

POHJOIS-POHJANMAAN HYVINVOINNIN JA TERVEYDEN EDISTÄMINEN

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvoinnin kehittäminen 2008 – 2011
Terveempi Pohjois-Suomi

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Martti Ahlstén
Viestintätoimisto Verbi Oy
Kesäkuu 2010

SAATTEEKSI

Viestintätoimisto Verbi sai toimeksiannon laatia hyvinvointiviestinnän tarkennetut suunnitelmat ja niiden toteuttamissuunnitelman Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelmalle ja Terveempi Pohjois-Suomi -hankkeelle (Terps). Lisäksi suunnitelmassa tuli olla mukana Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin Terveiden edistämisen yksikön (Tere) viestintäsuunnitelma.

Viestintäsuunnitelmia on valmisteltu taustakeskusteluissa ja neuvotteluissa. Niiden perusteella on päädytty ratkaisuun, että ei tehdä erillistä viestintäsuunnitelmaa jokaiselle osapuolelle vaan yksi suunnitelma, joka kattaa käynnissä olevien hyvinvoinnin kehittämishelmien ja organisaatioiden viestinnän.

Perusteet yhteiselle suunnitelmalle

- Vältetään päällekkäisyyttä ja hajanaisuutta, jota voi syntyä, jos toimijat harjoittavat viestintää ilman yhteistä koordinaatiota.
- Tehostetaan resurssien käyttöä tässä suunnitelmassa sovittavan työnjaon avulla.
- Varmistetaan, että tavoitetilä on yhteinen ja että viestintä on yhtenäistä.

Myös Oulun kaupungin Tero-hanke on laatimassa viestintäsuunnitelmaa. Tero on yksi Terpsin alahankkeista. Tero-hankkeen viestintäsuunnitelma kytketään osaksi tätä suunnitelmaa yhdessä Oulun kaupungin kanssa siten, että tavoitteet ovat yhdenmukaiset. Tero tulee olemaan mukana viestinnän koordinoinnissa ja toteutuksessa omalla panoksellaan. Lisäksi Tero-hankkeessa hahmoteltavia kansalaisviestinnän toimenpiteitä voidaan hyödyntää myös muiden osapuolten viestinnän toteutuksessa.

Maakunnassa on useita muita toimijoita, joiden tehtävänä on edistää hyvinvointia, esimerkiksi Pohjois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus (Poske) sekä aluehallintoviranomaiset. Näiden muiden toimijoiden harjoittamaan viestintään tämä suunnitelma ei voi ottaa kantaa. Koska yhteistyötä tehdään paljon muutenkin, myös yhteistyö viestinnässä olisi luontevaa ja siihen pitäisi pyrkiä.

Suunnitelmassa esitetään maakunnallisen hyvinvointiviestinnän verkoston perustamista. Tähän kutsutaan mukaan toimijoita, joiden kanssa pyritään viestintäyhteistyöhön. Tavoitteena tulisi olla, että maakunnan hyvinvointiviestintää suunnitellaan ja toteutetaan koordinoitua yhteistyössä siten, että asetetut tavoitteet voidaan saavuttaa.

Lisäksi tulisi verkottua hyvinvointiviestintää toteuttavien organisaatioiden kanssa valtakunnallisesti.

Martti Ahlsten

TAUSTAA

Hyvinvoinnin käsite

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) mukaan hyvinvoinnilla tarkoitetaan seuraavaa:

"Hyvinvointi on ihmisen fyysistä, psyykkistä, sosiaalista, emotionaalista ja hengellistä hyvää oloa. Hyvinvointi syntyy ihmisen itsensä, hänen läheistensä, lähiympäristönsä ja palvelujärjestelmän toiminnan sekä yhteiskuntapolitiikan tuloksena. Hyvinvoinnin tekijöitä ovat terveyden ja toimintakyvyn lisäksi elinolosuhteet ja elinympäristö, asuminen, toimeentulo, mielekäs tekeminen, ihmissuhteet, yhteisöllisyys, osallisuus ja turvallisuus. Hyvinvointi merkitsee erilaisia asioita ihmisille elämänkaaren eri vaiheissa."

Tässä suunnitelmassa termi "hyvinvoinnin edistäminen" on pääkäsite, joka pitää sisällään myös terveyden edistämisen.

Hyvinvoinnin edistäminen ei ole yksiselitteisen hyvä termi, vaikkakin se kattaa kaiken sen poikkisektoraalisen toiminnan, johon ohjelmilla pyritään. Hyvinvoinnin ja hyvinvoinnin edistämisen käsitteet eivät ole vakiintuneet silloin, kun niitä käytetään yhteyksissä, joissa kuvataan palvelujärjestelmän kehittämistä. Toisessa ääripäässä kun on yksilöllinen hyvä olo, jonka merkitys saattaa joillekin olla jopa päinvastainen kuin nyt tarkoitettu.

Terveyden edistäminen on hieman vakiintuneempi termi kuin hyvinvoinnin edistäminen. Siihen ei sisälly nykyään pelkästään ajatus terveistä elämäntavoista vaan myös ajatus palvelujärjestelmän kehittämisestä omavastuun lisäämiseen ja hallinnon rajat ylittävään palvelutuotantoon.

Siksi tässä dokumentissa käytetään myös termiä hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen.

Maakunta panostaa hyvinvoinnin edistämiseen

Pohjois-Pohjanmaalla käynnistettiin syksyllä 2006 hyvinvointialaan liittyvä kehitystyö laajana yhteistyöprosessina. Ohjelman työstämisessä oli mukana satoja hyvinvointialan kehittäjiä eri puolilta maakuntaa ja Pohjois-Suomea.

Hyvinvointiohjelma hyväksyttiin marraskuussa 2007. Parhaillaan on käynnissä maakunnan hyvinvointiohjelman toteutuksen toinen kokonainen vuosi. Ohjelmaa toteutetaan Euroopan aluekehitysrahaston rahoittamalla Pohjois-Pohjanmaan hyvinvoinnin kehittäminen 2008 - 2011 -hankkeella, jolla resursoidaan ja ohjataan hyvinvointiohjelman vuosittaisen toimintasuunnitelman toteutusta. Rahoittajaviranomaisena toimii Pohjois-Pohjanmaan liitto.

Hyvinvointiohjelman jatkon rahoitus vuosille 2012 - 17 on valmisteilla.

Yksi kärkihankkeista on Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin hallinnoima Terveempi Pohjois-Suomi -hanke.

Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiri perusti vuoden 2009 alussa terveyden edistämisen yksikön, joka palvelee alueen kuntia hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen yhteistyössä.

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelma 2007 – 2017

Ohjelman tavoitteena on laatia keskeisten yliseudullisten hyvinvointiohjelmien yhteistyöohjelma- ja toimintamalli.

Ohjelman keskeisiä päämääriä on saada aikaan nykyistä huomattavasti laajempaa ja koordinoitumpaa yhteistyötä kaikkien maakunnan hyvinvointitoimijoiden kesken ja saada siten nostettua toimenpiteiden vaikuttavuutta oleellisesti nykytasosta.

Alueen keskeiset toimijat ovat ohjelmaan liittyen allekirjoittaneet hyvinvointisopimuksen. Sopimusosapuolina ovat Pohjois-Pohjanmaan kunnat, keskeiset tutkimus-, koulutus- ja kehittäjätahot, keskeiset rahoittajatahot, keskeiset kolmannen sektorin järjestöt ja yhdistykset sekä yrittäjäjärjestöt.

Ohjelmalle on asetettu seuraavia strategisia tavoitteita:

Sen tulee

- synnyttää laaja vuorovaikutusta eri toimijoiden välillä
- saada luotua uudentyyppinen levitysalusta hyvälle käytännölle
- lisätä terveyden edistämisen ja syrjäytymisen ehkäisemisen informaatio-ohjausta ja muita toimenpiteitä yli sektori- ja hallintorajojen
- saada myös yritykset hyvinvoinnin kehittämisen keskiöön mukaan

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelmalle on määritelty seuraava tavoitetila:

- Pidämme huolta itsestämme, toisistamme ja ympäristöstämme.
- Olemme edelläkävijöitä ihmisten hyvinvoinnin toteutumisessa.

Ohjelmassa on kolme kehittämisryhmää

- Terveyden edistäminen
- Syrjäytymisen ehkäiseminen
- Innovaatiot/yrityspalvelut

Ohjelmassa käynnistetään 11 kärkihanketta. Ne ovat maakunnallisia hankekokonaisuuksia, joiden avulla toteutetaan hyvinvointiohjelmaa.

Ohjelmalla pyritään saamaan aikaan suuri muutos monella hyvinvointia tukevalla osa-alueella, kuten ihmisten asenteissa, toimintatavoissa sekä kuntalaisten arjessa että kunnallisissa prosesseissa, rakenteissa ja toimintamalleissa.

Terveempi Pohjois-Suomi (TERPS)

Hankkeen tarkoituksena on kehittää Pohjois-Suomen maakuntien alueille ja kunnille hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen rakenteita sekä johtamis- ja toimintamalleja. Näiden mallien toimivuutta testataan osahankkeissa ja niillä haetaan levitettävyyttä myös muualle Suomeen. Myös hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen osaamisen ja osallistumisen vahvistaminen ovat hankkeen tavoitteina.

Terveempi Pohjois-Suomi hankekokonaisuus muodostuu koordinoinnista ja viidestä toimenpidekokonaisuudesta. Hankkeen hallinnoijana ja koordinoijana toimii Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiri.

Kehittämisen painopisteinä ovat hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen rakenteet ja johtaminen, henkilöstön osaaminen ja palveluketjujen ja -prosessien toimivuus, kuntalaisten osallistuminen ja osallisuus sekä uudet palvelukonseptit ja toimintamallit.

Hanke muodostaa samalla Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelman ”ihmisillä hyvä terveys ja toimintakyky” -strategisesta päämäärästä johdetun kärkihankkeen. Lisäksi hanke on osa sosiaali- ja terveysministeriön Kaste-ohjelmaa.

Hanke käsittää alkuvaiheessa Pohjois-Pohjanmaan sekä Kainuun maakunnat.

Terveyden edistämisen yksikkö

Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiiri perusti Terveyden edistämisen yksikön vuoden 2009 alussa.

Yksikön tehtäväksi on määritelty vahvistaa kansalaisen osallistumista itsensä ja toistensa omaehtoiseen huolenpitoon arkipäivän eri tilanteissa. Tehtävänä on myös lisätä kuntalaisten tietoisuutta terveyden, toimintakyvyn ja hyvinvoinnin sekä sairauksien ehkäisyn merkityksestä. Yksikkö vahvistaa terveydenhuollon ammattilaisten terveyden edistämisen osaamista.

Toimintamuotoja ovat verkostoyhteistyö, koulutus, tutkimus- ja kehittämistyö, viestintä ja maakunnallinen hyvinvoinnin kehittämistoiminta.

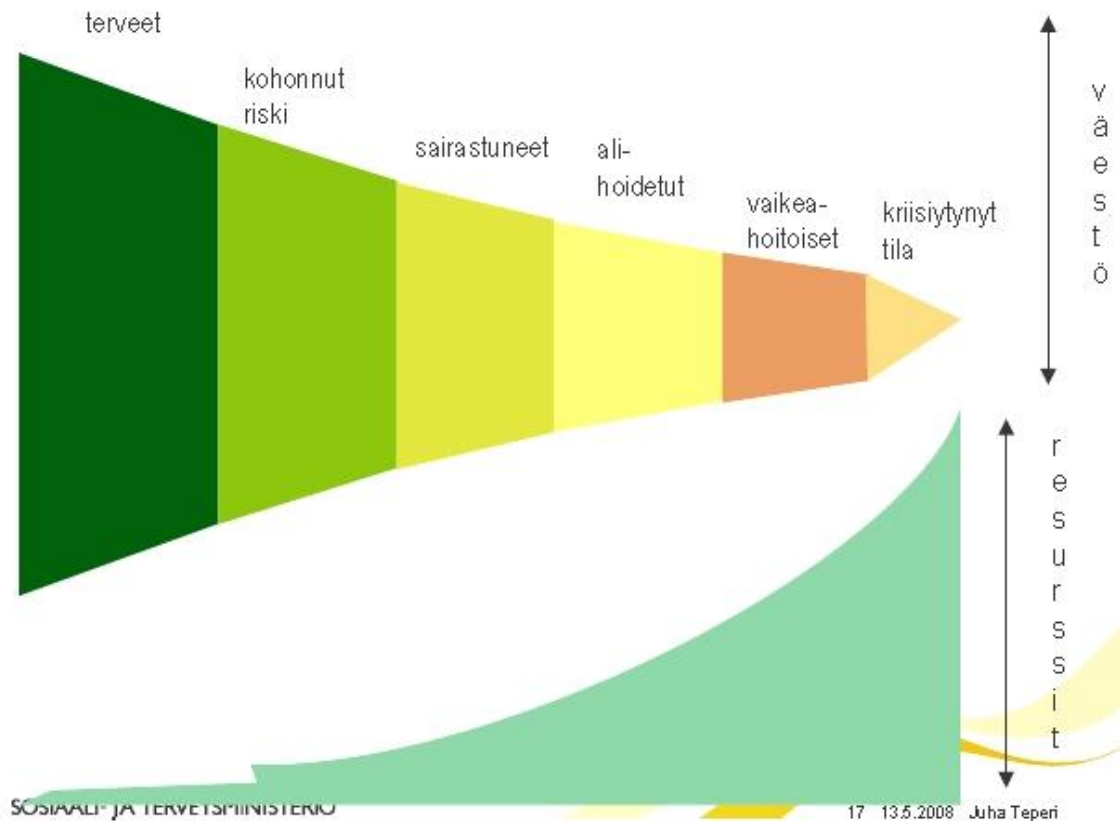
Sairaanhoitopiirin terveyden edistämisen yhteistyö palvelee kuntalaisia, kuntien viranhaltijoita ja päättäjiä, peruspalvelun ja sairaanhoidon toimijoita, järjestöjä ja tutkimusmaailmaa.

Tere-yksikön tavoitteena on olla kansallinen ja kansainvälinen edelläkävijä terveyden edistämisessä.

LÄHTÖKOHDAT

Hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen ”yhteiskunnallinen tilaus”

Missä ovat nykyjärjestelmän voimavarat?



Kuten yllä olevasta kuvastu näkyy, suomalainen terveydenhuolto on itse asiassa sairaudenhuoltoa, sillä valtaosa palvelujärjestelmän kustannuksista kohdistuu sairauksien hoitoon, erityisesti vaikeahoitoisiin ja kriisiytyneessä tilassa oleviin potilaisiin, joiden osuus kokonaisväestöstä on kuitenkin pieni.

Resurssien kohdentaminen väestön terveempään osaan terveysriskien vähentämiseksi ja terveellisempien elämäntapojen edistämiseksi vähentäisi ja myöhentäisi raskaita hoitoja ja helpottaisi palvelujärjestelmän kustannuspaineita.

Tämä on tiedetty jo kauan ja ennaltaehkäisevän toiminnan edistäminen onkin ollut vakioaihe erilaisissa terveydenhuollon kehittämissuunnitelmissa ja päättäjien puheissa. Käytännön tekoihin se ei juurikaan ole johtanut.

Yksi tärkeimmistä syistä on se, että hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen tulokset näkyvät vasta pitkän ajan kuluttua. Siihen investoiminen olisi kuitenkin

uusi, heti toteutuva ja pysyvä kustannus. Kun resurssit ovat muutenkin tiukalla ja päättäjät joutuvat tekemään valintoja jo olemassa olevien palveluiden kohdalla, uusia kustannuksia aiheuttaviin päätöksiin ei ole ollut rohkeutta.

Lisäksi on puuttunut vastuiden ja tehtävänjaon määrittely. Kun terveyden edistäminen on ollut kaikkien etu ja kuulunut kaikille, se ei käytännössä ole kuulunut kenellekään.

Hyvinvoinnin edistämistä on jarruttanut myös palvelujärjestelmän tiukka sektoraalisuus. Yksilötasolla hyvinvointi on kokonaisuus ja jatkumo, eikä sen kannalta ole merkitystä sillä, miten sitä edistävät palvelut hallinnollisesti järjestetään ja tuotetaan.

Viranomaistasolla hallintorajoilla on kuitenkin selvästi hidastava vaikutus. Hyvinvoinnin edistäminen koskettaa kaavoitusta, kulttuuria, opetusta, sosiaalitointa, terveydenhuoltoa. Kokonaisnäkemys hyvinvoinnin edistämisestä jää helposti hallintoajattelun jalkoihin. Myöskään yritysten tarjoamia mahdollisuuksia ei hallintokeskeisessä kulttuurissa osata hyödyntää.

Nyt tilanne on muuttumassa.

Koko kuntakenttä, sosiaali- ja terveydenhuolto sen mukana, on joutumassa perusteelliseen rakennemuutokseen, jonka pääasiallinen syy on väestön nopea ikääntyminen. Palveluiden rahoittamisen lisäksi eteen tulevat työvoiman saatavuuden haasteet.

Työ- ja elinkeinoministeriön laskelmien mukaan pelkästään sosiaali- ja terveydenhuollon työntekijöistä puolet jää eläkkeelle seuraavan kymmenen vuoden aikana. Samaan aikaan työelämään tulevat uudet ikäluokat pienentyvät.

Kuntien palvelutuotannossa tulee tämän takia tapahtumaan sekä rakenteellisia että ideologisia muutoksia. Rakenteellisia muutoksia on esimerkiksi toimiala- ja hallinnonalarajojen madaltaminen/poistaminen palveluita suunniteltaessa ja järjestettäessä.

Ideologinen muutos on kansalaisten omavastuun lisääminen.

Hyvinvointiyhteiskunta synnytti ajattelun, jonka mukaan yhteiskunta huolehtii kaikesta. Tulevaisuuden uudenlainen hyvinvointiyhteiskunta lähtee siitä, että ihminen itse kantaa päävastuun omasta ja läheistensä hyvinvoinnista. Yhteiskunta tulee apuun, kun tarvitaan erikoisosaamista. Lisäksi yhteiskunta kehittää ja tarjoaa kansalaisille sähköisiä palveluita ja välineitä, joiden avulla on mahdollista asioida palvelujärjestelmän kanssa ja edistää omaa hyvinvointiaan.

Edessä oleva muutos tarkoittaa käytännössä panostamista hyvinvoinnin edistämiseen.

Ensimmäiset merkit siitä, että voisi alkaa syntyä konkretiaa, saatiin, kun kansanterveyslakia uudistettiin vuonna 2006. Siinä tarkennettiin kuntien roolia terveyden edistämässä, velvoitettiin ne seuraamaan väestönsä terveydentilaa ja ottamaan terveysnäkökohdat huomioon kunnan kaikessa toiminnassa.

Tähän liittyen julkaistiin terveyden edistämisen laatusuositus vuoden 2006 syksyllä. Sen tarkoituksena on jäsentää terveyden edistämisen laajaa toimintakenttää sekä tukea kuntien omaa laadunhallintatyötä. Tavoitteena on tukea terveyttä ja hyvinvointia yhteiskuntapolitiikan eri keinoin.

Terveyden edistäminen sai lisää painoarvoa Matti Vanhasen toisen hallituksen ohjelmassa vuonna 2007. Ohjelmassa todetaan mm.

”Tarvitsemme uutta yhteisöllisyyttä. Suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan rakentamisessa hallitus haluaa selkiyttää oman vastuun, yhteisen vastuun ja yhteiskunnan vastuun välistä suhdetta.” Sekä: ”Parannetaan kansalaisten toimintaedellytyksiä sekä mahdollisuuksia omatoimisuuteen ja osallistumiseen.”

Hallitus perusti terveyden edistämisen politiikkaohjelman. Sen tavoitteiksi määriteltiin mm. väestön terveydentilan parantuminen ja terveyserojen kaventuminen, terveyden edistämisen rakenteiden kehittäminen.

Hyvinvoinnin edistämisen juridinen asema vahvistuu valmisteilla olevassa uudessa terveydenhuoltolaissa. Valmisteluasiakirjojen mukaan lakiin ehdotetaan sisällytettäväksi terveyden ja/tai hyvinvoinnin edistämistä koskeva yleissäännös, jolla vahvistettaisiin terveyttä edistävää työtä. Terveyden edistäminen olisi kytkettävä osaksi kunnan johtamisjärjestelmää. Lain tavoitteena on, että väestön hyvinvoinnin edistäminen nostettaisiin kaikissa kunnissa yhdeksi toiminnan painoalueeksi.

Näyttää siis siltä, että hyvinvoinnin edistämiseksi on nyt luotu yhteiskunnallinen tunnustus ja tilaus. Tulevina vuosina siitä pitäisi syntyä käytännön päätöksiä ja tekoja.

PricewaterhouseCoopers haastatteli tuoreeseen julkaisuunsa *”HealthCast: The customisation of diagnosis, care and cure”* julkisen hallinnon ja terveysalan vaikuttajia 25 maasta. Valtaosa vastaajista uskoi, että terveydenhuollon painopiste muuttuu sairauksien hoidosta terveyden edistämiseen. Vaikuttajien mukaan potilaiden on alettava ottaa enemmän vastuuta pitkäaikaissairauksien hallinnasta.

”Between now and 2020, health systems will turn from reactive medicine to proactively understanding and supporting individuals in managing their own health. Many health systems say they deliver patient-centered care, but PwC’s research found only pockets in which this is evidenced. Health organizations remain too focused on their own organizations, not what’s best for the patient. Patient-centered care takes health systems out of their comfort zones, forcing

them to integrate people, technologies and organizations that are not part of their current routines.”

Viestinnälliset mahdollisuudet ja haasteet

Pohjois-Pohjanmaan toimijoiden asettamat tavoitteet hyvinvoinnin edistämiseksi ovat kunnianhimoiset ja vaativat. Osa tavoitteista on sen tyyppisiä, että niitä ei voida saavuttaa ilman valtakunnallista medianäkyvyyttä. Edelläkävijä voi olla vain suhteessa muihin. Vaikka olisi kuinka hyvä, ei voi olla edelläkävijä, jos muut eivät sitä tiedä.

Hyvinvointi sinänsä kiinnostaa kansalaisia, ja media antaa yhä enemmän tilaa aihepiiriä käsitteleville jutuille ja uutisille. Julkinen palvelutuotanto on kansantaloudellisesti tärkeä asia ja kiinnostaa mediaa myös tästä näkökulmasta.

Kuten edellä todettiin, hyvinvoinnin edistämiseksi näyttäisi nyt olevan voimakas yhteiskunnallinen ja poliittinen tilaus. Lainsäädännölliset ja rakenteelliset uudistukset nostavat hyvinvoinnin edistämisen väistämättä median kiinnostuksen kohteeksi. Se tulee kiinnostamaan mediaa ja se tulee seuraamaan aihetta.

Toisaalta mediaa kiinnostavat uutiset eikä hyvinvoinnin edistäminen näytä siinä suhteessa tarjoavan mitään järisyttävää. Jos hyvinvoinnin edistäminen tuottaa tulosta, se on todennettavissa pitkän aikavälin tilastoilla ja mittareilla. Siitä ei synny uutisvirtaa eikä journalistista dramatiikkaa.

Ihmisläheiset aiheet kiinnostavat toimituksia, joten hyvinvoinnin edistäminen voi nousta mediassa esiin yksittäisten kansalaisten onnistuneiden elämäntapamuutosten kautta. Myös hyvinvoinnin edistämisen uudet palvelurakenteet ja teknologiat luultavasti kiinnostavat toimittajia.

Media pitää palveluiden turvaamista tärkeänä ja puolustettavana, mutta usein asia nähdään perinteisesti kysymyksenä resurssien jaosta. Ajatus julkisten palveluiden toimintatapojen uudistamisesta alkaa olla selviö alaan erikoistuneille toimittajille, mutta moni ”yleistoimittaja” ei ole perehtynyt problematiikkaan. On toimittajia, jotka suhtautuvat siihen varauksellisesti tai jopa kielteisesti.

Kun hyvinvoinnin edistäminen alkaa kiinnostaa toimittajia yhä enemmän, on siis varauduttava myös kritiikkiin. Viestinnässä joudutaan käsittelemään kysymyksiä, onko hyvinvoinnin edistäminen peiteltyä palvelujärjestelmän purkamista, eivätkö ihmiset enää saa tarvitsemaansa palveluita, miten ikääntyneet asioivat palvelujärjestelmän kanssa tietoteknisillä välineillä, joita heillä ei ole tai joita he eivät osaa käyttää. Jne.

Pohjois-Pohjanmaa näyttäisi kulkevan hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen eturivissä. Jos/kun tuloksia syntyy, niistä tiedottamalla on mahdollista kehittää maakunnan imagoa. Näin ollen kyse ei ole vain palvelurakenteeseen liittyvästä viestinnästä, vaan samanaikaisesti koko maakunnan imagoviestinnästä.

Sairastavuus on Pohjois-Pohjanmaalla keskimääräistä suurempaa. Kun huonoista asetelmista lähdetään liikkeelle, se tarkoittaa, että tuloksia on helpompi demonstroida. Tähän sisältyy myös epäonnistumisen vaara. Viestinnässä täytyy lähteä liikkeelle vahvasti ja luottavaisesti. Jos tuloksia ei synny, siitä seuraa vakavia imago-ongelmia.

Hyvinvoinnin ja terveyden edistämisessä syntyy tuloksia vain siten, että kaikki osapuolet, hyvinvointisopimuksen allekirjoittaneet tahot mukaan lukien, saadaan mukaan yhteisiin talkoisiin. Tämä on haaste sisäiselle viestinnälle. Vaarana on, että tehdään päällekkäistä työtä, tieto ei kulje riittävän sujuvasti, viestintää vaativia aiheita ja tilanteita ei tunnisteta.

Monipuolinen toimijajoukko on toisaalta runsaudensarvi. Kiinnostavat onnistumiset, esimerkit, hyvät käytännöt ja tulokset syntyvät siellä, missä tehdään konkreettista työtä ihmisten kanssa. Aiheet pitäisi tunnistaa ja hyödyntää. Siksi sisäiseen viestintään pitäisi kiinnittää erityistä huomiota.

Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen tuo mukanaan uusia toimintamalleja ja teknologioita. Ne puolestaan lisäävät liiketoiminnan osuutta palvelujärjestelmässä. Media suhtautuu terveydenhuollon piirissä tapahtuvaan liiketoimintaan ristiriitaisesti. Yksityisten palveluiden kohdalla esimerkiksi näyttävät menevän sekaisin ulkoistamisen ja yksityistämisen käsitteet. Ja yhä on toimittajia, joiden mielestä terveydenhuolto pitäisi paitsi järjestää myös tuottaa julkisena palveluna.

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Viestinnän yleiset tavoitteet

Hyvinvointiviestinnän tavoitteita ovat:

- Tukea Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelmaa, Terveempi Pohjois-Suomi -hanketta ja Terveyden edistämisen yksikköä, muita maakunnallisia kärkihankkeita, toimijoita ja kuntia saavuttamaan määritellyt tavoitteensa.
- Rakentaa Pohjois-Pohjanmaan imagoa maakuntana, joka on edelläkävijä hyvinvoinnin edistämisessä.
- Luoda pitkäjänteinen hyvinvointiviestinnän toimintamalli, joka jää elämään siitä riippumatta, millaisia terveyden edistämisen projekteja/ohjelmia kulloinkin maakunnassa on käynnissä.

Periaatteet

Viestintä on avointa, järjestelmällistä, vuoropuheluun aktivoivaa ja koordinoitua. Tiedot ovat helposti löydettävissä ja saatavissa. Lisäksi tietoa pystytään muokkaamaan eri prosesseissa.

Viestinnässä käytetään aktiivisesti ja monipuolisesti ulkoisen ja sisäisen viestinnän keinoja, jotka määräytyvät kohderyhmien mukaisesti.

ULKOINEN VIESTINTÄ

Imagoviestintä

Tavoite

Imagoviestinnän tavoitteena on rakentaa Pohjois-Pohjanmaan imagoa hyvinvoinnin edistäjänä yhdessä alueen muiden toimijoiden kanssa. Hyvinvointi on kasvava liiketoiminnan alue, jonka kasvu tulee kiihtymään sitä mukaa kun terveyden edistäminen saa jalansijaa. Hyvinvoinnin edistämällä on siten myös elinkeinopoliittinen ulottuvuus.

Oulu Wellness Instituutti on asettanut omassa viestintäsuunnitelmassaan hyvinvointitekologiaan liittyviä imagotavoitteita sekä hahmottanut toimintamalleja niiden saavuttamiseksi. Instituutin viestintä on vielä käynnistämävaiheessa. Oulun kaupunki on käynnistänyt mittavan imagoprojektin, jonka sisällöstä ei tätä kirjoitettaessa ole tarkempaa tietoa.

Maakunnan hyvinvoinnin edistämisen imagoviestintää ei pidä toteuttaa näistä irrallisena. Kun Oulun kaupungin ja Wellness Instituutin viestintähankkeet etenevät, niiden kanssa on hakeuduttava vuoropuheluun. Tavoitteena on määrittellä yhteinen näkemys maakunnan ja Oulun seudun profiilista, jossa hyvinvointi olisi keskeinen elementti sekä toteuttaa viestintää koordinoitusti.

Tavoiteprofiili

Pohjois-Pohjanmaa on edelläkävijä hyvinvoinnin ja terveyden edistämässä.

Perusviestit

Imagoviestinnän perusviesti on

- Pohjois-Pohjanmaan panostaa hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen.
- Tavoitteena on nostaa maakunta edelläkävijäksi hyvinvoinnin ja terveyden edistämässä ja tähän liittyen
 - saada kansansairaudet hallintaan
 - ehkäistä syrjäytymistä
 - kehittää uusia palvelurakenteita
 - edistää hyvinvointialan liiketoimintaa

Keinot

Yllä määriteltyä tavoiteprofiilia ei ole mahdollista saavuttaa muuten kuin valtakunnallisen medianäkyvyyden avulla. Imagoviestinnän painopiste onkin mediajulkisuuden hankkimisessa.

Tiedotusvälineisiin pyritään saamaan juttuja aktiivisen ja järjestelmällisen tiedottamisen avulla. Aineistoja ja juttuideoita räätälöidään toimituksille sen mukaan, millainen on kyseisen median kohderyhmä/levikki (lääketiede, hoitotyö, sosiaalitoimi, kulttuuri, talous, teknologia, maakunta, paikkakunta, ikääntyneet jne.).

Maksetussa mainonnassa lukija/kuulija/katselija tietää, että maksaja puhuu omalla äänellään. Siksi mediamainontaan suhtaudutaan varauksellisesti. Sama koskee verkkosivuja, yhteisö puhuu niillä omalla äänellään.

Median julkaisema uutinen tai juttu sen sijaan on käynyt läpi puolueettoman toimituksellisen seulan. Lukija/kuuntelija/katselija luottaa siihen. Siksi mediajulkisuus toimituksellisessa aineistossa on profiloinnin kannalta erittäin arvokasta. Siksi sitä pitäisi pyrkiä hankkimaan aktiivisesti ja järjestelmällisesti.

Mediajulkisuus on myös kustannustehokasta. Mediamainontaan verrattuna kustannukset ovat merkittävästi pienemmät, mutta saavutettu uskottavuus merkittävästi suurempi.

Toimituksiin niiden ulkopuolelta tulevan aineiston ja kontaktien määrä on kasvanut viime vuosina huomasti. Tästä massasta on vaikea erottaa muuten kuin aiheiden ja aineistojen hyvän laadun ja järjestelmällisen toiminnan avulla.

Tämä tarkoittaa, että media-aineistojen täytyy olla huolella tuotettuja.

Visuaalinen ilme

Yhtenäinen visuaalinen ilme on onnistuneen profiloinnin perusedellytyksiä. Mielikuvaa hyvinvointiin panostavasta maakunnasta pitäisi tukea sille suunnitellulla visuaalisuudella, jossa on määritelty värien, kuvien ja tunnusten käyttö sekä käytettävät tekstilajit ja niiden käyttötyylit. Kukin osapuoli soveltaa yhteistä visuaalisuutta sovittujen sääntöjen ja määritysten pohjalta.

Visuaalisuuden luomista varten hankitaan yhteistyökumppaniksi mainostoimisto, jota käytetään myös painotuotteiden, mediamainosten ja verkkopalvelujen ulkoasujen suunnittelemisessa.

Tiedotteet

Tiedotteita tehdään maakunnan hyvinvoinnin edistämisen tapahtumista, kehittämishankkeista, edistymisestä, tuloksista jne.

Tiedotustilaisuudet

Tarvittaessa järjestetään tiedotustilaisuuksia. Toimittajien mukaan tiedotustilaisuuksia järjestetään liian usein ja liian kevein perustein. Toimituksissa on muutenkin tiukennettu linjaa siitä, mihin tilaisuuksiin lähdetään. Näin ollen tiedotustilaisuuden järjestämistä tulee harkita tarkoin.

Median taustoittaminen ja mediayhteydet

Mediajulkisuuden saamista vaikeuttaa se, että hyvinvoinnin edistäminen osana julkista palvelutoimintaa on nouseva trendi eikä siten kovin tunnettu aihepiiri toimittajien keskuudessa. Toinen haaste on se, että hyvinvoinnin edistämisestä löytyy harvoin ns. suuria uutisia.

Siksi viestinnän yksi tehtävä on median taustoittaminen. Se tarkoittaa toimittajien tapaamisia, esittelytilaisuuksien järjestämistä medialle, toimittajien kutsumista tapahtumiin jne. Tavoitteena on kertoa hyvinvoinnin ja terveyden edistämisestä sisällöllisesti ja sen merkityksestä tulevaisuuden palvelujärjestelmässä.

Mediakontakteja varten tuotetaan taustakansio, jossa on seuraavanlaista aineistoa:

- Artikkelit hyvinvoinnin edistämisen merkityksestä palvelujärjestelmän uudistamisessa
- Artikkelit hyvinvoinnin edistämisen vaikuttavuudesta
- Tilastotietoja maakunnasta
- Viimeisimpiä lehdistötiedotteita
- Mahdollisesti muutamia painotuotteita ja kuvamateriaalia

Artikkeleihin haastatellaan ulkopuolisia, arvostettuja asiantuntijoita.

Kansio pitäisi mielellään luovuttaa toimittajille henkilökohtaisissa tapaamisissa, tilaisuuksissa, joihin on kutsuttu toimittajia sekä tiedotustilaisuuksissa. Kansion saaneista toimittajista pidetään kirjaa ja heille lähetetään sisältöä päivittävää aineistoa.

Verkkosivut

Pohjois-Pohjanmaan hyvinvointiohjelmalla on verkkosivut Pohjois-Pohjanmaan liiton verkkopalvelussa. Terveempi Pohjois-Suomi -hankkeella on oma verkkopalvelu. Tere-yksiköllä on oma sivu Pohjois-Pohjanmaan sairaanhoitopiirin verkkopalvelussa.

Nykyinen toteutus on liian rahoittajakeskeinen. Kansalaiskeskeinen ajattelu lähtee siitä, että palveluun on helppo hakeutua. Koska hyvinvoinnin edistäminen on maakunnan kärkihankkeita, verkkopalvelua kehitetään siten, että hyvinvoinnin edistämiseksi perustetaan oma sivusto. Kolme yllä mainittua sivustoa voivat jatkaa nykyisillä palvelimillaan ja niihin linkitetään hyvinvoinnin edistämisen lähtösivulta.

Hyvinvoiva Pohjois-Suomi -sivusto olisi näin maakunnan hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen portaali, johon olisi koottu valtakunnallista ja maakunnallista yleistä tietoa sekä linkit käynnissä oleviin maakunnallisiin ohjelmiin, hankkeisiin ja yksiköihin.

Portaaliin rakennetaan myös kansalaisten osallistumista tukeva osio, jonka kautta voi tehdä kysymyksiä, hakea tietoa ja tulevaisuudessa myös liittyä aihepiiriin sosiaalisen median verkostoihin.

Uutiskirje

Terveempi Pohjois-Suomi -hankkeella on uutiskirje, muilla viestintäsuunnitelman osapuolilla ei.

Perustetaan Hyvinvoiva Pohjois-Pohjanmaa -uutiskirje, joka ilmestyy 4 - 6 kertaa vuodessa. Uutiskirjeen postituslista koostuu hankkeiden ja organisaatioiden avainhenkiöistä, sidosryhmien edustajista, jne. Postituslistalle voi ilmoittautua portaalin kautta.

Uutiskirjeen sisältö koostuu toimitetuista jutuista, jotka julkaistaan portaalin uutisosiossa ja joihin linkitetään Uutiskirjeestä. Lisäksi uutiskirjeessä tiedotetaan tulevista tapahtumista.

Painotuotteet

Imagoviestintää varten tarvitaan maakunnan hyvinvointia esitteleviä painotuotteita esimerkiksi seuraavasti:

- Pahvinen folderi, jonka sisään voidaan valita tilanteen mukaan esitteitä, tulosteita ja muuta viestintämateriaalia
- Maakunnan hyvinvoinnin kehittämisen yleisesite
- Käyntikortit

Kansalaisviestintä

Hyvinvoinnin edistämässä onnistumisen kulmakivi on se, kuinka hyvin kansalaiset motivoituvat ottamaan vastuuta omasta ja läheistensä terveydestä ja muuttamaan elämäntapojaan terveempään suuntaan. Tämä todetaan myös hankesuunnitelmissa. Tavoitteisiin ei päästä, jos ei pystytä muuttamaan ihmisten suhtautumista elämäntapoihinsa.

Kansalaisiin vaikuttaminen ja heidän osallistamisensa on uutta ja outoa maamme palvelujärjestelmässä. Toimintamalli on tähän saakka ollut se, että järjestetään ja tuotetaan laadukkaita palveluita organisaatiokeskeisesti.

Kansalaisten osallistamisessa tarvitaan viestinnällistä osaamista, jotta ihmisille saadaan paitsi tietoa hyvinvoinnin edistämisen merkityksestä, myös jotta heihin voidaan vaikuttaa muutoksen aikaan saamiseksi.

Hankkeiden tulosten kannalta kansalaisviestintä on tärkein väline tulosten aikaan saamiseksi. Siksi juuri siihen pitäisi panostaa erityisen voimakkaasti.

Tavoite

Kansalaisviestinnän tavoitteena on

- nostaa hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen merkitys laajaan tietoisuuteen
- motivoida kansalaisia omavastuuseen
- kannustaa ihmisiä muutokseen omassa elämäntavoissaan

Perusviestit

Kansalaisviestinnän perusviestit

- Vastuu hyvinvoinnistasi ja terveydestäsi on sinulla itselläsi
- Yhteiskunta tukee sinua oman hyvinvointisi edistämässä
- Palvelujärjestelmä auttaa kuten ennenkin silloin, kun tarvitaan ammattiapua

Keinot

Kansalaisten motivointi ei onnistu eikä muutosta saada aikaan, jos hyvinvoinnin edistämisen tärkeys ei ole noussut laajasti esiin julkisuudessa. Siksi tarvitaan mediajulkisuutta, joten lehdistötiedottaminen on tärkeä osa kansalaisviestintää.

Kansalaisviestinnän media-aiheissa pitäisi löytää aiheita, jotka tarjoavat samaistumisen mahdollisuuksia, käytännön esimerkkejä siitä, kuinka joku on onnistunut toteuttamaan elämänmuutoksen, kuinka jossakin kunnassa on onnistuttu ehkäisemään syrjäytymistä ja kuinka alueelle on saatu hyvinvointiin liittyvää uutta liiketoimintaa.

Muutoksen aikaansaamiseksi pitää ideoida myös erilaisia tilaisuuksia, tapahtumia ja tempauksia sekä hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia.

Hyvinvointia ja terveyttä edistävää viestintää pitäisi järjestelmällisestä sisällyttää potilaan ja hoitohenkilökunnan kohtaamisiin.

Kansalaisjärjestöillä ja erilaisilla harrastuksiin liittyvillä yhdistyksillä ja seuroilla on kanavia, joita voitaisiin hyödyntää kansalaisviestinnässä. Yhteistyö järjestöjen kanssa otetaan osaksi verkottunutta viestintää.

Kansalaisviestinnän välineitä ovat media-aineistot, tilaisuudet, tapahtumat, luennot, tempaukset, painotuotteet ja verkkosivut. Terpsin viestintää koskevassa osuudessa esitellään Kasvot-hanke, joka on keskeinen osa yhteistä kansalaisviestintää.

Sosiaalisen median hyödyntämisestä tehdään erillinen suunnitelma siinä vaiheessa, kun maakunnallinen hyvinvoinnin edistämisen portaali on toteutettu.

Päätäjät- ja vaikuttajaviestintä

Päätäjät- ja vaikuttajaviestinnän kohteena ovat yhteiskunnalliset päättäjät ja vaikuttajat, erityisesti kuntien luottamushenkilöt ja keskeiset viranhaltijat.

Ikärakenteen muutoksen mukanaan tuomat haasteet ovat asettamassa tämän kohderyhmän uusien asioiden eteen. Haasteisiin ei voida vastata perinteisten toimintamallien avulla. Perinteinen toimintatapa on ollut se, että kanavoidaan rahoitusta alueille, joita halutaan kehittää. Tulevaisuudessa on pulaa sekä rahoituksesta että resursseista. Ja vaikka rahaakin olisi tekijöitä ei välttämättä ole.

Tavoite

Päätäjät- ja vaikuttajaviestinnän tavoitteena on

- Lisätä tietoa hyvinvoinnin edistämisestä ja sen merkityksestä
- Saada kunnat panostamaan hyvinvoinnin edistämiseen

Perusviestit

Päättäjä- ja vaikuttajaviestinnän perusviestit

- Hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen on panostettava
- Panostus ei ole kulu vaan investointi tulevaisuuteen

Keinot

Myös päättäjä- ja vaikuttajaviestinnän yksi väline on saada terveyden edistämisen tärkeyttä korostavaa mediajulkisuutta.

Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen nostetaan aiheeksi erilaisissa maakunnallisissa kokouksissa ja tapahtumissa, puheenvuoroissa jne. Lisäksi järjestetään yksinomaan tähän aihepiiriin keskittyviä tapahtumia ja tilaisuuksia ja henkilökohtaisia tapaamisia.

Päättäjä- ja vaikuttajaviestinnän välineitä ovat media-aineistot, tilaisuudet, tapahtumat, tapaamiset, painotuotteet, uutiskirjeet, sähköiset tiedotteet ja verkkosivut.

Ammattilaisviestintä

Kasvokkain tapahtuva viestintä on kaikkein tehokkainta. Viestintää harjoittavilla yhteisöillä ei usein ole mahdollisuutta perustaa viestintäänsä sen varaan, koska tämä viestintä vaatii aikaa. Sanomaa ei pystytä levittämään tarpeeksi laajalle tarpeeksi nopeasti. Eikä yrityksellä tai yhteisöllä yleensä ole riittävän suurta verkostoa tehokkaalle kasvokkain tapahtuvalle viestinnälle.

Hyvinvoinnin edistämässä tilanne on toinen. Tavoitteeksihan on asetettu saada aikaan muutoksia ihmisten käyttäytymisessä. Siksi pitäisi pyrkiä hyödyntämään kasvokkain tapahtuvaa viestintää mahdollisimman tehokkaasti.

Verkostokin on olemassa - julkisissa palveluissa toimivat työntekijät. He kohtaavat paljon ihmisiä ja heillä on hyvinvoinnin edistämässä auktoriteettia. Esimerkiksi tupakoinnin kohdalla on todettu, että elämänmuutos tapahtuu todennäköisemmin, jos siihen kehottaa lääkäri. Omalla päätöksellä, ilman auktoriteetin antamaa sysäystä, elämänmuutos jää todennäköisemmin tekemättä ja jopa yrittämättä.

Tavoite

Ammattilaisiin kohdistuvan viestinnän tavoitteena on

- Saada ammattilaiset sisäistämään hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen merkitys
- Saada ammattilaiset ottamaan hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen osaksi asiakastyötään

Perusviestit

Ammattilaisviestinnän perusviestit

- Hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen on keskeinen osa asiakastyötä

Keinot

Ammattilaisviestinnän välineitä ovat media-aineistot, tilaisuudet, tapahtumat, tapaamiset, painotuotteet, uutiskirjeet, sähköiset tiedotteet, henkilökohtaisten viestintävalmiuksien kehittäminen ja verkkosivut.

RESURSOINTI, TYÖNJAKO JA KOORDINOINTI

Perusperiaate

Viestinnän toteutuksen perusperiaate on, että jokainen organisaatio/ohjelma/hanke hoitaa oman viestintänsä.

Tämä koskee kaikkia viestinnän osa-alueita. Jokainen kertoo omien hankkeidensa etenemisestä ja tuloksista, ideoi aiheita medialle, pyrkii vuorovaikutukseen omaan piiriinsä kuuluvien päättäjien, vaikuttajien ja ammattilaisten kanssa. Jokainen myös tuottaa omat aineistonsa.

Asiantuntija-apu

Viestintä vaatii kuitenkin paljon sellaista erityisosaamista, jota osapuolilla ei ole käytettävissään. Siksi tarvitaan myös ulkopuolista tukea, jonka käytön pelisäännöistä sovitaan myöhemmin erikseen. Periaate on, että osapuolet voisivat saada asiantuntijan apua esimerkiksi ideoidensa työstämiseen, tuottamiensa aineistojen laadun arviointiin ja kehittämiseen, mediayhteyksien hoitamiseen.

Viestintäsuunnitelman kilpailutukseen sisältyi optio, jonka mukaan suunnittelijaksi valittavalta voidaan hankkia ostopalveluita suunnitelman toteutuksessa. Tuo optio on päätetty käyttää, joten toteutuksen alkuvaiheessa Viestintätoimisto Verbi on käytettävissä asiantuntija-apuna tarvittaessa.

Maakunnallinen hyvinvointiviestinnän verkosto

Toimijoita on paljon ja alue on maantieteellisesti laaja. Siksi on vaarana, että yhteisestä viestintäsuunnitelmasta huolimatta tehdään päällekkäistä ja pahimmillaan ristiriitaista työtä.

Erityinen vaara on, että ei pystytäkään haravoimaan mielenkiintoisia uutisia, yhdistämään eri osapuolten samansisältöisiä aiheita ja hankkimaan siten julkisuutta tehokkaasti.

Näiden vaarojen minimoimiseksi ja yhteistyön tehostamiseksi perustetaan maakunnallinen hyvinvointiviestinnän verkosto, johon alan keskeiset toimijat nimeävät edustajansa. Verkosto kokoontuu rutiinisti neljännesvuosittain ja tarpeen vaatiessa tiheämminkin. Esiin nousevien aiheiden ja tarpeiden perusteella verkoston jäsenet kokoontuvat ja pitävät yhteyttä pienemmällä kokoonpanolla tilanteen mukaisesti.

Hyvinvointiviestinnän viestintätiimi

Perustetaan maakunnallinen hyvinvointiviestinnän tiimi. Sen tehtävä on

- seurata viestintäsuunnitelman toteutusta ja huolehtia sen päivittämisestä
- valmistella verkostotapaamisten asiat
- koordinoida yhteisiä hankkeita

Viestintätiimin kokoonpano

- Tere-yksikön edustaja
- Terps-hankkeen edustaja
- Hyvinvointiohjelman edustaja
- Viestintäkonsultti

Erityisvastuut ja työnjako

Vaikka peruseriaate on, että jokainen hoitaa oman viestintänsä, sovitaan toimijoiden kesken tiettyjen viestinnän osa-alueiden erityisvastuusta ja sen mukaisesta työnjaosta seuraavasti:

Hyvinvointiohjelma/Pohjois-Pohjanmaan liitto

Erityisvastuu:

- Hyvinvointiviestinnän verkoston perustaminen ja sen toiminnasta huolehtiminen.
- Imagoviestintä.
- Päättäjä- ja vaikuttajaviestintä

Terps

Erityisvastuu:

- Kansalaisviestinnän kehittäminen

Lisäksi Terps ottaa vastuun myös Kasvot-projektista, joka hahmotellaan myöhemmin luvussa, jossa käsitellään Terpsin viestintäsuunnitelmaa.

Tere

Erityisvastuu:

- Päätäjiin, vaikuttajiin ja terveydenhuollon ammattilaisiin kohdistuva viestintä.
- Hyvinvointiviestinnän jatkuvuus.

Erityisvastuu tarkoittaa sitä, että vastuun saanut taho seuraa omaa vastuualuettaan, antaa osapuolille siihen liittyviä vinkkejä ja impulsseja, ideoi erityisvastuuseensa kuuluvaa viestintää ja aktivoi osapuolia ideoiden käytännön toteutukseen. Lisäksi vastuun saanut taho suunnittelee omaan vastuualueeseensa liittyviä yhteisiä aineistoja ja sisältöjä. Kukin osapuoli vastaa yhteisesti suunniteltujen aineistojen tuotannosta.

SISÄINEN VIESTINTÄ

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan tässä suunnitelmassa toimijoiden välistä keskinäistä yhteydenpitoa ja tietojen vaihtoa.

Tavoitteet

Sisäisen viestinnän tavoitteita ovat

- Toimijat tuntevat toisensa ja toistensa tavoitteet
- Toimijat luottavat toisiinsa
- Varmistaa, että maakunnan hyvinvointiviestintää toteutetaan koordinoitusti ja tehokkaasti
- Varmistaa, että ei tehdä päällekkäistä ja turhaa työtä
- Huolehtia siitä, että viestinnän kannalta potentiaaliset aiheet ja ideat pystytään haravoimaan esiin ja että ne voidaan hyödyntää tarkoituksenmukaisesti.

Keinot

Kokoukset

Kaikissa ohjelmien, hankkeiden ja organisaatioiden kokouksissa otetaan viestintä vakituiseksi asiakohdaksi.

Sisäiset tiedotteet

Tere, Terps ja Hyvinvointiohjelma perustavat kukin oman sähköisen tiedotteen, jonka avulla jokainen kertoo omasta toiminnastaan sisäisessä verkostossaan ja muille osapuolille

Sähköisen tiedotteen ominaisuuksia

- Lähettäjänä näkyy aina lähettävä organisaatio, ei henkilö
- Visuaalisuus noudattaa hyvinvointiviestinnän yhteisen sähköisen uutiskirjeen visuaalisuutta
- Vain yksi asia/tiedote. Tiedotteita lähetetään tarpeen mukaan, mikä tarkoittaa, että lähetyksiä voi olla tarvittaessa useita/viikko
- Jokainen perustaa omaan verkkopalveluunsa sähköisten tiedotteiden arkiston, josta tiedotteita voi käydä lukemassa määritellyin oikeuksin

Koulutus

Tere, Terps ja Hyvinvointiohjelma järjestävät sekä yhteisiä että omia koulutustilaisuuksia. Lisäksi pyritään yhteistyöhön muualla maassa toimivien, hyvinvointia edistävien organisaatioiden kanssa.

HYVINVOINTIOHJELMAN VIESTINTÄ

Erityisvastuu: hyvinvointiviestinnän verkoston perustaminen ja sen toiminnasta huolehtiminen. Imagoviestintä sekä päättäjä- ja vaikuttajaviestintä.

Tämä erityisvastuu tarkoittaa sitä, että Pohjois-Pohjanmaan liitto/maakunnan hyvinvointiohjelma kutsuu verkoston koolle ja huolehtii sen toimintarutiineista. Lisäksi vastuuseen kuuluu verkoston jäsenyhteisöjen viestintävalmiuksien kehittäminen mm. koulutuksen avulla.

Tähän erityisvastuuseen kuuluu myös maakunnan hyvinvointiviestinnän kansallisen tason verkottaminen. Esimerkiksi hyvien käytäntöjen levittäminen on useiden muidenkin organisaatioiden ja hankkeiden tavoitteena ja ne toteuttavat siihen liittyvää viestintää.

Mediaviestintä

Hyvinvointiohjelma aktivoi osahankkeita ja alueen muita toimijoita tekemään tiedotteita, järjestämään tiedotustilaisuuksia ja kontaktoimaan toimittajia. Ohjelma pyrkii ideoimaan ja kokoamaan maakunnasta mediaa kiinnostavia suurempia aihekokonaisuuksia, jotka rakentavat maakunnan ”suurta kuvaa” hyvinvoinnin kehittämisen edelläkävijänä. Näissä tiedotushankkeissa maakunnan hyvinvointiohjelma voi ottaa myös toteutusvastuuta.

Ohjelma kertoo säännöllisesti omasta toiminnastaan. Kuinka ohjelma on edennyt, mitä tuloksia on saatu aikaan jne.

Verkkosivut

Hyvinvointiohjelman verkkosivut ovat Pohjois-Pohjanmaan liiton verkkopalvelussa ja liitto huolehtii niiden päivittämisestä. Tätä käytäntöä jatketaan. Hyvinvointi on maakunnan kärkihankkeita, mutta ohjelman löytääkseen täytyy ymmärtää

mennä ensin Maakunnan suunnittelu ja kehittäminen sivulle, jonka valikosta hyvinvointiohjelma löytyy. Maakuntaa profiloivalle kärkihankkeelle polku on liian vaikea.

Hyvinvoiva Pohjois-Suomi olisi hyvä nostaa näyttäväksi linkiksi heti etusivulle, siten, että linkki vie ensi portaaliin ja sieltä on mahdollisuus etsiä maakunnan tai muulle haluamalleen terveyden edistämisen sivustolle.

Uutiskirje

Viestinnän johtoryhmä laatii suunnitelma yhteisen uutiskirjeen tuotannosta ja aikatauluista. Hyvinvointiohjelma tuottaa siihen omaan eritysvastuuseensa liittyviä ideoita ja materiaalia.

Painotuotteet

Hyvinvointiohjelma suunnittelee kaikkien osapuolten käyttöön maakunnan hyvinvoinnin profiiliin/imagoon liittyviä painotuotteita.

TERPSIN VIESTINTÄ

Erityisvastuu: kansalaisviestinnän kehittäminen

Tämä erityisvastuu tarkoittaa sitä, että Terps koordinoi ja aktivoi alueella tapahtuvaa kansalaisviestintää, ideoi siihen liittyviä viestintäprojekteja ja -tempauksia, osallistuu tarvittaessa niiden suunnitteluun ja toteutukseen sekä ideoi, suunnittelee ja tuottaa kansalaisviestinnässä tarvittavia yhteisiä aineistoja.

Terpsin erityisvastuu ei poista hankkeiden/organisaatioiden velvollisuutta vastata ja huolehtia omaan toimintaansa liittyvästä kansalaisviestinnästä.

Mediaviestintä

Terpsin vastuulla on vastuulla hankkeen omaan toimintaan liittyvien lehdistöaineistojen suunnittelu, tuotanto ja jakelu.

Lisäksi Terps suunnittelee ja ideoi kansalaisviestintään liittyviä media-aineistoja muiden osapuolten kanssa ja osallistuu tarvittaessa niiden tuotantoon.

Verkkosivut

Terpsin verkkosivut ovat hajanaiset. Materiaalia on paljon ja sitä on vaikea hahmottaa. Sivusto on tarkoitettu samanaikaisesti sekä kansalaisille että hankkeiden ”työpöydäksi”. Kansalaisten kannalta ratkaisu ei ole paras mahdollinen.

Terps jatkaa omien verkkosivujensa päivitystä entiseen tapaan. Kun kansalaisportaali valmistuu ja otetaan käyttöön, Terpsin sivujen pääfunktioiksi tulee toimia hankkeen omien projektien työpöytä.

Uutiskirje

Viestinnän johtoryhmä laatii suunnitelma yhteisen uutiskirjeen tuotannosta ja aikatauluista. Terps tuottaa siihen omaan eritysvastuuseensa liittyviä ideoita ja materiaalia.

Painotuotteet

Kansalaisviestintää varten tarvitaan erilaisia painotuotteita, joista osa on pitempi-ikäisiä, osa nopeasti tehtäviä, lyhyen elinkaaren painotuotteita. Terpsin vastuulla on ideoida, suunnitella ja tarvittaessa tuottaa kansalaisviestinnässä tarvittavia painotuotteita yhteiseen käyttöön.

Kasvot-projekti

Viestinnän lähtökohta on se, että vaikutuksia voidaan saada aikaan vain pitkäjänteisellä ja järjestelmällisellä työllä. Tässä suunnitelmassa hahmoteltavat toimenpiteet ovat luonteeltaan sellaisia, että niillä aikaan saatavat vaikutukset alkavat näkyä vasta pitkän ajan kuluttua. Mediajulkisuus on hidasta, kestää aikansa ennen kuin kunnat saavat rakennettua uusia toimintamalleja ja niistä tuloksia jne.

Maakunnan hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen kannalta olisi kuitenkin tärkeää saada nopeasti näyttävää julkisuutta. Tavoitteena olisi käynnistää terveyden edistämisen toiminta ja viestintä korkealla profiililla. Jos siinä onnistutaan, saadaan myös muulle toiminnalle parempi huomioarvo. Myös hyvinvoinnin edistämisen työtä tekevien motivaatiota lisää se, että ollaan mukana tärkeässä korkean profiilin hankkeessa.

Myös kansalaisten elämäntapamuutosten kannalta olisi hyvä lähteä liikkeelle korkealla profiililla. Ihmiset alkavat pohtia elämäntapamuutoksia sitä nopeammin ja painokkaammin, mitä nopeammin ja näyttävämmin terveyden edistäminen nousee maakunnassa tärkeäksi asiaksi.

Kansalaisviestinnän koordinoinnista vastaava Terps valmistelee syksyn 2010 aikana hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen liittyvän Kasvot-projektin. Tavoitteena on käynnistää projekti vuoden 2011 keväällä edellyttäen, että rahoitus saadaan järjestymään.

Kasvot-projektin ajatuksena on kiinnittää joku julkisuuden henkilö, esimerkiksi näyttelijä, joka antaa aiheelle ”ihmisen kasvot”. Projektiin kiinnitettävä henkilö olisi käytettävissä hyvinvoinnin edistämiseen liittyvissä tilaisuuksissa, hänestä tehtäisiin 5- 10 sekunnin mittaisia video- ja audiospotteja, jolle ostettaisiin

media-aikaa televisiosta, radiosta ja tapahtumista. Projektissa pyritään yhteistyöhön liikunta- ja kulttuurijärjestöjen ja seurojen kanssa.

Myöhemmin projektia monipuolistetaan ottamalla mukaan lisää kasvoja ja esimerkiksi urheiluseuroja tai musiikkiyhtyeitä.

Terps valmistelee projektista yksityiskohtaisemman suunnitelman.

TEREN VIESTINTÄ

Sairaanhoitopiiri on käynnistämässä oman viestintästrategian valmistelua. TERE-yksikön viestintää ei voida suunnitella irrallaan tästä, joten Teren viestintäsuunnitelma syntyy tämän dokumentin ja sairaanhoitopiirin oman suunnittelun yhteisenä lopputuloksena.

Erityisvastuu: Terveysthuollon ammattilaisiin kohdistuva viestintä. Hyvinvointiviestinnän jatkuvuus.

Tämä erityisvastuu tarkoittaa sitä, että TERE suunnittelee ja kehittää terveydenhuollon ammattilaisiin kohdistuvan viestinnän yhteisiä menetelmiä ja aineistoja, joita osapuolet voivat hyödyntää omassa viestinnässään. Tarvittaessa TERE voi myös osallistua tällaisten viestintäprojektien toteutukseen.

TEREn erityisvastuu ei poista hankkeiden/organisaatioiden velvollisuutta vastata ja huolehtia omaan toimintaansa liittyvästä ammattilaisiin kohdistuvasta viestinnästä.

Hyvinvointiviestinnän suunnittelu lähtee siitä, että viestintää toteutetaan järjestelmällisesti ja koordinoitusti siitä riippumatta, millaisia hankkeita tai ohjelmia on käynnissä ja millä tavalla niiden rahoitus on järjestetty.

Hyvinvointiohjelma ja Terps päättyvät aikanaan ja jatkuvat ehkä toisen muotoisina. Nyt käsittelyssä olevista osapuolista TERE edustaa ainoana jatkuvuutta. Se toimii sairaanhoitopiirin yhteydessä ja sen toiminta raamitetaan vuosittain sairaanhoitopiirin talousarviossa.

Näin ollen TEREn erityisvastuuksi on luontevaa määritellä jatkuvuuden turvaaminen. Sen tulee huolehtia siitä, että viestinnässä sovitut periaatteet ja hyviksi havaitut toimintatavat välittyvät eteenpäin aina, kun toimijoiden kentän rakenteessa tapahtuu muutoksia.

Mediaviestintä

Tere tuottaa media-aineistoja pääasiassa sairaanhoitopiirin oman terveyden edistämisen yhteistyön tarpeisiin. Koska Teren vastuulla on terveydenhuollon ammattilaisiin kohdistuva viestintä, sen vastuulla on seurata terveydenhuollon ammattijulkaisuja sekä kontaktoida niitä ja iedoida niille juttuideoita.

Verkkosivut

Teren verkkosivuilla on nyt perustiedot yksiköstä. Koska sivusto on sairaanhoitopiirin verkkopalvelussa, sivujen ulkoasun kohdalla joudutaan pohtimaan sairaanhoitopiirin oman visuaalisuuden ja tulevan maakunnan hyvinvoinnin visuaalisuuden yhteensovittamista.

Kun hyvinvointiportaali on perustettu ja avattu, sairaanhoitopiirin verkkopalvelun etusivulla pitäisi olla portaaliin johtava linkki. Tere-yksikön sivuille pääsisi portaalin kautta, mutta sille voi olla yhtä aikaa linkki myös sairaanhoitopiirin omasta valikkorakenteesta.

Uutiskirje

Viestinnän johtoryhmä laatii suunnitelma yhteisen uutiskirjeen tuotannosta ja aikatauluista. Tere tuottaa siihen omaan eritysvastuuseensa liittyviä ideoita ja materiaalia.

Painotuotteet

Teren vastuulla on ideoida, suunnitella ja tuottaa terveydenhuollon ammattilaisille sekä päättäjille ja vaikuttajille suunnattuja painotuotteita.

TOIMENPIDEOHJELMAT

Hyvinvointiohjelma

Kevät 2010

- Viestintätiimin perustaminen ja toiminnan käynnistäminen
- Mainostoimistopalveluiden hankintamenettelyn käynnistäminen
- Yhteisen mediarekisterin perustaminen

Syksy 2010

- Maakunnan hyvinvointiviestinnän verkoston käynnistäminen
- Maakunnan hyvinvointiviestinnän verkoston kokoukset
- Yhteistyöneuvottelut: Oulu, OWI, Poske jne.
- Visuaalisuuden suunnittelu
- Imagopainotuotteiden sekä päättäjä- ja vaikuttajaviestinnän painotuotteiden suunnittelu
- Portaalin suunnittelun käynnistäminen yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Median tausta-aineiston suunnittelu
- Uutiskirjeen suunnittelu yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Kaksi uutiskirjettä yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Sähköisen sisäisen tiedotteen suunnittelu
- Sähköisen tiedotteiden toteutus tarpeen mukaan
- Vuoden 2011 Hyvinvointifoorumin suunnittelu
- Yhteisen viestinnän jatkorahoituksen valmistelu
- Mediarekisterin päivittäminen
- Lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus
- Tarvittavan viestintäkoulutuksen kartoittaminen ja toteutussuunnitelma

Vuosi 2011

- Imagopainotuotteiden sekä päättäjä- ja vaikuttajaviestinnän painotuotteiden toteutus
- Portaalin toteutus
- Hyvinvointifoorumi
- Maakunnan hyvinvointiviestinnän verkoston kokoukset
- 4 - 6 yhteistä uutiskirjettä
- Sähköiset tiedotteet tarpeen mukaan
- Mediarekisterin päivittäminen
- Lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus

Terps

Kevät 2010

- Viestintätiimin perustaminen ja toiminnan käynnistäminen
- Kasvot-projektin valmistelu
 - Amk, teatteri, urheiluseurat jne.
- Yhteisen mediarekisterin perustaminen

Syksy 2010

- Kansalaisviestinnän painotuotteiden suunnittelu
- Median tausta-aineiston suunnittelu
- Kasvot-projektin valmistelu jatkuu
- Portaalin suunnittelun käynnistäminen yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Uutiskirjeen suunnittelu yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Kaksi uutiskirjettä yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Sähköisen sisäisen tiedotteen suunnittelu
- Sähköisen tiedotteiden toteutus tarpeen mukaan
- Kansalaisviestinnän painotuotteiden suunnittelu
- Hyvinvointiviestinnän päivän suunnittelu ja toteutus
- Tiedote: ATH-tutkimuksen onnistuminen
- Muut Lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus
- Mediarekisterin päivittäminen
- Pohjois-Suomen päivät / hyvinvointiosion selvittäminen
- Tarvittavan viestintäkoulutuksen kartoittaminen ja toteutussuunnitelma

Vuosi 2011

- Kasvot-projektin käynnistys
- Portaalin toteutus
- Kansalaisviestinnän painotuotteiden toteutus
- 4 - 6 yhteistä uutiskirjettä
- Sähköiset tiedotteet tarpeen mukaan
- Mediarekisterin päivittäminen
- Tiedote ja mahdollinen seminaari: ATH-tutkimus
- Muut lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus
- Tapahtumien suunnittelu ja toteutus

Tere

Kevät 2010

- Viestintätiimin johtoryhmän perustaminen ja toiminnan käynnistäminen
- Yhteisen mediarekisterin perustaminen

Syksy 2010

- Median tausta-aineiston suunnittelu
- Portaalin suunnittelun käynnistäminen yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Uutiskirjeen suunnittelu yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Kaksi uutiskirjettä yhteistyössä hyvinvointiohjelma, Terps, Tere
- Sähköisen sisäisen tiedotteen suunnittelu
- Sähköisen tiedotteiden toteutus tarpeen mukaan
- Ammattilaisviestinnän painotuotteiden suunnittelu
- Mediarekisterin päivittäminen
- Lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus
- Tarvittavan viestintäkoulutuksen kartoittaminen ja toteutussuunnitelma

Vuosi 2011

- Portaalin toteutus
- Ammattilais-, vaikuttaja ja päättäväviestinnän painotuotteiden suunnittelu
- 4 - 6 yhteistä uutiskirjettä
- Sähköiset tiedotteet tarpeen mukaan
- Mediarekisterin päivittäminen
- Lehdistötiedotteet ja mahdolliset infot: suunnittelu ja toteutus
- Tapahtumien suunnittelu ja toteutus

TOIMENPIDEOHJELMIEN KOOSTE

Liite: Toimenpideohjelma