



KUULLOlla TYÖSSÄ -viestintäkampanja

Loppuraportti 30.6.2018

Annina Virta

Kuuloliitto ry



Työsuojelurahasto
Arbetskyddsfonden
The Finnish Work Environment Fund

Tiivistelmä

Kuulolla työssä -kampanjan keskeinen osa, Kuulolla työssä -sivusto suunniteltiin ja toteutettiin 1.4.–6.10.2017 välisenä aikana. Ulospäin kampanja näkyi aikavälillä 6.10.2017–30.6.2018. Kampanjassa oli mukana yhdeksän toimijan yhteistyöverkosto. Kampanja oli suunnattu erityisesti kasvatus- ja opetuslalle sekä niiden työterveyshuolloille. Työsuojelurahasto ja osa yhteistyökumppaneista osallistuivat kampanjan rahoitukseen.

Kuulolla työssä -sivuston avulla voi perehtyä huonokuuloisia tukeviin ratkaisuihin missä tahansa työpaikassa Suomessa. Sivustolla on osiot työntekijälle, työyhteisöille ja työterveyshuolloille sekä työtiloja käsittelevä osio. Myös eri kuntoutustahot ja oppilaitokset voivat hyödyntää sivustoa. Keskeisiä sisältöjä ovat kuulonaleneman tunnistaminen, sen vaikutukset, huonokuuloisen selviytymiskeinot, työtä helpottavat toimintatavat ja mukautukset, kuulon kuntoutus, huonokuuloisen huomioiminen sekä melua ehkäisevät keinot.

Kuulolla työssä -sivustoa ja sen teemoihin liittyviä artikkeleja ja tiedotteita markkinoitiin Kuuloliiton ja yhteistyökumppaneiden sosiaalisessa mediassa, verkkouutisissa ja uutiskirjeissä, painetussa mediassa sekä maa- ja sähköpostiviesteillä. Aihe oli esillä Kuuloliiton tilaisuuksien lisäksi seitsemässä muussa tapahtumassa. Kampanja toteutti myös Kuuloautotempaukset kahdessa koulussa ja yhdessä päiväkodissa.

Kampanjasivusto (kuuloliitto.fi/kuulolla-tyossa) säilyy jatkossakin osana Kuuloliiton verkkosivuja.

Asiasanat: kuulovamma, huonokuuloinen, työkyky, mukautukset, kuulollatyössä

Sisällys

1. Hankkeen tausta ja lähtökohdat	3
2. Viestintäkampanjan tavoitteet.....	3
3. Yhteistyöverkosto, rahoitus ja toteutustapa.....	4
4. Kuulolla työssä –viestintäkampanjan toteutus	5
5. Kampanjan tulokset ja arviointi.....	8
6. Lopuksi.....	11
Lähteet.....	11

Kuulolla työssä -viestintäkampanjan loppuraportti

1. Kampanjan tausta ja lähtökohdat

Työikäisistä noin 11 prosentilla, 380 000 henkilöllä on kuulonalenema (Hietala ja Lavikainen 2010, 13; Koskela ym. 2013, 3). Huono kuulo voi vaikeuttaa työelämässä selviämistä. Se aiheuttaa väsymystä, stressiä, vaikeuksia osallistua vuorovaikutukseen ja eristäytymistä – sairauspoissaoloja ja ennen aikaista eläköitymistä. (Koskela ym. 2013, 4; Hietala 2010, 16.)

Huonokuuloisella työelämän haasteet liittyvät erityisesti kommunikaatioon, vuorovaikutukseen ja tiedon välittymiseen sekä työympäristön hälyisyyteen (Hietala & Lavikainen 2010). Yksilötasolla kuulon alenemaa ei aina tunnisteta ja huonokuuloisen leimautumisen pelossa usein turvautuu vamman peittelyyn, sosiaalisten tilanteiden välttelyyn ja niistä vetäytymiseen (Koskela ym. 2013, 48; Lavikainen 2010, 52). Kuulon kuntoutus aloitetaan usein myöhässä. Vain alle puolet niistä, jotka hyötyisivät kuulokojeen käytöstä käyttävät sitä (Koskela ym. 2013, 13).

Työyhteisössä ei tunneta huonokuuloisen tarpeita eikä kuulovammaista huomioivia työ- ja toimintatapoja. Huonokuuloinen jää herkästi työyhteisössä ulkopuoliseksi, joka taas voi johtaa sosiaaliseen syrjäytymiseen (Lavikainen 2010, 53–58) ja mielenterveyden häiriöihin. Myöskään työterveyshuollot ja työnantajat eivät tunne riittävästi huonokuuloisia helpottavia työolosuhteiden mukautuksia ja niihin liittyviä järjestelytukea. Työn tekemiseen, työympäristöön tai apuvälineisiin liittyviä mukautuksia on tehty vähän. (Koskela ym. 2013, 52–55; Lavikainen 2010, 42–48.)

Kuulolla työssä -kampanjan tarkoituksena oli levittää tietoa ja käytännön ratkaisumalleja työolosuhteiden mukautuksista, toimivista akustisista ratkaisuista, huonokuuloiset huomioivista työ- ja toimintatavoista sekä vuorovaikutuksien sujuvuutta ylläpitävistä selviytymisstrategioista. Kampanja suunnattiin erityisesti kasvatus- ja opetusalan työpaikoille ja niiden työterveyshuolloille, koska päiväkotien ja oppilaitosten meluisuus on haaste työssä jaksamiselle paitsi huonokuuloisille myös koko henkilöstölle.

2. Viestintäkampanjan tavoitteet

Viestintäkampanjan tavoitteena oli tuottaa sähköinen opasaineisto, Kuulolla työssä -sivusto, jonka avulla voi perehtyä huonokuuloisia tukeviin ratkaisuihin missä tahansa työpaikassa Suomessa. Toisena tavoitteena oli, että meluisilla työpaikoilla, jolla ei ole kutienkaan varsinaista kuulovamman riskiä (esim. päiväkodit ja oppilaitokset), tullaan yhä tietoisemmiksi melun vaikutuksista sekä keinoista ehkäistä melua.

Kuulolla työssä -sivuston tavoitteena on, että

- työnantaja, työterveyshuolto ja työntekijä saavat helposti saavutettavassa muodossa tietoa työolosuhteiden mukautuksista ja niihin saatavista tuista. Työterveyshuollot tunnistavat kuulonaleneman, tuntevat sen vaikutukset ja osaavat ohjata huonokuuloista ja hänen työyhteisöään.
- työntekijä tunnistaa mahdollisen kuulonalenemansa, hakeutuu tarvittaessa jatkotutkimukseen ja tuntee työtä helpottavat toimintatavat ja mukautukset. Työntekijä saa myös tukea ja rohkaisua arjen sujuvuuteen.
- työyhteisö oppii huomioimaan huonokuuloisen työyhteisössä
- kasvatus- ja opetuslalla tunnetaan melua vähentäviä toimintatapoja sekä akustisten ja tilan käyttöön liittyvien ratkaisujen merkitys melua vähennettäessä.

Sivuston ohjeistuksien, ratkaisuesimerkkien ja tarinoiden on määrä helpottaa konkreettisten muutosten tekemistä.

Kuulolla työssä -viestintäkampanjan toisena päätavoitteena oli markkinoida Kuulolla työssä – sivustoa, sen sisältöjä ja siihen liittyviä teemoja Kuuloliiton ja yhteistyökumppaneiden medioiden välityksellä sekä saada myös laajempi julkinen media viestimään teemoista.

3. Yhteistyöverkosto, rahoitus ja toteutustapa

Kuuloliiton yhteistyökumppaneita kampanjassa olivat: Akukon Oy, Ecophon Oy, Kuulo-Auris Oy, Opetusalan Ammattijärjestö OAJ ry, Suomen Työterveyshoitajaliitto ry, GN ReSound Finland Oy, Työsuojelurahasto, Työterveyslaitos ja Vates-säätiö sr. Työsuojelurahasto ja osa yhteistyökumppaneista ovat osallistuneet kampanjan rahoittamiseen.

Kuulolla työssä -kampanjan keskeinen osa, Kuulolla työssä -sivusto opasaineistoinen suunniteltiin ja toteutettiin sekä sopimukset yhteistyötahojen, toteuttajien ja rahoittajien kanssa solmittiin 1.4.–6.10.2017 välisenä aikana. Sivusto julkaistiin 6.10.2017 osana Kuuloliiton verkkosivuja (www.kuuloliitto.fi/kuulolla-tyossa/).

Sivuston opasaineistot – tekstit, infografiikat ja videot - suunniteltiin viidessä työpajassa, jotka oli suunnattu teemoittain työntekijälle, työyhteisölle, työterveyshuollolle ja työnantajalle. Lisäksi järjestettiin työtiloja ja Kuuloautotempauksia käsittelevät työpajat. Kuhunkin työpajaan kuului 3-6 henkilöä. Työpajatyöskentelyyn osallistui yhteensä kolme huonokuuloista kasvatus- ja opetusalan työntekijää, kahdeksan yhteistyökumppaneiden edustajaa sekä viisi Kuuloliiton työntekijää. Lisäksi kampanjalla oli kokonaisuudesta vastaava viiden hengen suunnittelu-ryhmä.

Ulospäin kampanja näkyi aikavälillä 6.10.2017–30.6.2018. Kuuloliitto ja yhteistyökumppanit markkinoivat Kuulolla työssä -sivustoa, sen sisältöjä ja siihen liittyviä teemoja painetussa mediassa, verkkouutisissa, uutiskirjeissä, sosiaalisessa mediassa, maa- ja sähköpostiviesteillä

sekä kolmella yleisellä mediatiedotteella. Kolme yhteistyökumppania linkitti sivuston omille verkkosivuilleen.

Kuulolla työssä -kampanja oli esillä Kuuloliiton ja sen yhdistysten tapahtumissa sekä seitsemässä muun tahon järjestämässä tapahtumassa. Kuuloutempaus järjestettiin kahdessa koulussa ja yhdessä päiväkodissa. Tempauksissa tehtiin kuuloseuloja henkilöstölle ja pidettiin tietoisuuksia kuulonaleneman tunnistamisesta, melun vaikutuksista ja ehkäisemisestä sekä kuulosuojauksesta.

4. Kuulolla työssä -viestintäkampanjan toteutus

Viestintäkampanjan artikkelit, tiedotteet, verkkouutiset ja uutiskirjeet

Kampanjasta ja/tai siihen liittyvistä sisällöistä julkaistiin yhteensä 33 artikkelia, tiedotetta, verkkouutista tai uutiskirjeaihetta. Näistä 14 oli Kuuloliiton, 9 yhteistyökumppaneiden ja 10 muiden julkaisemia. Lähes kaikki verkossa julkaistut artikkelit on linkitetty Kuulolla työssä -sivustolle.

Kuuloliiton artikkelit, tiedotteet ja uutiskirjeet. Kävijät ja näyttökerrat 20.6.2018 tilanteen mukaan.

Nimi ja kirjoittaja	Julkaistu	Kävijät	Näyttökerrat
Kuulolla työssä -kampanja alkaa lokakuussa, Annina Virta	Tinnitus-lehti 1/2017	X	X
Kuulolla työssä -sivusto avautui – kampanja käynnistyi, Annina Virta	Verkkouutinen 6.10.2017	X *	X *
Kuulolla työssä -viestintäkampanja käynnistyi, Annina Virta	Kuuloviesti-lehti** 5/2017		
Tiedote: Päiväkodeissa ja kouluissa melusta kärsivät lähes kaikki – erityisesti melu häiritsee, kun henkilöllä on kuulonalenema, Annina Virta	Mediatiedote 24.10.2017	X	X
Päiväkodeissa ja kouluissa melusta kärsivät lähes kaikki – erityisesti melu häiritsee, kun henkilöllä on kuulonalenema, artikkeli, Annina Virta	Verkkouutinen 2.11.2017	344 *	761 *
Opetustilojen akustiikkaa pitää parantaa, Annina Virta	Helsingin Sanomat, mielipide 26.1.18	X	X
Myönteinen asenne auttaa eteenpäin työelämässä, Juha Hietala	Kuuloviesti 6/2017, verkkouutinen 5.1.2018	353	816
Kuulokojeiden käyttöönotto muutti kaiken, Annina Virta	Kuuloviesti 1/2018, verkkouutinen 20.2.2018	263	620
Tiedote: Huonokuuloisten määrä työelämässä kasvaa – laadukas kuntoutus turvattava, Annina Virta	Mediatiedote, verkkouutinen 27.2.2018	193	485
Työn mukautukset ja osa-aikatyö turvaavat pitkän työuran – vertaistuki voimaannuttaa, Annina Virta	Kuuloviesti 2/2018, verkkouutinen 17.4.2018	392	859
Kuulopolku voi kulkea myös kuntoutuksen kautta, Viivi Kaakinen	Kuuloviesti 6/2017, verkkouutinen 14.5.2018	115	262

Tiedote: Hälyisyys voi johtaa työpaikan vaihtoon, Annina Virta	Mediatiedote, verkkouutinen 15.5.2018	144	327
Tuomelan uusi avoin ja muuntuva oppimisympäristö, Annina Virta	Kuuloviesti 3/2018, verkkouutinen 29.5.2018	122	278
Kuulolla työssä huonokuuloisuudesta huolimatta	Kuuloliiton uutiskirje 1/2018	X	X

* Julkaisuhetkellä Kuuloliiton verkkosivuilta ei ollut saatavissa kyseisen artikkelin julkaisutietoja.

** Kuuloviesti-lehden levikki on noin 16 000 kappaletta. Lehteä toimitetaan mm. kuuloasemille- ja keskuksille.

Yhteistyökumppaneiden artikkelit, verkkouutiset ja uutiskirjeet

Nimi ja kirjoittaja	Julkaistu, julkaisija
Eini tuli kuulluksi, Tiina Tikkanen	Opettaja-lehti 13/2017, OAJ
Ecophon ja Kuuloliitto työssäkäyvien kuulon asi- alla	AkustiikkaPLUS-uutiskirje 4/2017, Ecophon
Kuulolla työssä -kampanja	Uutiskirje, lokakuu 2017, STTHL
Kuulolla työssä, kuntoutus, 3 artikkelia, videot	Uutiskirje, toukokuu 2018, STTHL
Kuulolla työssä kuin työssä, Annina Virta	Työterveyshoitaja-lehti 4/2017, STTHL
Apuvälineet ja hyvä akustiikka tukevat kuulo- vammaisen työntekoa, Kati Savela	Osku – Tie työelämään ja Vates, verkkouutiset, verkkosivut, 2.3.2018
Kampanjasta 3 verkkouutista + Vatesin tietopa- ketit	Vates, verkkouutiset

Muiden artikkeleja ja verkkouutisia

Nimi ja kirjoittaja	Julkaistu, julkaisija
Päiväkodeissa melutaan ajoittain kuin rock-kon- sertissa, Päivi Meritähti	Yle verkkouutiset 24.8.2017
Työpaikalla kaikki kuulolla, Leena Huovila	Tiedonsilta-verkkolehti, TSR, 31.10.2017
Kuulolla työssä -kampanja	SOSTEkirje 31.10.2017 + videot soste-kanavalla
Kuulolla työssä -sivusto	Invalidiliiton Esteettömyyskeskus ESKEn uutis- kirje 8/2017, 11.12.2017
Huonokuuloisten määrä työelämässä kasvaa – kuulonalenema jopa joka kymmenennellä työ- ikäisellä	MTV-verkkouutiset 27.2.2018
Huonokuuloisten määrä työelämässä kasvaa	Keski-Suomalainen, sanomalehti
Huonokuuloisten määrä työelämässä kasvaa	Turun Sanomat, verkkouutiset 27.2.2018
Päiväkodeissa piilee kuulovaurion vaara, Riitta Hankonen	Tehy-lehti 4/2017, verkkouutiset 30.4.2018

Melu väsyttää, lisää kustannuksia ja saa jopa luopumaan työpaikasta - silti siihen ei kiinnitetä tarpeeksi huomiota	Talouselämä, verkkolehti 16.5,2018
Häly voi ajaa työpaikan vaihtoon, Vesa Turunen	Tehy-lehti, verkkouutiset 17.5.2018

Viestit sosiaalisessa mediassa ja sähköpostit

Lähes kaikki verkkouutisissa julkaistu materiaali jaettiin myös sosiaalisessa mediassa. Kuuloliitto teki kuulolla työssä -teemaan liittyen 30 Facebook-julkaisua, joita jaettiin yhteensä 221 kertaa. Twitter-julkaisuja oli 35 ja niillä yhteensä 88 jakoa.

Tiedossa olevia yhteistyökumppaneiden Facebook-julkaisuja oli 19 sekä Twitter-julkaisuja tai jakoja 40. Muiden organisaatioiden, medioiden ja yksityishenkilöiden havaittuja Twitter-julkaisuja oli 18.

Kuuloliiton, yhteistyökumppaneiden ja osittain myös muiden tahojen verkkouutisista lähetettiin tieto ja jakamispyyntö yhteistyökumppaneille yhteensä kymmenellä ryhmäsähköpostilla. Kuulolla työssä -sivustoa markkinoitiin sähköpostilla myös kahdenkymmenen suurimman kunnan päiväkodeille ja peruskouluille. Keskussairaaloiden kuulokeskusten ja -asemien kuntoutusohjaajille lähetettiin sekä maa- että sähköpostia Kuulolla työssä -kampanjasta sekä *Hei, kyllä tämän kanssa pärjää!* -kortteja asiakkaille jaettavaksi. Myös yhteistyökumppanit viestivät sähköpostein kampanjasta.

Kuulolla työssä -sivuston kävijämäärät ja videoiden katselukerrat

Kuulolla työssä -sivuston kävijämäärästä oli mahdollista saada teknisten haasteiden takia tietoa vasta joulukuun puolestävälisestä ja tammikuussa 2018 oli kahden viikon tilastointikatkos. Alla esitettävät kävijämäärät ovat siis jonkin verran todellisia pienemmät.

Kuulolla työssä -sivusto, kävijämäärät ja näyttökerrat 21.6.2018 tilanteen mukaan

	Etusivu	Työntekijälle	Työyhteisölle	Työterveyshuollolle ja työnantajalle	Työtilat	Kuulolla työssä -kampanja
Kävijät	836	483	296	310	213	168
Sivun näyttökerrat	2 220	1 393	746	938	602	484

Linkit Kuulolla työssä -sivustolle löytyvät www.tietyoelamaan.fi -sivustolta kohdista Hankkeet ja projektit sekä Järjestöt tukena. Myös www.vates.fi -sivun Tietopaketit osiossa ja www.auris.fi -sivun Kampanjat osassa on linkki Kuulolla työssä -sivustolle.

Videoiden katselukerrat 21.6.2018 tilanteen mukaan

Hei, kyllä tämän kanssa pärjää! -haastatteluvideo	667
Työtilat -animaatio	397
Huomioi huonokuuloinen -animaatio	360

Videot löytyvät paitsi Kuulolla työssä -sivustolta myös YouTubesta ja Soste-kanavan soittolistalta, joka on tarkoitettu erityisesti oppilaitosten käyttöön.

Tapahtumat ja tilaisuudet

Kampanjassa järjestettiin Kuuloautotempaus Päiväkoti Kylätiellä 30.10.2017, Latokartanon peruskoulussa 31.10.2017 ja Stadin ammattiopiston Abraham Wetterin tien toimipisteessä 4.4.2018. Kuuloauton äänieriossa seulottiin yhteensä 64 henkilön kuulo ja pidettiin tietoiskuja kuulonaleneman tunnistamisesta, kuulonsuojauksesta sekä melun vaikutuksista ja sen vähentämisestä.

Kuulolla työssä -kampanjaa esiteltiin Vates 25 vuotta -miniseminaarissa 28.2.2018, OAJ:n työelämäseminaarissa 20.3.2018 ja STTHL:n ajankohtaispäivillä 13.4.2018. Kampanja oli myös esillä Kotihoidon messuilla, Audiologian päivillä 12. - 13.4.2018, Erityisopettajien seminaarissa ja minimessuilla 19.4.2018 sekä Varhaiskasvatuspäivillä 12.6.2018.

5. Kampanjan tulokset ja arviointi**Arviointipalaveri ja kysely**

Kampanjan suunnitteluryhmän, yhteistyöverkoston ja työpajatyöskentelyyn osallistuneiden yhteiset arviointi- ja kehittämispalaverit pidettiin joulukuussa 2017 ja kesäkuussa 2018. Arviointipalaveriinkin osallistui Kuuloliitto, Kuulo-Auris, Suomen Työterveyshoitajaliitto ja Vates-säätiö.

Kysely lähetettiin kampanjan suunnitteluun ja toteutukseen osallistuneille 17 henkilölle kesäkuussa 2018. Kyselyyn vastasi yhteensä kuusi henkilöä kolmesta eri organisaatiosta (Ecophon, Kuuloliitto, Vates-säätiö).

Kyselyn ja kesäkuun arviointipalaverin mukaan Kuulolla työssä -sivustoa ja siellä olevia aineistoja pidettiin selkeinä, konkreettisina, havainnollisina, hyödyllisinä ja käyttökelpoisina. Myös sivuston värikkyyden ja positiivinen vire puhutteli.

"Sivustolla on hyvää tietoa ja hyödyllistä sisältöä. Sitä on ollut kiva jakaa ja sitä on voinut hyödyntää myös omassa työssä."

"Sivusto on hyvä työkalu. Sitä on esitelty joka kurssilla ja jaettu myös työnantajille."

"Aineistossa on hyvää tilasto- ja muuta tietoa, jota tarvitsemme varmasti myöhemminkin osana vaikuttamis- ja viestintätöitämme. Konkreettiset asiat ja luvut ovat aina hyvä asia, ja tieto näistä on esitetty havainnollisesti."

"Sivustolla on juurikin sellaista materiaalia mille on tarvetta. Ja vaikka se on suunnattu opetus- ja kasvatusalalle, olen pystynyt hyödyntämään sitä myös muilla aloilla ... materiaali on parhaimmillaan monipuolisuutensa vuoksi."

Yhteistyöverkostolle lähetettyjä sähköpostiviestejä uusista jaettavista artikkeleista ja muista materiaaleista pidettiin hyvin koostettuina ja helppoina jakaa. "Viestiä myös levitettiin laajasti eri kanavia pitkin" ja "somea hyödynnettiin hyvin". Medianäkyvyydessä ja sen seurannassa onnistuttiin kohtalaisen hyvin.

Kuuloautotempauksiin osallistuneet työntekijät kokivat ne onnistuneiksi ja harmittelivat, että yksi tempaus jouduttiin perumaan teknisten ongelmien vuoksi. He myös näkivät, että niitä ja muihinkin tapahtumiin osallistumisia olisi voinut olla enemmän (näitä ei ollut kampanjasuunnitelmassa). Tietoiskut keräsivät hyvin osallistujia ja joidenkin yhteydessä käytiin vilkastakin keskustelua. Sen sijaan mediaa ei saatu kiinnostumaan Kuuloautotempauksista etukäteisodotuksesta ja tiedotteesta huolimatta.

Arviointipalaveriin osallistuneet kokivat, että sivuston aineistojen valmisteluvaihe oli turhan vauhdikas, ja että kesälomien osuminen valmisteluvaiheen keskelle katkaisi prosessin. Järkevämpää varmasti olisikin siirtää työpajatyöskentely- ja aineistojen suunnitteluvaihe syksyyn 2017 ja aloittaa varsinainen kampanjointi vasta tammikuussa 2018. Myös kokous- ja kommentointipyyntit olisivat voineet tulla pidemmällä varoitusajalla.

Kuulolla työssä -sivusto on suunnattu erityisesti kasvatusta ja opetusalaan. Tämän jotkut kokivat rajoitteeksi, vaikkakin sivuston aineistot soveltuvat monelle muullekin alalle. Jatkossa sivustoa täydennetään kattamaan laajemmin eri ammattiryhmiä.

Tavoitteiden saavuttaminen ja kohderyhmät

Kuulolla työssä -sivustolla on alisivut Työntekijälle, Työyhteisölle, Työterveyshuollolle ja työnantajalle sekä Työtilat-sivu. Artikkeleja julkaistiin huonokuuloinen työntekijä, työterveyshuolto sekä työtila ja melu näkökulmista. Useisiin artikkeleihin sisältyi myös työyhteisön toimintatapojen merkitys. Tässä mielessä kampanjassa huomioitiin eri kohderyhmät ja saavutettiin myös tavoitteet.

Kampanjalle ei etukäteen asetettu määrällisiä tavoitteita. Verkkosivujen kävijämäärien ja videoiden katselukertojen perusteella kampanja ei saavuttanut kovin laajasti kohderyhmiään. Kampanja kuitenkin toteutettiin pääpiirteissään suunnitelman mukaisesti.

Kuuloviesti-lehdessä ja Kuuloliiton verkkouutisissa oli aiottua enemmän artikkeleja. Juttuja jaettiin omassa ja yhteistyökumppaneiden sosiaalisessa mediassa, jossa artikkelien jakoja ja

muita julkaisuja oli paljon suunniteltua enemmän. Kuuloautotempausten lisäksi kampanja oli esillä seitsemässä muun kuin Kuuloliiton järjestämässä tapahtumassa. Nämä eivät olleet alkuperäisessä kampanjasuunnitelmassa.

Yhteistyökumppaneiden painetuissa lehdissä artikkeleja julkaistiin suunniteltua vähemmän. Sen sijaan hankkeen sisällöt olivat esillä verkkouutisissa ja uutiskirjeissä. Sosiaalisessa mediassa päivityksiä ja jakoja oli kohtalaisesti. Myös muut organisaatiot ja mediat julkaisivat uutisia.

Kohdennetut viestit kuntien kasvatusta- ja opetustoimelle vaihdettiin viesteiksi kahdenkymmenen suurimman kunnan kouluille ja päiväkodeille. Kampanjassa arvioitiin, että toteuttajatasolla viesti tavoittaa paremmin kohderyhmän. Myöskään kuntien työterveyshuoltoja ei lähestytty suoraan, koska palveluvalikoiman selvittäminen osoittautui liian työlääksi. Sen sijaan STTHL teki ja jakoi pelkästään Kuulolla työssä -teemalla uutiskirjeen. Myöskin kaikkien keskussairaaloitten kuulokeskusten ja -asemien kuntoutusohjaajille lähetettiin kampanjasta viesti ja kortteja sekä sähköisesti että maapostissa.

Kehittämiskohteita

Kampanjan olisi voinut ajoittaa niin, että opasaineistojen suunnittelu ja toteutus sekä kampanjasuunnitelman tarkennus, olisi tehty syksyllä 2017 ja varsinainen kampanjointi olisi alkanut vasta alkuvuodesta 2018. Näin olisi välttytty turhalta kiireeltä, ja työpajatyöskentelyyn ei olisi tullut häiritsevää kesälomakatkosta.

Yhteistyöverkoston kokoaminen vei yllättävän paljon aikaa. Yhteistyöverkoston odotusten seulontaan ja koko verkoston sitouttamiseen olisi pitänyt panostaa enemmän. Kaikki mukaan kutsutut tahot eivät lähteneet kampanjaan mukaan, mutta yhteistyökumppaneita olisi voinut etsiä myös laajemmalti esimerkiksi eri työmarkkinajärjestöistä.

Kampanjaviestintää olisi pitänyt suunnitella ja ajoittaa tarkemmin. Etukäteen olisi voinut kartoittaa esimerkiksi mitä juttuaiheita millekin medialle tarjotaan sekä haastateltavat ja asiantuntijat eri aiheisiin. Myös sivustosta tehtyjen nostojen ja sosiaalisen median viestien näkökulmia ja kohdennusta olisi voinut miettiä etukäteen tarkemmin.

Suunnitelman mukaan kampanja järjesti Kuuloautotapahtumia. Tämän lisäksi kampanja oli esillä seitsemässä muussa tapahtumassa. Erilaisten teemaan liittyvien tapahtumien etukäteiskartoitus, niissä esiintyminen ja esilläolo tai viestinnällinen hyödyntäminen olisi voinut olla suunnitelmallinen osa Kuulolla työssä -viestintäkampanjaa.

6. Lopuksi

Kampanja loppui 30.6.2018, mutta Kuulolla työssä -sivusto säilyy (www.kuuloliitto.fi/kuulolla-tyossa/). Sivuston sisältöjä muokataan ja laajennetaan käsittämään useampia työntekijäryhmiä. Sivustosta tehdään jatkossakin nostoja sosiaaliseen mediaan. Kuuloviesti-lehdessä ja Kuuloliiton verkkouutisissa on tulevaisuudessakin työelämäartikkeleita. Yhteistyö jatkuu joidenkin yhteistyökumppaneiden kanssa.

Kuulolla työssä -sivustoa voivat hyödyntää kaikki työpaikat ja työterveyshuollot sekä mm. opilaitokset, kuntoutustahot, työeläkevakuutusyhtiöt, Kela ja päätöksentekijät. Toiveena on, että jatkossa yhä useammat tahot ja henkilöt löytävät sivuston ja hyödyntävät sen sisältöjä.

Kuuloliitto kiittää rahoittajiaan ja yhteistyökumppaneitaan sekä vapaaehtoistoimijoitaan, joidenka asiantuntemuksella ja tuella Kuulolla työssä -kampanja ja -sivusto toteutettiin.

Lähteet

Hietala, J. & Lavikainen, A. 2010. Huonokuuloisena työelämässä - Työympäristön toimivuus ja yhdenvertainen osallistuminen. Kuuloliitto ry, RAY

Koskela, I., Ruusuvuori, J., Juvonen-Posti, P., Nevala, N., Husman, P. 2013. Kuulokojeen käyttäjät työelämässä. Monimenetelmäinen tutkimus kuulokojeen esteistä ja edisteistä työelämässä. Työterveyslaitos. TSR. Helsinki.

Nevala, N., Kalliomäki-Levanto, T., Jääskeläinen, K., Hirvonen, M., Karojärvi, H., Pekkarinen, A. & Elo, J. 2010. Työn sisältö ja työolosuhteiden mukauttaminen avoimilla työmarkkinoilla toimivilla vammaisilla ja pitkäaikaissairailta. Loppuraportti. TTL, TSR

Nevala, N., Pehkonen, I., Koskela, I., Ruusuvuori, J. & Anttila H. 2014. Työolosuhteiden mukauttaminen vammaisilla henkilöillä: vaikuttavuus sekä estävät ja edistävät tekijät. Järjestelmällinen kirjallisuuskatsaus. Helsinki: Kela, Työpapereita 61