usein kortilla.



Viestikärjet:

- Et ole yksin. Moniammatillinen Barnahus-verkosto auttaa ja on tukenasi.
- Tunnistamme, kuinka haastavaa työnne on ja miten paljon vastuuta kannatte.
- Barnahusista saat konkreettisia työvälineitä väkivaltaa kokeneen lapsen kohtaamiseen ja auttamiseen.
- Voit tavata meitä ammattilaistapahtumissa ja meiltä voi tilata esitteitä.
- Tietoja saa kätevästi olemalla yhteydessä Barnahusin aluekoordinaattoriin.

Miten tavoitamme kohderyhmän?

- Kohderyhmälle räätälöity digitaalinen markkinointi
- Maksettu mainonta ammattilehdissä
- Koulutukset (esim. Lapset ja väkivalta)
- Verkostokirje
- Ammattilaisten päätapahtumiin osallistuminen
- Alueellinen, kansallinen ja ammatillinen ansaittu media
- Esitteet
- Kätilöimällä moniammatillista yhteistyötä esimerkiksi hyvinvointialueiden Lastensuojelun johtajien, OiPsy-yksiköiden ja sosiaalityöntekijöiden välillä
- Sisällöntuottaminen kohderyhmän omiin kanaviin

PERHEKESKUKSET

Perhekeskusten ammattilaiset vastaavat esimerkiksi julkisesta varhaiskasvatuksesta, esi- ja perusopetuksesta, toisen asteen koulutuksesta, nuoriso-, liikunta- ja kulttuuripalveluista sekä järjestöjen ja seurakuntien toiminnasta. He ovat Barnahus-viestinnän runsaslukuisin kohderyhmä ja kohtaavat lapsia, nuoria sekä perheitä päivittäin. Perhekeskusten ammattilaisilla on keskeinen rooli väkivallan tunnistamisessa ja toiminnassa Barnahus-mallin mukaisesti niin, että lapsiin ja nuoriin kohdistuvaan väkivaltaan voidaan puuttua.

Viestikärjet:

- Lapsiystävällinen ja tietoon perustuva toiminta väkivaltatilanteissa on lapsen oikeus.
- Väkivaltatilanteen tunnistaminen ja siihen puuttuminen voi pelastaa lapsen hengen.
- Barnahus on moniammatillinen toimintamalli, josta saat tietoa siitä, miten toimia.
- Et ole yksin. Moniammatillinen Barnahus-verkosto on tukenasi ja voimme auttaa.
- Tutustu Barnahus.fi-sivustoon ja teitä varten tekemäämme verkkokouluun.

Miten tavoitamme kohderyhmän?

- Kohderyhmälle räätälöity digitaalinen markkinointi
- Maksettu mainonta ammattilehdissä
- Koulutukset (esim. verkkokoulu)
- Esitteet
- Verkostokirje
- Ammattilaisten päätapahtumiin osallistuminen
- Alueellinen, kansallinen ja ammatillinen ansaittu media

LAPSET JA PERHEET, SUURI YLEISÖ

Barnahus-mallin ydintavoitteena on taata lapsiystävällinen ja moniammatillinen väkivaltaepäilyjen selvitysprosessi sekä varmistaa lapsille ja perheille riittävä tuki ja hoito. Tämän vuoksi Barnahus-viestintä keskittyy ammattilaisiin. Suurelle yleisölle sekä lapsille ja perheille suunnatulla viestinnällä tehdään tunnetuksi Barnahusia ja viestitään siitä, että väkivaltaa kohdanneita lapsia ja nuoria varten on olemassa ihan oma lapsiystävällinen toimintamalli.

Viestikärjet:

- Väkivaltilanteen tunnistaminen ja siihen puuttuminen voi pelastaa lapsen hengen.
- Väkivaltaepäilyä ja sen selvittämistä ei tarvitse pelätä
- Barnahus-malli on olemassa siksi, että tilanteeseen voidaan puuttua lapsiystävällisesti. Vain yksi haastattelu riittää.
- Tällainen on Barnahus ja näin siitä hyötyvät suomalaiset
- Lasten oikeuksien toteutumiseksi ammattilaiset tekevät merkittävää yhteistyötä

Miten tavoitamme kohderyhmän?

- Ansaittu media
- Digitaalinen markkinointi (esim. tunnistatko väkivaltilanteen? -verkkokysely)
- Yle:n tietoisuus
- Barnahus-kotisivu ja hakusanapohjainen SEO-markkinointi
- Tapahtumiin osallistuminen





4. Toimintaohjelma ja viestinnän vuosikello

4.1 Aikataulu

Toimintaohjelma on jaettu seuraaviin aikaikkunoihin: 2024, 2025, ja 2026–2028:

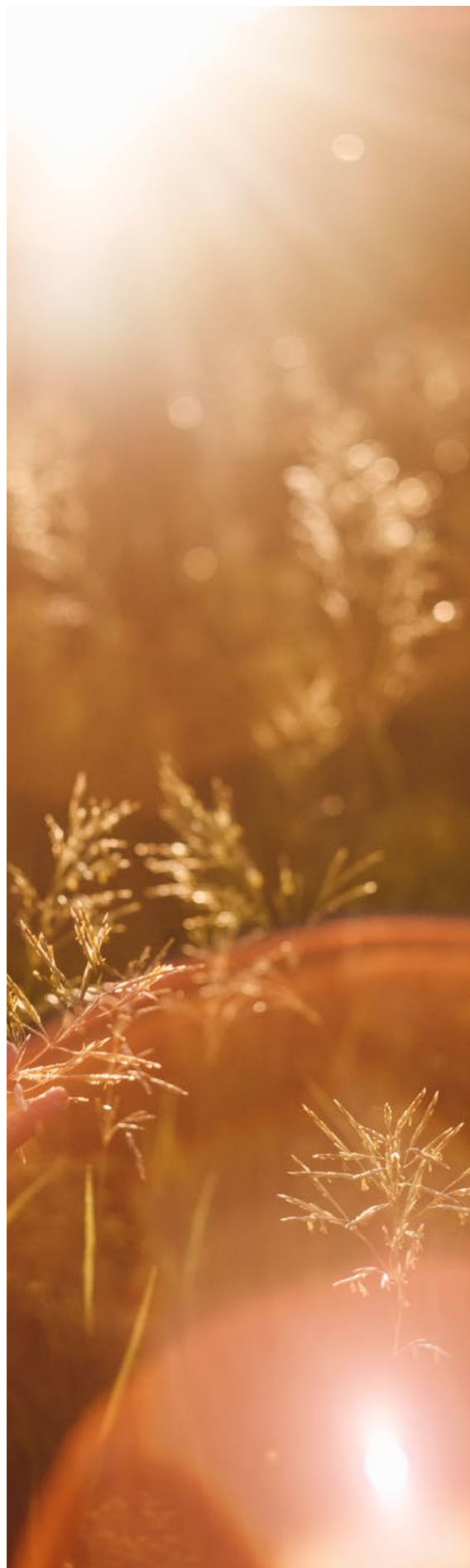
- Vuosien 2024 ja 2025 osalta eritellään tarkemmin viestikärkeä ja viestinnän keinoja, joilla saavutetaan asetetut tavoitteet.
- Vuosien 2026–2028 osalta esitetään näkemyksiä mahdollisista trendeistä ja viestintätoimenpiteistä.

4.2 Sisällöntuotanto

Vaikuttava viestintä edellyttää riittäviä henkilöstöresursseja sekä suunnittelu- ja tuotantoresursseja (sisällöntuotanto, luova suunnittelu, kuvitus, videoviestintä). Myös rahallisia resursseja tarvitaan (media ja mainonta).

Viestinnän sisällöt suunnitellaan eri kanaviin viestikärkien pohjalta aina kyseessä olevat kohderyhmät ja tavoitteet huomioiden. Sisällöt ovat mm.:

- Ajankohtaisia asioita verkkosivuille ja verkostokirjeeseen: uutiset, tapahtumat, koulutukset, julkaisut, blogit
- Asiantuntijapuheenvuorot lastensuojelun kentältä, väkivaltaerityiset
- Koulutukset, esitykset, ppt-pohjat
- Esitteet (painetut ja sähköiset), joiden avulla levitetään tietoa toimintamallista tiivistetyksi ja visuaalisesti houkuttelevasti
- Videot
- Tiedoteartikkelit ja mediatiedotteet
- Mainokset
- Digimarkkinoinnin sovellukset, esim. verkkokysely
- Somepostaukset



4.3 Toimintaohjelma kohderyhmittäin:

2024

BARNAHUS-YKSIKÖT (OiPsy:t)

Omat tapahtumat:

- Hybriditilaisuus, jossa kerrotaan Barnahusin uudesta strategiasta ja operatiivisesta viestintäsuunnitelmasta. Tilaisuudessa esitellään merkittävä väkivaltaerityistä alaa koskeva julkaisu.
- Tilaisuuteen osallistuminen sidotaan verkkokyselyyn, jossa kerätään tietoa ja kokemuksia moniammatillisesta yhteistyöstä OiPsy-yksiköiden ja lastensuojelun/sosiaalityöntekijöiden välillä. Näin pohjustetaan viestintää siitä, että Barnahus-yksiköillä on avainrooli moniammatillisen toimintamallin jalkauttamisessa alueilla.
- Toinen tilaisuus (webinaari) voisi yhdistää OiPsy-yksiköt, poliisin ja Barnahusin. Webinaarin tarkoituksena olisi vahvistaa Barnahus-toimintamallin tunnettuutta poliisin keskuudessa ja tiivistää viestintää poliisin suuntaan. OiPsy-yksiköiden ammatilaisten ja poliisin välinen viranomaisyhteistyö on toistuvaa Barnahus-mallin mukaisessa selvitysprosessissa.

Poliisin saaminen lähemmäksi Barnahus-viestintää on strategisesti merkittävää Barnahus-mallille.

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan OiPsy-yksiköiden alueellisiin tapahtumiin.
- Panostetaan esityksiin hyvällä (visuaalisella) suunnittelulla.
- Hyödynnetään videoviestintää (brändivideo/haastattelu tukemaan esitystä).

Ansaittu media:

- Alueellisesti kohdennettu mediaviestintäkampanja alueiden johtaville tiedotusvälineille. Mikä on lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tilanne OiPsy-yksikön alueella? Onko se kasvussa, mitkä ovat sen erityispiirteet ja miten alue eroaa muusta Suomesta? *Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asiantuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.*
- Vieraskynät ja mielipiteet – fasilitoidaan asiantuntijapuheenvuoroja tiedotusvälineille.



Some:

- Twitter on kuollut, mutta X elää. Jatketaan kohderyhmälle merkityksellistä sisällöntuotantoa X:ssä ja jaellaan Barnahus-kotisivun sisältöjä.
 - Perustetaan LinkedIn-sivu Barnahusille ja aloitetaan sisällöntuotanto.
-

Verkostokirje:

- Kohderyhmä arvostaa tuoreita tieteellisiä julkaisuja väkivaltaerityiseltä kentältä. Perustetaan uutiskirjeeseen kohderyhmälle tarkoitettu palsta, johon toimitetaan kerran kuukaudessa väkivaltaerityisen kentän kuulumiset maailmalta. Jos luettelomaisen listauksen koostaminen on toimituksellisesti liian työläs, vaihtoehtoisesti voidaan ajatella että tehdään yksi nosto, ”kuukauden tutkimus”.
-

Julkaisut ja materiaali:

- THL:n omat julkaisut ja OiPsy-yksikön ammattilaisille tuotetut ppt-esityspohjat Barnahusista.
-

LASTENSUOJELU JA TERVEYDENHUOLTO**Digitaalinen markkinointi:**

- Tehdään ammattilaisille tietovisamainen Mitä tiedät Barnahusista -nettikysely, jossa esitellään Barnahus-mallia. Jaellaan sosiaalityöntekijöiden omassa Facebook-ryhmässä.
 - Nettikyselyä mainostetaan kohderyhmille (sosiaalityöntekijät ja perhekeskukset) LinkedInissä. **Kyselyllä tavoitetaan uusia kohderyhmän ammattilaisia ja samalla viestitään tehokkaasti Barnahus-mallista.**
 - LinkedInissa call to action -kampanja, jonka tavoitteena uuden linkkarisivuston yleisön kasvattaminen. Voidaan yhdistää nettikyselyyn.
-

Mediaviestintä / ansaittu media:

- Alueellisesti kohdennettu mediaviestintäkampanja alueiden johtaville tiedotusvälineille. Mikä on lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tilanne OiPsy-yksikön alueella? Miltä tilanne näyttää ”kentällä”, sosiaalityöntekijän näkökulmasta? Miten alue eroaa muusta Suomesta?
 - Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asiantuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.
 - Kartoitetaan juttuaiheita ja -tarpeita sosiaalialan edunvalvonta- ja ammattilehti Talentialta ja pyritään sisältöyhteistyöhön heidän kanssaan.
-



2024

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan ammattilaisten päätapahtumiin ja panostetaan esitteisiin ja esityksiin kohderyhmää puhuttelevilla viestikärjillä.
- Hyödynnetään videoita: esimerkiksi brändivideo, videomainos, ammattilaisgallup väkivaltaerityisestä lastensuojelutyöstä.

Koulutukset:

- Jatketaan Lapset ja väkivalta -koulutukseen panostamista ja siitä viestimistä Barnahus-kotisivuilla ja verkostokirjeissä.

Verkostokirje:

- Verkostokirjeen tilaajissa on paljon kohderyhmän ammattilaisia. Suunnitellaan verkkopohjainen markkinoinnin konsepti, jolla kannustetaan verkostokirjeen tilaajia kutsumaan mukaan vähintään yksi väkivaltaerityisen työn kollega. Voisi olla esimerkiksi kansainvälisen lasten päivän (tai joulukortti) e-kortti kollegalta kollegalle. **Kasvatetaan verkostokirjeen tilaajien määrää ja tavoitetaan uusia ammattilaisia Barnahus-verkoston.**
- Tehdään kohderyhmää puhuttelevaa sisältöä, esimerkiksi reportaaseja ja raportteja Lastensuojelupäiviltä ja muista ammattilais-tapahtumista.

Some:

- Perustetaan LinkedIn-sivu ja jaellaan Barnahus-kotisivun sisältöjä. Viestitään X:ssä ja kannustetaan liittymään linkkarisivustonkin seuraajaksi.

PERHEKESKUKSET**Digitaalinen markkinointi:**

- Varhaiskasvatuksen, esi- ja perusopetuksen sekä toisen asteen koulutuksen ammattilaisille kohdennettu valtakunnallinen mainoskampanja LinkedInissä, jonka viestinä: lapseen tai nuoreen kohdistuvan väkivallan tunnistaminen on kullannarvoista, työkalut toimintaan tarjoaa Barnahus.
- Verkkokoulun mainonta somessa, uudella teaser-videolla verkkokoulusta
- LinkedInissa call to action -kampanja, jonka tavoitteena uuden linkkarisivuston yleisön kasvattaminen

Mediaviestintä / ansaittu media:

- Valtakunnalliset ja alueellisesti kohdennetut mediaviestintä-kampanjat johtaville tiedotusvälineille. Mikä on lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tilanne OiPsy-yksikön alueella? Miten tunnistaa lapseen tai kohdistuvaa väkivaltaa? Miltä tilanne näyttää varhaiskasvatuksen ja peruskoulutuksen ammattilaisten näkökulmasta? Kuinka yleistä on nettiväkivalta? Entä kuinka usein

2024

lapseen kohdistuvan väkivallan tekijänä on toinen lapsi? *Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asiantuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.*

Maksettu mainonta:

- Mainoskampanja kohderyhmän ammattilehdissä (painettu ja verkko), jonka viestinä: lapseen tai nuoreen kohdistuvan väkivallan tunnistaminen on kultaakin arvokkaampaa, työkalut toimintaan saat Barnahusilta. Markkinoidaan barnahus.fi -sivua.
-

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan ammattilaisten päätapahtumiin ja panostetaan esitteisiin ja esityksiin kohderyhmää puhuttelevilla viestikärjillä.
 - Hyödynnetään videoita: esimerkiksi brändivideo, verkkokoulun mainosvideo.
-

Some:

- Perustetaan LinkedIn-sivu ja jaellaan Barnahus-kotisivun sisältöjä. Viestitään X:ssä ja kannustetaan liittymään linkkarisivustonkin seuraajaksi.
-

Koulutukset:

- Tehdään Verkkokoulun 2. tuotantokausi
-

LAPSET JA PERHEET, SUURI YLEISÖ

Ansaittu media:

- Ylen tietoisuus
 - Valtakunnalliset ja alueellisesti kohdennettut mediaviestintäkampanjat johtaville tiedotusvälineille. Mikä on lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tilanne valtakunnallisesti ja OiPsy-yksiköiden alueilla? Miten tunnistaa lapseen tai nuoreen kohdistuvaa väkivaltaa? Kuinka yleistä on nettiväkivalta? Entä kuinka usein lapseen kohdistuvan väkivallan tekijänä on toinen lapsi?
 - Asiantuntijapuheenvuorojen ja henkilöjuttujen tarjoaminen naistenlehdille ja aikakausimedialle.
 - Pitchaus Ylen Aamulle
 - Minä väitän -juttu Helsingin Sanomille
 - Pitchaus SuomiAreenalle (MTV3)
-

Digitaalinen markkinointi:

- Lapsille ja nuorille kohdistettu tietoisuus TikTokissa lapseen tai nuoreen kohdistuvaa nettiväkivallasta
-



2024

2025

BARNAHUS-YKSIKÖT (OiPsy:t)

Omat tapahtumat:

- Hybriditilaisuus, jonka teema suunnitellaan vuoden 2024 jälkipuoliskolla yksiköille tehtävään kyselyyn perustuen. Tämä voi olla käytännössä keväällä pidettävän lapsirikostutkinnan neuvottelupäivien tai syksyn oikkaripäivien yhteydessä. Tarkoituksena on identifioida yksi tai useampi aihealue (substanssi), josta yksiköt kaipaavat kontribuutiota/tietoa THL:lta.
- Toinen tapahtuma (webinaari) on kansainvälinen Barnahus-webinaari, johon kutsutaan osallistujat vastaavista Barnahus-yksiköistä muista Euroopan maista. Webinaarin sisältö suunnitellaan hyvin etukäteen ja webinaarin pääpaino on valmistelluissa esityksissä. Vapaalle keskustelulle ja kysymyksille on oma osuutensa.

Kv-ulottuvuus motivoi yksiköiden asiantuntijoita ja on kiva tapa viestiä Barnahusista, vaihtaa kokemuksia ja kehittää toimintamallia.

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan OiPsy-yksiköiden alueellisiin tapahtumiin.
- Julkaistaan THL:n/Barnahusin tutkimus tapahtumassa
- Hyödynnetään videoviestintää (brändivideo/haastattelu tukemaan esitystä)

Ansaittu media:

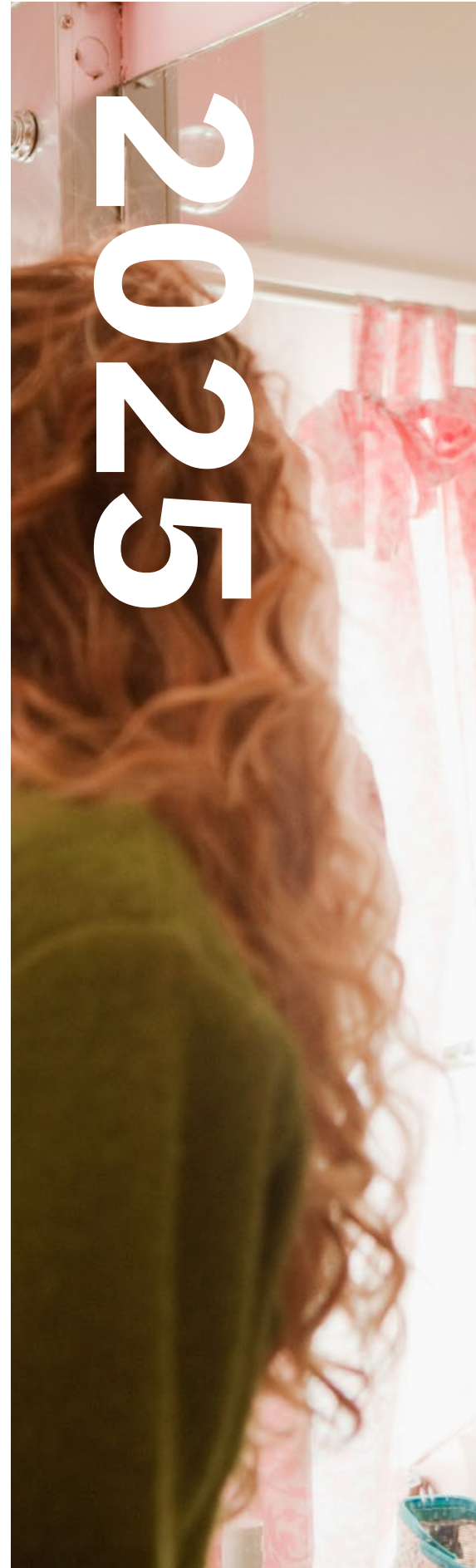
- Alueellisesti kohdennettu mediaviestintäkampanja alueiden johtaville tiedotusvälineille. Mitkä ovat lastensuojelun ja väkivalttaerityisen työn kattoteemat ja diskurssit vuoden 2024 aikana? Trendejä voivat olla esimerkiksi hyvinvointialueiden tiukat määrärahat tai jengiväkivalta. Uutiskärjet etsitään ja suunnitellaan näiden pohjalta eli tuodaan alueellinen näkökulma kattodiskurssiin – miltä tilanne näyttää meillä? *Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asiantuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.*

Some:

- Vieraskynät ja mielipiteet – fasilitoidaan asiantuntijapuheenvuoroja tiedotusvälineille.

Verkostokirje:

- Jatketaan vuonna 2024 perustetun ”väkivalttaerityisen tutkimuksen kuulumiset maailmalta” -palstan toimittamista.



Julkaisut ja materiaali:

- THL:n omat julkaisut ja OiPsy-yksikön ammattilaisille tuotetut ppt-esityspohjat Barnahusista.
-

LASTENSUOJELU JA TERVEYDENHUOLTO**Digitaalinen markkinointi:**

- Mainoskampanja (graafinen suunnittelu), jolla mainostetaan Barnahus-kotisivua väkivaltaerityisen lastensuojelutyön ammattilaisportaalina.
 - Mainoskampanja ammattilaisten päätapahtumien yhteydessä (ja ennakkoon) Barnahusin läsnäolosta tapahtumassa: ”tule tutustumaan Barnahusiin”.
-

Mediaviestintä / ansaittu media:

- Alueellisesti kohdennettu mediaviestintäkampanja alueiden johtaville tiedotusvälineille. Mikä on lapsiin ja nuoriin kohdistuvan väkivallan tilanne OiPsy-yksikön alueella? Miten lastensuojelulle ja sosiaalityöntekijöille hyvinvointialueilla osoitetuilla resursseilla pystytään vastaamaan tarpeeseen? **Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asian-tuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.**
 - Kartoitetaan juttuaiheita ja jutun tarpeita sosiaalialan edunvalvonta- ja ammattilehti Talentialta ja pyritään sisältöyhteistyöhön heidän kanssaan.
 - Fasilitoidaan lastensuojelun ja sosiaalityöntekijöiden hyvinvointialueiden johtajien puheenvuoroja tiedotusvälineissä: vieraskynät, mielipiteet, Minä väitän -palstat.
-

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan ammattilaisten päätapahtumiin ja panostetaan esitteisiin ja esityksiin kohderyhmää puhuttelevilla viestikärjillä.
 - Tehdään videogallup ammattilaisten ajatuksista Barnahus-mallin mukaisesta toiminnasta. Videota esitellään tapahtumissa. **Kohderyhmä itse äänessä ja tuottaa sisältöä, joka puhuttelee kohderyhmää.**
-

Koulutukset:

- Jatketaan Lapset ja väkivalta -koulutukseen panostamista ja siitä viestimistä Barnahus-kotisivuilla ja verkostokirjeissä.
 - Uusi kohderyhmälle suunnattu koulutus tai jatketaan vuonna 2024 aloitettua teemaa.
-

2025

Verkostokirje:

- Jatketaan vuonna 2024 aloitettua konseptia: Verkostokirjeen tilaajissa on paljon kohderyhmän ammattilaisia. Suunnitellaan verkkopohjainen markkinoinnin konsepti, jolla kannustetaan verkostokirjeen tilaajia kutsumaan mukaan vähintään yksi kollega. Voisi olla esimerkiksi kansainvälisen lasten päivän (tai joulukortti) e-kortti kollegalta kollegalle. **Kasvatetaan verkostokirjeen tilaajien määrää ja tavoitetaan uusia ammattilaisia Barnahus-verkoston.**
- Tehdään kohderyhmää puhuttelevaa sisältöä, esimerkiksi reportaaseja ja raportteja Lastensuojelupäiviltä ja muista ammattilaistapahtumista.

Some:

- Jatketaan kohderyhmälle merkityksellistä sisällöntuotantoa LinkedInissä ja X:ssä ja jaetaan kaikki kohderyhmälle sopivat Barnahus-kotisivun sisällöt.

PERHEKESKUKSET**Digitaalinen markkinointi:**

- Mainoskampanja (graafinen suunnittelu) perhekeskuksille, jolla mainostetaan Barnahus-kotivua väkivaltaerityisen työn ammattilaisportaalina perhekeskusten ammattilaisille.
- Mainoskampanja ammattilaisten päätapahtumien yhteydessä (ja ennakkoon) Barnahusin läsnäolosta tapahtumassa: ”tule tutustumaan Barnahusiin”.
- Verkkokoulun mainonta somessa.

Mediaviestintä / ansaittu media:

- Valtakunnalliset ja alueellisesti kohdennettut mediaviestintäkampanjat johtaville tiedotusvälineille? Uutiskärki lapsiin kohdistuva väkivallan tunnistamisen tärkeydestä + toimi näin -ohjeistus. Asiantuntijahaastattelut alueilta – paikallinen näkökulma mukaan. **Kasvatetaan Barnahusin tunnettuutta ja brändiä alueilla ja sitoutetaan sekä motivoidaan asiantuntijoita kutsumalla heitä julkiseen keskusteluun.**

Maksettu mainonta:

- Mainoskampanja kohderyhmän ammattilehdissä (painettu ja verkko), jonka viestinä: lapseen tai nuoreen kohdistuvan väkivallan tunnistaminen on kultaakin arvokkaampaa, työkalut toimitaan saat Barnahusilta. Markkinoidaan barnahus.fi -sivua.
-

2025

Tapahtumiin osallistuminen:

- Osallistutaan ammattilaisten päätapahtumiin ja panostetaan esitteisiin ja esityksiin kohderyhmää puhuttelevilla viestikärjillä.
- Tehdään videogallup ammattilaisten ajatuksista Barnahus-mallin mukaisesta toiminnasta. Videota esitellään tapahtumissa.
Kohderyhmä itse äänessä ja tuottaa sisältöä, joka puhuttelee kohderyhmää.

Some:

- Jatketaan kohderyhmälle merkityksellistä sisällöntuotantoa LinkedInissä ja X:ssä ja jaetaan kaikki kohderyhmälle sopivat Barnahus-kotisivun sisällöt.

Koulutukset:

- Tehdään Verkkokoulun 3. tuotantokausi

LAPSET JA PERHEET, SUURI YLEISÖ**Ansaittu media:**

- Ylen tietoisuus (jos ei jo tehty vuonna 2024)
- Valtakunnalliset ja alueellisesti kohdennettut mediaviestintäkampanjat johtaville tiedotusvälineille. Uutiskärjet etsitään vuoden 2024 aikana muodostuneiden lastensuojelutyön ja väkivaltaerityisen työn kattodiskurssien pohjalta. Myös Barnahusin oma data ja toimintamallin kehittyminen sekä status Suomessa ovat mahdollisia uutiskärkiä. Suuren yleisön teemat ovat tyypillisesti: millaista väkivaltaa lapsiin ja nuoriin ylipäänsä kohdistuu Suomessa ja mitä ratkaisuja yhteiskunnallamme on näihin tilanteisiin?
- Asiantuntijapuheenvuorojen ja henkilöjuttujen tarjoaminen naistenlehdille ja aikakausimedialle.
- Pitchaus Ylen Aamulle
- Minä väitän -juttu Helsingin Sanomille
- Pitchaus SuomiAreenalle (MTV3)

Digitaalinen markkinointi:

- Lapsille ja nuorille kohdistettu tietoisuus TikTokissa ja Instagramissa.
-

2025

2026–2028

Visio:

Barnahus on tunnettu moniammatillinen toimintamalli väkivalta erityisen lastensuojelun, ammattilaisten parissa. **Barnahus-kotisivulla** on noin 20 000 kävijää vuosittain ja sivusto tunnetaan portaalina, josta löytyy runsaasti ammattilaisten työtä auttavaa ja ajankohtaista materiaalia. Hyvin toimitetut ja helposti lähestyttävät videot puhuttelevat eri kohderyhmiä ja Barnahusin **koulutukset** ovat ammattilaisten keskuudessa tunnettuja. Todistuksen verkkokoulusta on saanut jo 5 000 ammattilaista. Barnahus-kotisivu pidetään kiinnostavana, toimivana ja ajanmukaisena uudistamalla sivustoa vuosien 2026–2028 aikana. Barnahusilla on yhtenäinen visuaalinen ilme sekä kansallisesti että alueellisesti.

Lapsiin ja nuoriin kohdistuva väkivalta Suomessa on ollut kasvussa viime vuosina.¹⁾ Jos sama trendi jatkuu, Barnahusin asiantuntijoita tarvitaan selittämään ja kommentoimaan ilmiötä suurelle yleisölle. **Mediaviestinnässä** Barnahusin kannattaa keskittyä oman datan tuottamiseen esimerkiksi tutkimuksin ja kyselytutkimuksin. Tutkimusten kautta saadaan mediaa kiinnostavia uutiskärkiä niin alueellisesti kuin kansallisestikin. Myös asiantuntijahaastattelujen tarjoaminen toimituksille lisää Barnahusin tunnettuutta ja vahvistaa viestinnän tavoitteita.

Somessa Barnahusilla on tuhatpäinen ammattilaisyleisö X:ssä ja LinkedInissä. Barnahus tunnetaan somessa ammattilaisia puhuttelevista sisällöstä: verkkokyselyistä, koulutuksista, tietoisuista ja ajankohtaisista alan uutisista. Somekanavien yleisöpohjan kasvattamista kohderyhmien ammattilaisilla jatketaan **digimarkkinoinnin** keinoin. Barnahus kampanjoi TikTokissa ja Instagramissa, jossa tavoitamme lapset, nuoret ja perheet.

Barnahus järjestää vuosittain useita eri **tapahtumia** ja osallistuu aktiivisesti ammattilaisten päätapahtumiin. Omat tapahtumat ovat erityisesti Barnahus-yksiköiden ammattilaisille jokavuotinen vakiorasti, jossa ylläpidetään ja päivitetään moniammatillista toimintamallia. Tapahtumissa pyritään mahdollisimman suureen vuorovaikutukseen ammattilaisten välillä sekä kohderyhmiä puhuttelevaan relevanttiin sisältöön.

Barnahus-yksiköiden alueellisen tason keskinäistä viestintää ja viestintää THL:n kansallisen tason koordinoinnin välillä on tehostettu ottamalla käyttöön muun muassa säännölliset Teams-kokoukset, joissa THL vierailee alueiden kokouksissa.

Verkostokirje on barnahus.fi-verkkosivun tapaan väkivaltaerityistä lastensuojelutyötä tekevien ammattilaisten keskuudessa tunnettu media, jolla on noin 5000 tilaajaa. Kanavan tavoitavuutta väkivaltaerityisen työn ammattilaisten keskuudessa kasvatetaan määrätietoisesti eri keinoin ja konseptein. Verkostokirjettä kehitetään ja sisältö pidetään kohderyhmille relevanttina erilaisin palautekyselyin. Kotisivu, verkostokirje ja some yhdessä muodostavat Barnahusin kaikille avoimen näyteikkunan.

¹⁾ <https://thl.fi/fi/web/vakivalta/eri-ryhmat-ja-vakivalta/lapsiin-kohdistuva-vakivalta>

2026–2028

A close-up photograph of a hand holding a small green plant with several leaves. The background is a blurred field of similar plants under bright, natural light, creating a bokeh effect. The overall color palette is dominated by greens and yellows, with a soft, warm glow.

5. Esimerkkejä viestinnän jalkautuksista

POWERPOINT-ESIMERKKI

Barnahusille on luotu powerpoint-pohjat, joita käytetään kaikissa tapahtumissa ja tilaisuuksissa. Pohjia on luotu vastaamaan erilaisia sisältöjä: kansi- ja loppupohja, tekstipohja, väliotsikkopohja sekä infografiikkapohja.



Esityksen otsikko
Source Sans Pro Bold 40 pt
 Apuotsikko Source Sans Pro 22 pt

4.1.2024 Alatunnisteen paikka

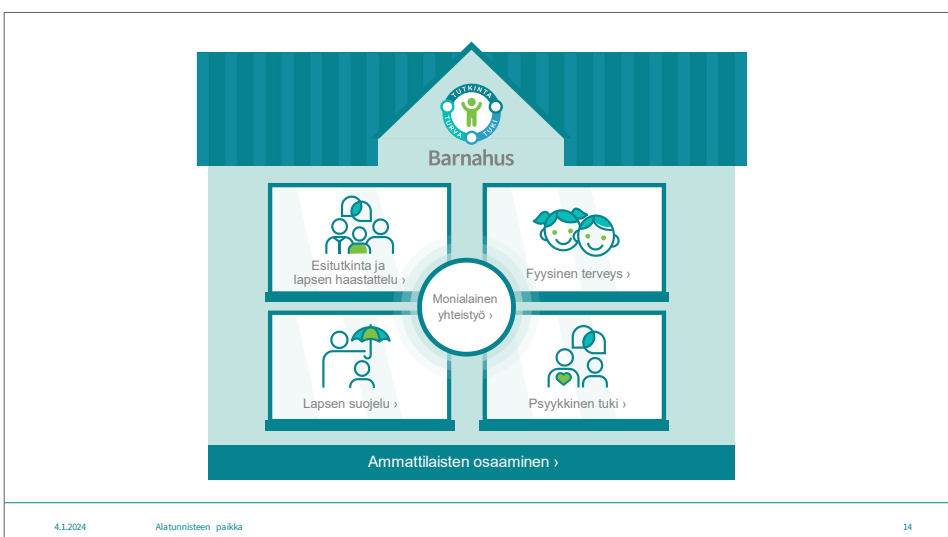
thl HUS KYS OYS Tays TYKS POLIISI



Dian otsikko tasattuna
Source Sans Pro Bold 32 pt

- Sisältö 1 Source Sans Regular 24 pt
 - Sisältö 2 Source Sans Regular 20 pt
 - Sisältö 3 Source Sans Regular 18 pt
 - Sisältö 4 Source Sans Regular 16 pt
 - Sisältö 5 Source Sans Regular 14 pt

4.1.2024 Alatunnisteen paikka 8



Barnahus

Esitutkinta ja lapsen haastattelu >

Fyysinen terveys >

Monialainen yhteistyö >

Lapsen suojeleminen >

Psyykinen tuki >

Ammattilaisten osaaminen >

4.1.2024 Alatunnisteen paikka 14



BARNAHUS-NETTITESTI

Tunnistatko lapsen kohdistuvan väkivallan eri muodot?

Mitä:

- Nopea ja vuorovaikutteinen nettitesti, jonka avulla jaetaan tietoa Barnahus-mallista perhekeskusten ja varhaiskasvatuksen ammattilaisille sekä siitä, kuinka toimia lapsiin kohdistuvien väkivaltaepäilyjen kohdalla.

Kenelle:

- Perhekeskuksissa työskenteleville ammattilaisille, jotka työskentelevät lasten ja perheiden parissa.
- Varhaiskasvatuksessa työskenteleville ammattilaisille, jotka työskentelevät lasten ja perheiden parissa.
- Opettajille ja oppilashuollon ammattilaisille, jotka työskentelevät lasten ja perheiden parissa.

Miksi heidän tulisi tehdä testi:

- Jotta lasten ja perheiden parissa työskentelevä ammattilainen osaa toimia väkivaltaepäilytilanteessa.
- Testi auttaa havaitsemaan aukkoja tietopohjassa sekä rohkaisee hakemaan lisätietoa.

Testin tavoite:

- Tehdä Barnahus-toimintamallia nykyistä tutummaksi.
- Antaa ammattilaiselle varmuutta toimia tilanteessa, jossa epäilee lapsen kohdistuvan väkivaltaa.
- Auttaa lasten ja heidän vanhempiansa parissa työskenteleviä ammattilaisia tunnistamaan nykyistä paremmin lapset ja nuoret, jotka ovat kokeneet väkivaltaa.
- Johdatella Barnahus-sivustolle hakemaan lisätietoa.

Barnahus

Lasten ja nuorten kanssa työskentelevän voi toisinaan olla haasteellista tunnistaa lapsiin kohdistuvan väkivallan eri muotoja. Tämä viidestä kysymyksestä koostuva testi auttaa pohtimaan, mikä kaikki itse asiassa on väkivaltaa. Se tarjoaa aiheesta myös lisää tietoa ja ohjaa hyödyllisen Barnahus-materiaalin äärelle oppimaan aiheesta enemmän.

Testissä kerrotaan asiakkaiden näkemyksiä.

[Tutustu](#)

Barnahus

Verkkovälitteinen seksuaaliväkivalta

Verkkovälitteinen seksuaaliväkivalta on väkettä ja se on salakkaasti myös haitallista, kuin tavallinen seksuaaliväkivalta. Tutkimusten mukaan jopa viidesosa lapsista kokee seksuaaliväkivaltaa on voinut lähteä kotoaan. Tämä on epäilyttävää, sillä vanhempien on oletettavasti suojattava lapsiaan. Aina ei kuitenkaan tiedetä, onko lapsella kokemusta seksuaaliväkivallasta. Kun lapsi alitietoisesti verkkosaatavuudella kokee seksuaaliväkivaltaa tai kaveritietoisuutta tai kaveritietoisuutta, on hyvässä seksuaaliväkivallasta - ei suositella tai nauttii seksuaaliväkivallasta.

Aina vaikkoi ei ole huomattavan paljon vanhempi - seksuaaliväkivallasta voivat syntyä myös toiset lapset ja nuoret.

[Seuraa](#)

Barnahus

Kysymys 1/5

Voiko tässä olla kyseessä lapsen kohdistuva väkivalta?

Kyllä En ole varma Ei

Kävi ilmi, että yksi kolmas osittain luopuu siitä, lähtenyt tähän kysymykseen.

Barnahus

Kiitos vastauksista

Lapsia kohdistuvalla väkivallalla on monta eri muotoja ja se voi liittyä myös lapsen käyttäytymiseen muun muassa erittäin usein. Normaalisti, lapsen käyttäytymisen muutokset eivät ole väkistä väkistä erottamattomia. Tärkeää on kuitenkin huomata, jos lapsi näyttää erittäin usein väkistä käyttäytymistä, on syytä harkita, onko kyseessä väkivalta. Jos lapsi näyttää erittäin usein väkistä käyttäytymistä, on syytä harkita, onko kyseessä väkivalta.

Ammattilainen voi ja saa tarvita tukea. Esimerkiksi heidän koulunsa tai oman työpaikkansa, josta voi saada apua. Jos lapsi näyttää erittäin usein väkistä käyttäytymistä, on syytä harkita, onko kyseessä väkivalta. Jos lapsi näyttää erittäin usein väkistä käyttäytymistä, on syytä harkita, onko kyseessä väkivalta.

Barnahus-mallin verkkosivuilta löydät runsaasti aiheeseen liittyvää, hyödyllistä materiaalia, kuten muun muassa materiaalia lapsien ja nuorten kanssa. Verkkosivuilta löydät myös, nuoret ja perheiden kanssa työskenteleville ammattilaisille. Eri työt ovat eri suuntaa: ja tarjottavissa. Koulussa ja varhaiskasvatuksessa työskenteleville sekä läheisille on tarjottavissa.

Tavoitteena on antaa heille sekä tunnistaa lapsiin kohdistuvaa väkivaltaa että toimia väkivaltaepäilytilanteissa. Lisäksi koulussa antaa työntekijöille tukea väkivallasta kertomaan lasten oman työn aikana.

Barnahus-sivuilta löydät aspeksiä koulun väkivallasta eri muotoilusta sekä muuta materiaalia työtä tueksi.

[Barnahus.fi](#)





Barnahus



Terveyden ja
hyvinvoinnin laitos

Euroopan unionin
yhteisrahoittama



Euroopan neuvoston
yhteisrahoittama ja toteuttama