



## MIELENTERVEYSTURVALLINEN TYÖPAIKKA

### Tiedotuskampanja työhön paluun tukemiseksi työyhteisöissä (110068)

#### 1. Tulokset ja johtopäätökset

Kampanjan kohderyhmänä oli naisvaltainen sosiaali- ja terveysalan ammattihenkilöstö, joille viestit suunnattiin. Kampanja edisti työhön paluuta masennuksen jälkeen sosiaali- ja terveysaloilla jakamalla tietoja eri vaihtoehtoista tilanteesta, jossa työhön paluu on ajankohtainen masennuksen jälkeen sekä vaikuttamalla työyhteisön asenteisiin, jotta paluu olisi mahdollisimman onnistunut. Kampanjan aikana tuotetut nettisivut jäivät pitemmäksi aikaa palvelemaan tiedon tarvisijoita ja niiden osoitetta pidetään Mielenterveyden keskusliiton tiedotuksessa esillä. Kampanjan saama palaute osoitti, että aihe on mitä ajankohtaisiin ja tiedon tarve suuri.

#### 2. Hankkeen aika ja työntekijät

Kampanja- aika oli syyskuusta joulukuuhun 2010. Suunnittelu käynnistettiin keväällä 2010 ja kampanjatyöntekijä aloitti 1.6.2010.

Kampanjatyöntekijä Tuula Ketola (7 kk)

Mielenterveyden keskusliiton työntekijöistä työpanostaan kampanjaan antoivat koulutusjohtaja Mika Vuorela (1 kk) ja viestintäjohtaja Inkeri Aalto (2 kk)

Yhteistyökumppanit Suomen Mielenterveysseura ja Omaiset mielenterveystyön tukena antoivat oman työpanoksensa.

#### 3. Viestintä

Kampanjan perusviesti: Työyhteisön toimenpitein voidaan tukea masennustoipilaiden työhön paluuta.

Perusviestin merkitykset:

1. Mielenterveysturvallisessa työpaikassa jokainen voi uskoa, että masennusperäisen työstä poissaolon jälkeen on mahdollista ja tervetullutta palata työpaikalle.
2. Työpaikalla tehtävin järjestelyin voidaan tukea työhön paluuta ja työssä pysymistä vaikeita elämänsäköisejä kohdattaessa.
3. Työpaikalla havaittu masennussairaus koskettaa koko työyhteisöä ja sen avoin ja asiallinen käsittely vähentää työyhteisöä kuormittavien sosiaalisten ongelmien esiintymistä.



Viestinnässä pidettiin koko ajan esillä sitä, että kyse on mielenterveysjärjestöjen yhteisestä kampanjasta, jota rahoittaa Työsuojelurahasto.

### Slogan ja viestien kiteyttäminen

Kampanjan sloganiksi valittiin: **Voitamme masennuksen! Paluu työhön turvallisilla mielin.**

Sloganin alle kiteytettiin kolme puhuttelevaa viestiä:

- Masennustoipilaan on mahdollista palata turvallisilla mielin työpaikalle.
- Työntekijän masennussairaus koskettaa koko työyhteisöä. Sairauden avoin ja asiallinen käsittely lisää yhteisön hyvinvointia.
- Hyvä työyhteisö tukee eri keinoin masennustoipilaan onnistunutta työhön paluuta ja työssä pysymistä.

### Kampanjan toteuttaminen

#### 1. Visuaalinen ilme

Kampanjalle luotiin heti aluksi oma visuaalinen ilme, jota käytettiin painotuotteissa, jutuissa ja nettisivuilla. Ilmeestä tehtiin valoista ja toiveikas.

#### 2. Kampanjasivusto [www.paluutyöhön.fi](http://www.paluutyöhön.fi)

Kampanjasivusto toteutettiin osana Masto-hankkeen työpaikkakampanja sivustoa kuitenkin niin, että Mielenterveysturvallinen työpaikka -kampanja erottuu omaksi kokonaisuudekseen. Sivusto linkitettiin kampanjan toteuttajien kotisivulle ja keskeisten sidosryhmien sivustoille. Sivusto jää olemaan kampanjan päättymisen jälkeen.

- kampanjasivuille kerätään sisältö tutkimusaineistojen levittämiseksi ja kansanomaistamiseksi
- Interaktiivisuus: pyydettiin kertomaan hyvistä työnantajista ja julkaistiin blogeja

#### 3. Työpaikoille jaettava kortti ja netistä tulostettava juliste

- Päädyttiin painattamaan postikortteja, joissa on kampanjan perusviestit. Sitä jaettiin laajasti tilaisuuksissa, tapahtumissa ja yhteistyökumppaneiden kautta.
- Lisäksi tehtiin työyhteisöille tarkoitettu juliste, joiden toivotaan leviävän esim. taukokuoneisiin ja kiinnittävän huomiota työpaikan ilmapiiriin viestillä, että jokainen voi siihen vaikuttaa.

#### 4. Tiedotteet ja lehtiartikkelit

- kampanjan alkamisesta, päättymisestä, sivujen avaamisesta ja eri blogeista lähetettiin tiedotteita, joiden perusteella joihinkin lehtiin saatiin siitä tietoa. Kampanjatyöntekijää haastateltiin Radio Novassa.



- Käsikädessä –lehdessä, Mielenterveyslehdessä ja Labyrintti-lehdessä oli useita kirjoituksia.
- Joulukuussa 2010 laitettiin ilmoitukset Ilta-Sanomiin ja Iltalehteen

#### 5. Messut ja muut tilaisuudet

- Kuntamarkkinat syyskuussa 2010 toimivat samalla lanseeraustilaisuutena, Kuntalehdessä oli ilmoitus ja haastattelu Kunta-Tv –kanavalla.
- Kampanjaa esiteltiin MastDo-tilaisuudessa, Sosiaali- ja terveysturvan keskusliiton alueellisissa koulutustilaisuuksissa, valtakunnallisessa depressiofoorumissa, Tehyn lähihoitajapäivillä ja Mielenterveysmessuilla (2 luentoa).

Raportin laati:

Inkeri Aalto  
viestintäjohtaja  
Mielenterveyden keskusliitto  
[inkeri.aalto@mtkl.fi](mailto:inkeri.aalto@mtkl.fi)  
puh. 0500-477 839