

Opinnäytetyö (Turun Ammattikorkeakoulu)

Medianomi, journalismi

2023

Nelli Spännäri

# Sisäisen viestinnän kehittäminen Suomen CP-liitto ry:ssä

– Henkilöstön uutiskirje



Opinnäytetyö (AMK)

Turun ammattikorkeakoulu

Medianomi, journalismi

03/2024 | 27 sivua

Nelli Spännäri

# Sisäisen viestinnän kehittäminen Suomen CP-liitto ry: ssä

- Henkilöstön uutiskirje

## Tiivistelmä

Henkilöstöviestinnän avainasemassa ovat selkeys ja kollegat. Esihenkilöiltä kaivataan informatiivista, mutta myös ihmisläheistä viestintää. Sisäisen viestinnän välineet moninaistuvat, mutta tarpeet pysyvät hyvin samanlaisina. Koronapandemian myötä työntekijöiden tarve yhteisöllisyyteen jopa korostui.

Opinnäytetyössäni rakennan Suomen CP-liitto ry:lle henkilöstön sisäisen uutiskirjeen helpottamaan informaation kulkua. Uutiskirje noudattaa CP-liiton vuonna 2018 tehtyä graafista ohjeistusta, sekä saavutettavan viestinnän ohjeita.

Asiasanat: Sisäinen viestintä, henkilöstön uutiskirje

Bachelor's | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Bachelor of culture and arts, journalism

03/2024 | 27 pages

Nelli Spännäri

## Improving internal communications at Suomen CP-liitto ry

- personnel newsletter

In this thesis I will do research on good internal communications and how to build a visually pleasing and informative personnel newsletter.

I will create a base for a personnel newsletter for Suomen CP-liitto ry with Canva photo editing software which can be transferred to a software used for their personnel communication and to be used as easy to fill base for personnel newsletter which is meant to be delivered twice a month.

My thesis goal is to make personnel communication easier for Suomen CP-liitto ry.

Keywords:

internal communications, personnel newsletter

# **Sisältö**

<b>1. Johdanto</b>	<b>5</b>
<b>2. Suomen CP-liitto ry</b>	<b>5</b>
<b>3. Sisäinen viestintä</b>	<b>7</b>
<b>3.1. Sosiaalinen vuorovaikutus työyhteisössä</b>	<b>9</b>
<b>3.2. Sisäisenviestinnän kanavista</b>	<b>11</b>
<b>4. CP-liiton henkilöstön uutiskirjeen rakentaminen</b>	<b>15</b>
<b>5. Päätelemät</b>	<b>23</b>
<b>Lähteet</b>	

# 1 Johdanto

Opinnäytetyöni tavoitteena on rakentaa henkilöstön uutiskirje Suomen CP-liitto ry: lle helpottamaan henkilöstön sisäistä viestintää. Rakentaakseni toimivan ja hyvin palvelevan uutiskirjeen lähden tutkimaan, mistä hyvä sisäinen viestintä koostuu ja millaisia visuaalisia elementtejä kiinnostava uutiskirje pitää sisällään.

Opinnäytetyöni aihe valikoitui työharjoitteluni tuloksena Suomen CP-liitto ry:ssä. Olin liitossa viestinnän työharjoittelussa syksyllä 2022. Keskusteltuani esihenkilöni, liiton viestintäpäällikkö Eeva-Liisa Kiviniemen kanssa, henkilöstöviestinnän kehittämisen tarve nousi esille.

Kahdenkymmenenkolmen työntekijän CP-liitossa henkilöstöviestintä on tällä hetkellä levittäytyneenä monelle alustalle. Ollessani harjoittelussa CP-liitossa kuulin viestinnän järjestämällä kahvihetkillä, että tärkeän informaation saanti koetaan rikkonaisena ja liian monikanavaisena. Henkilöstön ikäjakauma myös luo vastahakoisuutta oppia uusia monijärjestelmällisiä viestintäkanavia.

Henkilöstön uutiskirjeen on tarkoitus koota tärkeä informaatio yhteen paikkaan helposti saavutettavassa muodossa ja helpottaa viestinnästä päävastuussa olevan Kiviniemen työtaakkaa.

Voidakseni rakentaa toimivan ja kutsuvan uutiskirjeen, minun tulee tuntea sisäisen viestinnän rakennuspalikat. Tutustun tähän alan kirjallisuuden kautta.

Toiminnallisen osan tukena käytän Liana Technologies yrityksen ohjeistusta hyvän henkilöstö uutiskirjeen rakentamiseen, Miten laatia hyvä uutiskirje (lianatech.fi, 2022), sekä hyödynnän saavutettavan viestinnän ohjeistusta.

## 2. Suomen CP-liitto ry

” Suomen CP-liitto on valtakunnallinen vammais- ja erityisliikuntajärjestö. Kohderyhmään kuuluvat ihmiset, joilla on cp-vamma, mmc, hydrokefalia, normaalipaineinen hydrokefalia sekä heidän läheisensä. Kohderyhmään

kuuluvat myös ihmiset, joilla on motorisen oppimisen vaikeus tai lievempiä motoriikan vaikeuksia.” (cp-liitto.fi, luettu 8.11.2023)

Suomen CP-liitto on perustettu 1965 vuonna valtakunnallinen vammais- ja erityisliikuntajärjestö. Liiton perustavoite on vammaispolitiikassa yleisesti hyväksytty periaate: Vammaisten henkilöiden yhdenvertaisuus ja täysi osallistuminen yhteiskunnassa. (cp-liitto.fi, luettu 8.11.2023)

CP-liitto tarjoaa jäsenilleen vertaistoimintaa sekä tarvittaessa apua ja palveluohjausta ja -neuvontaa. Liitolla on 19 jäsenyhdistystä ympäri Suomen Etelä-Suomesta Lappiin.

CP-yhdistysten vapaaehtoiset järjestävät jäsenilleen toimintaa ja tapahtumia, mahdollistavat vertaistuen sekä vaikuttavat paikallisesti ja alueellisesti. CP-liitto tukee yhdistyksiä toiminnan toteuttamisessa. (cp-liitto.fi, luettu 8.11.2023) CP-liitto järjestää koulutusta kohderyhmään kuuluville, sekä alan ammattilaisille.

CP-liitto on tehnyt yhdessä alan ammattilaisten kanssa muun muassa oppaat cp-vammasta, mmc:stä, hydrokefaliasta ja normaalipaineisesta hydrokefaliasta. Oppaat antavat tietoa ja tukea diagnoosin saamisesta aikuisuuteen eri elämänosa-alueilla, sekä toimivat vammaisen henkilön tukena ja tietopakettina lääkärikäynneillä.

Kun potilaalla on cp-vamma -opas julkaistiin vuonna 2020 ja Kun potilaalla on mmc tai hydrokefalia -opas 2021

CP-liitolta ilmestyy neljä kertaa vuodessa CP-lehti. CP-lehti kertoo CP-liiton toimintapiiriin kuuluvien ihmisten elämästä ja siihen liittyvistä asioista ja ilmiöistä. (cp-liitto.fi, luettu 8.11.2023)

Suomen CP-liiton toiminnan rahoitus muodostuu pääosin sosiaali- ja terveysjärjestöjen (STEA) avustuksista ja palvelutoiminnasta. Lisäksi rahoitus muodostuu jäsenmaksuista, CP-lehden ilmoitusmyynnistä, varainhankinnasta ja lahjoituksista. (cp-liitto.fi, toimintakertomus 2022, luettu 8.11.2023)

### 3. Sisäinen viestintä

Jotta pystyn kehittämään CP-liiton sisäistä viestintää, minun on tunnettava sen merkitys yrityksen tai tässä tapauksessa järjestön toimivuuden kannalta.

Elisa Juholinin Sisäinen viestintä teoksessa (1999) Juholin määrittelee sisäiselle viestinnälle kaksi tarkoitusta.

Kyse on toisaalta tiedon ja informaation vaihdosta ja toisaalta yhteisyydestä, kokemusten jakamisesta ja kulttuurista. (Juholin, 1999, 13)

Sisäinen viestintä on välttämätön osa-alue johtamista ja esimiestyötä, sillä se auttaa hallinnoinnissa, yrityksen jalostamisessa, sekä ihmisten motivoinnissa ja sitouttamisessa sekä työhönsä että yhteisöön. (Juholin, 1999, 13)

Kevästä 2020 eteenpäin työelämä koki muutoksen koronapandemian vuoksi. Työn tekeminen ja työyhteisöviestintä muuttuivat nopeasti, kun osan työyhteisö hajosi lomautuksiin tai irtisanomisiin, ja toiset siirtyivät toimistolta kotiin. Useille johtajille ja tiiminvetäjille samoin kuin työntekijöille tilanne oli uusi ja outo ja vaati syvällistä ajattelutavan muutosta.

Johdon viestinnältä odotettiin inhimillisyyttä, herkkyyttä ja huolenpitoa työntekijöiden motivoimiseksi. (Procom, 2022, Poikkeuksellinen viestintä)

Itse koin, että koronapandemian alussa esihenkilöviestintä oli jokseenkin katkonaista, kun kaikki opettelivat uutta ja tietoa työelämäään vaikuttavista muutoksista tuli tiputellen. Uusien kommunikaatiokeinojen löytäminen ja niiden opettelu vei oman aikansa, mutta nyt ne ovat selkeästi tulleet jäädäkseen.

Omalta osaltani ainakin tuntui, että kynnys yhteydenottoon kollegoihin ja esihenkilöön madaltui huomattavasti. Samassa tilassa työskentelyn etu vanhana normaalina aikana oli se, että asiat, jotka nyt tehtiin sähköpostin tai puhelimen välityksellä, pystyi ennen tekemään yhteisessä työtilassa.

Helsingin yliopiston sivut on koontanut kymmenen perusohjetta johtajille ja esihenkilöille sisäiseen viestintään

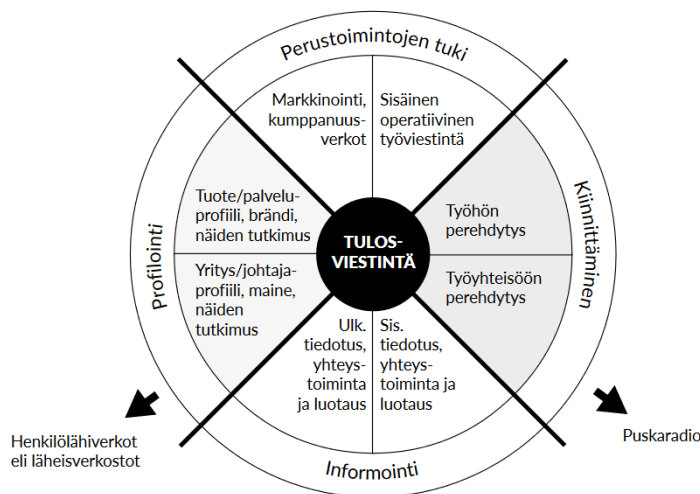
1. Ylläpidä avointa viestintä kulttuuria
2. Panosta viestien selkeyteen
3. Varmista että viesti on ymmärretty
4. Viesti suunnitellusti ja oikein
5. Pysy johdonmukaisena
6. Välitä oikeaa tietoa ja vältä huhumyllyä
7. Pidä strategia pöydällä ja tavoitteet kirkkaina
8. Älä moiti vaan kannusta kehittymään
9. Ole läsnä
10. Sitoudu viestintään ja näytä esimerkkiä (helsinki.fi, luettu 27.11.2023)

Koronapandemian ja uuden sukupolven siirtyminen työelämään ovat luoneet ja luovat yhä muutosta työelämän toimintatapoihin. Olen esimerkiksi huomannut oman ikäisteni seurassa puhuvani paljon avoimemmin muun muassa omista työskentelytottumuksistani ja -haasteistani. 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa syntyneet nuoret aikuiset ovat omaksuneet ajatusta, että mikään ei ole liian tabu aihe, ja näin he luovatkin keskustelevampaa ja sovittelevampaa työyhteisön keskustelukulttuuria, joka voi tuntua vanhemmista sukupolvista vieraalta.

Minusta palautteen annossa käytetty termi ”hampurilaismalli” on toimiva: sämpylät ovat kehuja ja pihvi rakentavaa kritiikkiä. Esihenkilöiden ylhäältä päin tuoma palaute ei myöskään motivoi kehittymään, vaan samalla tasolla ja niin sanotusti kumppanina toimiva esihenkilö, joka auttaa ongelmien ratkaisussa, on toimivan työyhteisön tukipilari.

”Åbergin pizza” erittelee viestinnälle viisi eri funktiota:

1. Perustoimintojen tuki: operatiivista toimintaa tukeva viestintä.
2. Informointi: tiedotus- ja suhdetoiminta sisäisten ja ulkoisten kohderyhmien suuntaan ja kanssa.
3. Pitkäjänteinen profilointi: maineeseen ja yrityskuvaan vaikuttaminen strategisten perusviestien avulla.
4. Sosiaalistaminen (alun perin kiinnittäminen): ihmisten kasvattaminen ”Kelpo organisaatiokansalaisiksi”.
5. Ihmisten välinen vuorovaikutus: ihmiset ovat sosiaalisia eläimiä, siis viestivät toisilleen kaikenlaisista asioista, myös organisaatioissa. Esimerkkeinä käytetään usein niin sanottua epävirallista viestintää ja puskaradiota. (Toim. Juholin, 2022) (Luettu 9.1.2024)



### Åbergin pizza originale: Tulostiestinnän malli (1985)

Ihminen on selkeästi tunnepohjainen. Kun hän kokee välittävänsä asiasta (tässä tapauksessa työyhteisöstä- ja panoksesta), hänellä on myös sisäistä

motivaatiota osallistua työn hyvään lopputulokseen. Työntekijän on myös hyvä tuntee olonsa arvostetuksi sekä vertaistensa että esihenkilöidensä toimesta.

### **3.1. Sosiaalinen vuorovaikutus työyhteisössä**

Åberg sanoo ihmisen lähiverkosta kuuleman uutisen olevan tehokas, lähiverkon uskottavuuden takia. Tehokkaimmillaan viesti on, kun tieto tulee läheisverkosta ja sanomalehdestä, sillä ne tukevat toisiaan. (Åberg, 2006, 106)

Lähiverkon muodostavat tuttavuudet, joiden kanssa on säännöllisesti kanssakäymistä. Tällaisiin lukeutuvat esimerkiksi työ- ja opiskelutoverit. Tästä verkosta – etenkin työpaikan sisällä – käytetään nimitystä puskaradio tai viidakkorumpu.

Viestit kulkevat verkossa nopeasti, jos uutinen on huomattava. Läheisverkot ovat olemassa halusi työyhteisön johto sitä tai ei. (Åberg, 2006, 106)

Kun johto viestii olennaisista asioista ajantasaisesti ja selkeästi, oikea tieto välittyy koko työyhteisöön. Tällöin henkilöstön ei tarvitse arvailla johdon ajatuksia ja toiminnan taustalla olevia tekijöitä. Toisin sanoen vältetään lietsomasta huhupuheita, jotka vääristävät oikeaa tietoa. Etenkin johdon väliset ohimennen kuullut keskustelut lisäävät tunnetta asioiden pimittämisestä, kasvattavat väärinymmärrysten riskiä ja laittavat huhut liikkeelle. (helsinki.fi, luettu 27.11.2023)

CP-liitossa harjoittelujaksostani lähti yhteinen sähköpostitiedote, kun olin tullut harjoitteluun, mutta minua tutustutettu kaikkiin kollegoihin. Nimiä ja kasvoja tuli ohimennen kohdattua yhteisillä työlounailla tai vasta ensimmäisessä viestinnän järjestämässä kahvihetkessä harjoitteluni puolivälissä. Tämä oli minulle harmillista sikäli, että kyseessä oli ensimmäinen työharjoitteluni yhdistystoiminnan parissa ja viestinnän tehtävissä. Myös osa työntekijöistä vaikutti kahvihetkessä hämmentyneiltä läsnäolostani. Harjoitteluni lopulla taloon tuli kuitenkin uusi kasvo, joka esiteltiin kaikille lyhyesti sähköpostin välityksellä kuvan kera. Se tuntui tavoittavan ihmisiä paremmin. Juuri tällaisten ”pienienkin” asioiden kertominen kaikille työyhteisössä luo yhtenäisyyden tuntua. Vaikka

asia ei suoranaisesti vaikuttaisi omaan työhön. CP-liitossa työntekijöitä oli myös töissä hybridimalilla, joihin olin yhteydessä vain kerran tai pari. Ylipäätään en kokenut harjoittelun aikana yhteisöllisyyttä vahvasti. Ainoa rennompia tilanteita lounaiden lisäksi oli yhteisötilan iltapäivän kahvihetket, joihin väkeä osallistui vaihtelevasti.

Kuten aiemmin mainittiin, koronapandemia loi muutoksia viestinnän toteuttamiseen ja sen tarpeisiin.

Dialogin ja sosiaalisen kanssakäymisen tarve lisääntyi koronapandemian myötä. Vuorovaikutteinen viestintä on tärkeä osa työpaikan ihmissuhteiden rakentamista ja ylläpitämistä. (Procom, 2022)

Koronapandemia oli kaikkiin yhteiskunnan alueisiin iskenyt kriisi, jonka muistamme pitkään. Kriisit ovat järkyttävistä seurauksistaan huolimatta myös suuria opettajia.

Niiden kautta voidaan tunnistaa ja toteuttaa muutos- eli transformaatioprosesseja. Samoin tunnistetaan organisaatioiden ominaisuuksia, jotka auttavat kriisin yli tai jopa selviämään voittajina. Toisaalta jotkut ominaisuudet voivat estää selviytymisen. (Toim. Juholin, 10, 2022)

Koronapandemian tuomia haasteita olivat esimerkiksi:

Suunnitteluhorisontin kapeneminen ja suunnittelun jänteen lyheneminen Ei ollut järkeä uskotella, että vanhat kehykset pätsivät. Koronakriisin pitkittyessä Suomen hallitus joutui taipumaan kehysuunnitelmien siirtämiseen taustalle, kun resurssit oli siirrettävä koronan uhan välittömään torjuntaan. Seuraavaksi moni toiminta ja suunnitelma meni jäihin. Myynti alkoi takkuamaan, toiminnot jouduttiin priorisoimaan uudelleen, lomautukset iskivät päälle, etätyömallit otettiin käyttöön ja toimipisteitä suljettiin. Vaikutukset olivat musertavat. (toim. Juholin, 2022)

On selvää, että koronapandemian vaikutukset näkyvät yhä työelämän toimintatavoissa. Pandemia toi mukanaan ”Uuden normaalin”, jonka seuraavaa vaihetta tunnemme nyt elävän.

Itselläni oli koronapandemian alettua, linnoittautuneena kotiin, motivaatiopuutosta, kun yhtäkkiä työyhteisön läsnäolo kaikkosi ja jäljellä oli enää "vain" työtehtävät. Työympäristön sosiaalinen kontakti jäi aluksi kokonaan puuttumaan, kun sopeuduttiin uuteen tilanteeseen. Pikkuhiljaa tasaisin väliajoin pidettävät Teams -kokoukset, löysivät paikkansa.

Pidimme työporukan kesken muun muassa kerran kuukaudessa yhteisen lounaspalaverin, jolloin työpaikka kustansi jokaisen kotiin lounaan, joka syötiin videopuhelun äärellä. Tämä tuntui lohduttavalta ja lisäsi motivaatiota.

### **3.2 Sisäisen viestinnän kanavista**

Olen saanut vaikutelman, että viestintää ylenkatsotaan ja kuvitellaan sen hoituvan toisella kädellä (joskus jopa ilmaiseksi tai muiden töiden ohella), vaikka Viestinnän ammattilaiset 2009-tutkimuksen (ProCom 2009) viestintä; sisältäen sisäisen viestinnän, mediaviestinnän ja verkkotuotannon, on tekijöitä eniten työllistävä tehtävä (ProCom 13, 2009.) (Luettu 9.1.2024)

Eikä oikeastaan ihme, että se on työllistävä, sillä Lohtaja-Ahosen ja Kaihovirta-Rapon (2012, 11) mukaan vastaanottaja tulkitsee kirjallisessa viestinnässä asiasisällön lisäksi viestin ulkoasun, puhuttelutavan ja viestintäkanavan.

Sisäistä viestintää kuvaavampi nimi on yhteisöviestintä. Sillä tarkoitetaan koko henkilöstön eli työntekijöiden ja esimiesten keskinäistä viestintää, jota he käyttävät organisaationsa viestinnän foorumeilla. (Lohtaja-Ahonen, Kaihovirta-Rapo, 2012, 14)

Voisi siis sanoa, että toimiva viestintä on koko toiminnan perusta pienistä yhteisöistä suuriin yrityksiin.

Yhteisöviestinnän voi jakaa ulkoiseen- ja sisäiseen viestintään, vaikka nykypäivänä niiden välistä eroa on vaikeampi määritellä muun muassa sosiaalisen median takia (Lohtaja-Ahonen, Kaihovirta-Rapo, 2012, 14)

Sähköiset viestintä tavat ovat nousseet työelämässäkin entistä enemmän suosioon. Sähköisiä kanavia kannattaa hyödyntää rutiininomaisessa tai taustoittavassa viestinnässä, kun taas tärkeimmät asiat tulisi kertoa kasvokkain. Tämä siksi, että kasvokkaisviestintä on ilmaisuvoimaltaan voimakkainta ja tehokkainta. (Juholin 1999, 36) Kasvokkaisviestinnässä olennaista on, että viesti välittyy reaaliajassa. Kasvokkaisviestintä on edelleen koettu tehokkaaksi, vaikka se on saanut rinnalleen yhä enemmän teknologiaa. Juholin löytää tälle selkeän selityksen. Kasvokkaisviestintää pidetään monipuolisimpana viestinnän muotona, koska se mahdollistaa monen mielestä täydellisemmän kommunikoinnin kuin teknologiaviestintä. Näin ei välttämättä kuitenkaan ole, sillä joidenkin tutkimusten mukaan teknologiavälitteinen vuorovaikutus voi sosiaalisilta ominaisuuksiltaan toimivampaa ja miellyttävämpää kuin kasvokkaisuorovaikutus. (Juholin 2012, 148)

Tämän voisi olettaa johtuvan siitä, että teknologiaviestintä on nopeaa ja sijainnista riippumatonta. Yleinen trendi tai jopa vitsi, on myös se, että nuori sukupolvi ei voi sietää puhelimesta puhumista tai keskustelua, jossa ei pysty kunnolla harkitsemaan, miten asiansa sanoo. Siksikin sähköinen viestintä on toimivaa, että siinä pystyy vilkaisulla muun työn lomassa määrittämään, onko viesti akuutti vai voiko vastaus odottaa hetken.

Verkosta tuli uudenlainen kommunikointitapa. Se muutti viestintätapoja sekä -kulttuuria. (Juholin 2001, 142.) Näitä ovat esimerkiksi internet, sähköposti, erilaiset pikaviestimet, intranet, blogit, ja mobiilit viestintäverkot. (Juholin 2009, 172.) Eri henkilöstöryhmien erilaiset lähtökohdat tekniikan käyttöön on otettava myös huomioon sähköistä viestintää suunniteltaessa. (Juholin 2001, 141–142.)

Verkkokirjoittamiselta vaaditaan samoja asioita kuin informatiiviselta kirjoittamiselta yleensä eli tiiviyyttä ja informatiivisuutta. (Juholin 2001, 142–144.)

Otala ja Pöysti (2012, 19) sanovat uuden sukupolven diginatiivien toimivan hyvin eri verkkoyhteisöissä ja tieto haetaan enemmän työkavereilta ja ystäviltä, siinä missä ennen sama tehtiin kursseilla ja työssä. Verkko toimii nopeana ongelmanratkaisu- ja kommunikaatiovälineenä.

Edelleen kehittyvät digialustat muovautuvat koko ajan enemmän käyttäjiensä näköisiksi. WhatsApp, Discord ja Telegram ovat muun muassa nuorten käytössä olevia viestintäpalveluita. Syksyllä 2023 WhatsApp -sovelluksen päivityksen myötä palveluun tuli yhteisömahdollisuus, jonka alle voi liittää samaan kategoriaan kuuluvia ryhmäkeskusteluja. Tämä voi helpottaa esimerkiksi yhdistysten viestinnän pirstaleisuutta.

Jos viestintä on levittäytynyt monelle eri alustalle, se voi olla stressaavaa, kun täytyy muistaa mistä mikäkin tieto löytyy. Näkisin, että sähköpostin rinnalla kannattaisi olla korkeintaan yksi toinen viestintäkanava, joka voisi ajaa kevyen yhteisöviestinnän virkaa.

Nuorten tapa viestiä keskenään siirtyy myös osittain työelämään, kun yhteyttä voidaan ottaa jopa X: n (entinen Twitter) tai Instagram -sovelluksen direct viestin kautta.

Korkeakoulussa olen nähnyt joissain tapauksissa myös vierailevien opettajien jakavan Instagram käyttäjänsä yhteydenpitoa varten.

Työelämä ja sen viestintä on murroksessa, jossa Y- ja Z-sukupolvet horjuttavat ja uudistavat yhdessä koronan tuomien muutosten kanssa vanhempien ikäpolvien tuttuja viestintätapoja ja käytäntöjä.

CP-liitossa huomasin yhdeksi haasteeksi nimenomaan iän tuoman haluttomuuden oppia uusia viestintäkanavia. Ajatus siitä, että jokainen työntekijä toteuttaa työssään jonkintasoista viestintää, tuntui osalle vieraalta ja luotaan työntäveltä. Kuulin valituksia Instagramin monimutkaisuudesta, uusien viestintäkanavien käyttöönotosta, sekä siitä ajatuksesta, että viestintä voisi kuulua vain tietyille henkilöille.

Harrastustoiminnassani I/O-Speksissä (Turun yliopiston yhteiskuntatieteiden- ja kasvatustieteiden opiskelijoiden toteuttama vuosittainen teatteriesitys) olen huomannut WhatsApp yhteisöelementin hyödyllisyyden. Samasta paikasta löytyy viestiketju erikseen eri tiimeille, informaatiolle ja kevyelle jutustelulle. Toiminto helpottaa viestien hallittavuutta.

I/O-Speksi pitää myös viikoittain tuotannon kokouksen, jolloin kaikki tiiminvetäjät saavat tarvittavan informaation ja kokonaiskuvan sekä tukea oman tiimensä vetämiseen. Olen kokenut nämä viikoittaiset palaverit erittäin hyödyllisenä, sillä ne takaavat sen, että kaikilla on sama määrä tietoa.

Viestinnän saavutettavuus on yksi CP-liiton perusarvoista. Sain tästä muistutuksen, kun ryhdyin miettimään uutiskirjeeseen fyysisiä taukojumppaohjeita. Kiviniemi muistutti minua etsimään myös pyörätuolille sopiva ohjeita.

Cp-vammaan voi liittyä kognitiivisia haasteita, kuten hahmotushäiriö ja lukihäiriö. CP-liiton työntekijät ja kohderyhmä huomioiden sisältö täytyy siis olla saavutettavaa.

Saavutettavuudella (accessibility) tarkoitetaan sitä, että digitaalinen palvelu ja sen sisältö on kaikkien käytettävissä riippumatta käyttäjän henkilökohtaisista ominaisuuksista tai käyttötavasta. Palveluiden digitaalisuus ja niiden kehittäminen saavutettaviksi onkin mahdollisuus saada tieto aiempaa helpommin kaikkien ulottuville.

Saavutettavuuden huomiointi palvelussa on välttämätöntä osalle käyttäjistä edes peruskäytön mahdollistamiseksi, joten saavutettavuuden huomiointi kasvattaa käyttäjäkuntaa.

Saavutettava palvelu on parhaimmillaan selkeä ja helppokäyttöinen, ja se parantaa kaikkien käyttökokemusta, jolloin tuloksena on tyytyväisemmät asiakkaat. (exove.com, luettu 8.2.2024)

Siukosaaren (2002, 212–213) mukaan sähköpostiviestinnän tehokkuuteen voidaan vaikuttaa seuraavilla ohjeilla, joita voi hyödyntää myös uutiskirjeen rakentamisessa:

1. Mieti jakelua.
2. Sisältö vaikuttaa välineen valintaan. Sähköpostiviestinnällä on kätevää tiedottaa, selittää, pohtia, todeta ja kysyä faktatietoisia asioita.

3. Kerro asiasi jo viestin otsikkorivillä. Muista, että viestisi kilpailee kenties kymmenien muiden postien kanssa. Informatiivisella ja houkuttelevalla otsikolla houkuttelet siis vastaanottajan avaamaan juuri sinun postisi. Säilytä sama otsikko samaa asiaa käsittelevissä uusissa viesteissä. Vasta asian muuttuessa otsikoi uudelleen. Lyhyeen kysymykseen voi vastata jo otsikolla.

4. Puhuttele vastaanottajaa.

5. Kirjoita ymmärrettävästi ja ytimekkäästi.

6. Vastaa nopeasti. Sähköposteihin odotetaan vastausta nopeammin kuin esimerkiksi kirjeeseen. Mikäli et ehdi vastata yhden vuorokauden sisällä, voit lähettää ainakin viestin, jossa kerrot milloin ehdit vastata viestiin tarkemmin. Jokaisesta viestistä ei tarvitse kiittää erikseen, sillä se voi johtaa loputtomaan kiittelykierteeseen.

7. Allekirjoita aina. Allekirjoituksessa on myös sisäisessä viestinnässä hyvä olla ainakin nimesi ja puhelinnumerosi

#### **4. CP-liiton henkilöstön uutiskirjeen rakentaminen**

Aiemmin mainittua sähköpostiohjeistuksen tehokkuutta voi soveltaa myös henkilöstön uutiskirjeen runkoon. Kohdat 2–5 ja 7 käyvät melkein sellaisenaan uutiskirjeen rakentamiseen: sisältö vaikuttaa välineen valintaan, kerro asiasi jo viestin otsikkorivillä, puhuttele vastaanottajaa, kirjoita ytimekkäästi ja ymmärrettävästi ja allekirjoita aina.

Uutiskirjeen on myös tarkoitus lisätä yhteisöllisyyttä sekä informaation että sosiaalisen aspektin osalta. Kirje toimii koontina tärkeistä asioista ja sen on tarkoitus erottua päivittäisestä sähköpostivirrasta. Tähän voisi auttaa tietyn päivän määrittäminen kirjeen ilmestymiselle. Esimerkiksi joka toinen maanantai.

Parhaassa tapauksessa kirje synnyttää keskustelua ja näin siirtyy myös pois verkosta. Etenkin kirjeen kevyempi osio kannustaa tähän.

Markkinointiyritys Fulmore nostaa sisäisen viestinnän tekemiseen neljä pohdittavaa asiaa:

1. Sisäisen viestinnän kanavat
2. Viestittävät asiat ja vastuu
3. Selkeys
4. Avoimuus ja ripeys

(Fulmore.fi, luettu 9.1.2024)

Tämän opinnäytetyön on tarkoitus luoda pohja kohdille yksi (sisäisen viestinnän kanavat), kolme (selkeys) ja neljä (avoimuus), jotta Suomen CP-liitto ry: n sisäinen viestintä olisi jatkuvaa ja kaikki koko henkilöstöä koskeva informaatio olisi saatavilla helposti yhdestä paikasta. Uutiskirje myös mahdollistaa Otalan ja Pöystin (2008, 18) osoittaman henkilöstön tarpeen yhteisöllisyyteen ilman fyysistä kanssakäymistä.

Liana Technologies on vuonna 2005 perustettu Suomen suurin markkinoinnin ja viestinnän pilvipalveluja tuottava ohjelmistoyritys. Yrityksen blogiin on luotu ohjeistus hyvään henkilöstön uutiskirjeen laatimiseen.

1. Tiedota yrityksen sisäisistä asioista
2. Nosta työntekijöitä valokeilaan
3. Luo kevyt uutisosio
4. Käytä aitoja kuvia yrityksesi arjesta
5. Luo jatkumoa visuaalisilla elementeillä
6. Muista perusasiat: fontit, värit ja efektit
7. Pidä uutiskirjeen pituus maltillisena
8. Valitse vastaanottajaksi kaikki relevantit sidosryhmät (lianatech.fi, luettu 20.11.2023)

Neuvoin Kiviniemeä keräämään kirjeeseen oikeita tilannekuvia CP-liiton tapahtumista ja ihmisistä, joita löytyykin jo osittain liiton sosiaalisen median kanavista.

Henkilöstön uutiskirje myös toteuttaa Juholinin määrittelemiä sisäisen viestinnän tavoitteita.

Kyse on toisaalta tiedon ja informaation vaihdosta ja toisaalta yhteisöllisyydestä, kokemusten jakamisesta ja kulttuurista. Sisäistä viestintää tarvitaan tiedottamiseen, henkilöstön motivointiin ja hyvän ilmapiirin synnyttämiseen ja säilyttämiseen sekä liiketoiminnan kehittämiseen (Juholin, 1999, 13)

Suomen CP-liitto ry:llä on ollut ennen käytössään kerran kuukaudessa ilmestynyt henkilöstöposti, mutta se lopetettiin tammikuussa 2022 toiminnanjohtajan vaihduttua.

Henkilöstöposti noudatti visuaalisesti CP-liiton vuonna 2018 tehtyä graafista ohjeistusta. Kirje sisälsi kaksi kevyempää osiota (kuka minä olen? ja kuukauden liikuntavinkki, henkilöstöasiat, johtoryhmän kuulumiset sekä tapahtumakalenterin.

Kuka minä olen? -osio oli kirjeen alussa, jossa arvuuteltava henkilö vastasi kysymyksiin. Vastauksen siihen, kuka oli kyseessä, löysi kirjeen lopusta. Tällainen kannusti lukemaan koko kirjeen. Vastaus kuitenkin minusta hukkui loppuun.

Viestintäpäällikkö toivoi kaksi kertaa kuukaudessa ilmestyvää uutta uutiskirjettä, jotta asiat kirjeessä olisivat tuoreita, eikä kirje täytyisi informaatiotulvalla. CP-liitolla on henkilöstön sisäinen tapahtumakalenteri, josta tulevat tapahtumat näkee helposti.

Lähdin luomaan uutta henkilöstön uutiskirjettä Canva -kuvanmuokkausohjelman ilmaisversiolla. Käytin visuaalisina elementteinä CP-liiton aurinkologiaa, sekä kolmea pistettä (keltainen, sininen ja vihreä). Loin esimerkisivun ”Terveiset” -osiosta ja tein ohjeistuksen ”faniposti” -osioon, jonka voi liittää jokaiseen kirjeeseen. Annoin uutiskirjeelle nimeksi ”Aurinkoposti”,

koska se mielestäni sitoo yhteen kokonaisuuden ja korostaa CP-liiton tematiikkaa. Pidin ulkoasun selkeänä, jotta kirjeen helppolukuisuus säilyisi. Valittu fontti on selkeä ja käyttämäni pohjavärit tekevät lukemisen helpoksi, jotta saavutettavuus aspekti täyttyy.

7.12.2023 esittelin aikaansaannoksiani Kiviniemelle ja sain kehitysehdotuksia eteenpäin. Kirjeen lopussa oleva ”Hassunurkka” muutti muotonsa ”Viikon vinkiksi”, johon tulee joka kirjeeseen vinkki oman työhyvinvoinnin parantamiseen. Etsin työhyvinvointivinkkejä, joita Kiviniemi voi liittää kirjeeseen helposti.



Visuaalinen aloitus ja ”kirjekuori” houkuttelevat lukemaan henkilöstöpostin. CP-liiton logo toimii leikkisästi sinettinä. Vaikka kyseessä on sähköinen kirje, kirjemäinen ulkomuoto kiinnittää huomion. Seuraavan sivun Sisällysluettelo tulee esiin kirjekuoresta.



## Terveiset

### Mikä aurinkoposti?

Hei!

Luet juuri Suomen CP-liitto ry:n uutista henkilöstön uutiskirjettä.

Uutiskirjeen liitolle on luonut

Nelli Spännäri osana

medianomi opintojensa

opinnäytetyötä.

Uutiskirje tulee ilmestymään

virtuaaliseen postilaatikkoon

jokatoimen viikko, jotta sinä ja

muut pysyvät kartalla siitä,

mitä liitossa milloinkin

tapahtuu.

**Aurinkoisia  
lukuhetkiä!**



Esimerkki kirjeen alusta "Terveiset" -osiosta.

Kiviniemen kanssa keskusteltuani tein muokkaukset visuaaliseen ilmeeseen sekä osioiden järjestykseen. CP-liiton logon täytyy aina käytössä näkyä kokonaisena, eikä sitä saa rajata tavalla, jonka tein esimerkissä.

Sisällyksen järjestyksinkin muuttui niin, että kevyet asiat jäävät kirjeen loppuun.

Sisällys:

Terveiset

Uutiset

Faniposti

Tulossa

Viikon vinkki

Terveiset toimivat kirjeen sisäänheittotekstinä. Esimerkissä esittelen uuden henkilöstökirjeen. Uutisosiossa voidaan käydä läpi ajankohtaiset asiat ja muistettavat tehtävät. Fanipostissa saa antaa kehuja työpaikasta tai työkaverista. Haasteen voi myös heittää kollegalle. Kiviniemi piti fanipostin ideasta, sillä silloin ihmiset kiinnittävät huomionsa työpaikan positiivisiin asioihin

ja haastaminen tekee jutusta osallistavamman. Hän nosti myös esiin toiveen, että fanikirjettä ei tehtäisi työkaverista, sillä joku saattaisi jäädä ulkopuolelle.

Tämä kuitenkin hieman sotii vastaan Fulmoren ohjeistuksen kohtaa kaksi: nosta työntekijöitä esiin. Itse näen Kiviniemen huolen turhana, mutta muutin fanipostin ohjeistusta hänen toiveidensa mukaan. Voivathan he tarvittaessa ottaa myös työkaverin kehumisen mukaan kirjeeseen, kun käytäntö pääsee kunnolla alkuun.

## Faniposti

**Onko jokin asia sujunut viime aikoina  
töissä erityisen hyvin?  
Jätä asiasta fanipostia!**



**Postia voit lähettää uutiskirjeeseen eeva-  
liisa.kiviniemi@cp-liitto.fi**  
**Kerro mistä ja miksi haluat fanipostia laittaa.**  
**Fanipostin tarkoitus on jakaa hyvää mieltä ja  
onnistumisen tunteita.**  
**Voit haastaa samalla jonkun työkaverin  
pohtimaan samaa seuraavaan kirjeeseen!**

Tulossa-osio jaetaan kohtiin A ja B. Toiseen liitetään ulkoinen tapahtumakalenteri (joka löytyy helposti CP-liiton nettisivuilta tai Instagramista) ja toinen osio on henkilöstön sisäinen tapahtumakalenteri. Kiviniemi pohti osion tarpeellisuutta ja pelkäsi tapahtumien etsimiseen kuluvan lisätyöaikaa. Hetken mietittyään hän tajusi kalentereiden olevan jo olemassa, joten niiden liittäminen vie ylimääräistä aikaa.

Viikon vinkki -osiota varten etsin listauksen työhyvinvointia parantavista keinoista.

Opettaja.fi sivustolle on koottu hauska työssä hyvinvoinnin ABC. Esimerkkinä kolme ensimmäistä ohjetta

**A Avoimuus ja luottamus** Avoin vuorovaikutus ja luottamuksen ilmapiiri vahvistavat hyvinvointia. Ongelmia kyetään käsittelemään ja ratkaisemaan.

**B Burn out** Burn out on vakava työuupumuksen tila ja sen syntyminen pitää estää työpaikoilla kaikin mahdollisin keinoin. On tärkeää huomata ajoissa ylikuormitus ja keskustella siitä esimiehen kanssa.

**C Cafe** Yhteinen kahvipaussi antaa mahdollisuuden puhua muutakin kuin työasiaa. (opettaja.fi, luettu 8.12.2023)

Lähdin etsimään myös taukojumppaohjeita, koska esimerkiksi 2020 Terveystalon mukaan yleisin työkyvyttömyyteen vaikuttava diagnoosi 40–45-vuotiailla on selkäkipu. Kelan raportti tukee Terveystalon löydöstä, kun toiseksi yleisin syy jäädä työkyvyttömyyseläkkeelle on tuki- ja liikuntaelinsairaudet sekä sidekudossairaudet. (duunitori.fi, luettu 24.1.2024)

Löysin YouTubesta Cuckoo-tilin, jossa on erilaisia taukojumppaharjoituksia. Cuckoo on suomalainen sovellus, josta löytyy tuhansia erilaisia taukojumppia. (Cuckoo.fi, luettu 24.1.2024)


Kiviniemi antoi lisäohjeen etsiä myös taukojumppia, jotka soveltuvat tehtäviksi istuen, sillä heillä on töissä myös pyörätuolin käyttäjiä ja erilaisen liikuntakyvyn omaavia ihmisiä.

Unohdin tämän aluksi kokonaan, vaikka itsellenikin on liikuntarajoite. Tämä oli hyvä muistutus siitä, että työympäristön kaiken toiminnan tulee olla saavutettavaa ja esteetöntä, sillä fyysiset rajoitteet eivät tee ihmisestä välttämättä työkyvytöntä.

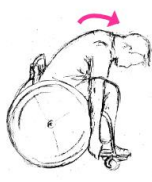
Löysin YouTubesta Allergia-, iho- ja Astmaliiton tekemän ylävartalon taukojumppavideon. Myös Invalidiliitto on tehnyt pyörätuolijumppaesitteen, joka löytyy netistä.

**PYÖRÄTUOLIJUMPPA**


**LUKITSE JARRUTTI**




Aseta kädet kelausvanteille tai käsinojille. Ojenna yläraajat ja paina hartioita alaspäin niin, että paine pakaroilta kevenee tai pakarat irtoavat alustalta. Pidä hetki ja palaa rauhallisesti alkuasentoon.



Nojaa ylävartalolla reisiin ja vedä leukaa kohti rintaa. Rullaa itsesi hitaasti ylös. Tämä on myös hyvä harjoite tavaroiden poimimiseen lattialta.



Ota kilnni pyörätuolin selkänöjasta. Kierra vartaloa samalle puolelle seuraten liikettä katseella. Pidä hetki ja tunne vartalon kierto. Palaa rauhallisesti alkuasentoon.





Ota kilnni kelausvanteesta ja kallista rauhallisesti päätä vastakkaiselle puolelle. Tunne venytys hartian yläosassa ja kaulalla. Pidä hetki ja palaa rauhallisesti alkuasentoon.

**TuleApu-hanke**  
INVALIDILIITTO

TuleApu-hanke  
p. 044 765 1322  
tuleapu@invalidiliitto.fi

[www.invalidiliitto.fi/liikkuksenapuvaihteista](http://www.invalidiliitto.fi/liikkuksenapuvaihteista)

Monet työhyvinvointivinkit ovat suunnattu esihenkilöille tavoitteena parantaa koko työilmapiirin viihtyvyyttä. Yksilölle suunnatut ohjeet ovat monissa lähteissä hyvin samanlaisia: pidä kokous ulkona, tee nopea happihyppely, tuijota ulos ikkunasta, pidä kahvitauko yhdessä työkavereiden kanssa.

Työhyvinvoinnin kulmakivet vaikuttavat olevat samat kuin yleisen hyvinvoinnin: lepo, ruoka ja liikunta. Sekä tässäkin opinnäytetyössä esiin nousut yhteisöllisyys.

## 5. Päätelmät

Opinnäytetyön tekeminen sai minut pohtimaan itseäni viestijänä. Huomasin kehittyväni viestinnän selkeydessä, mutta rikkovani ”perinteisiä” sähköpostisääntöjä. Joskus saatan esimerkiksi jättää sähköpostini allekirjoittamatta, jos viestiketju on pidempi. Tai jättää tervehdyksen ja siirtyväni suoraan asiaan.

Opinnäytetyö oli muistutus itselleni siitä, kuinka tärkeää visuaalisuus on. Se pitää yllä mielenkiinnon, mutta samalla se ei saa viedä huomiota informaatiolta. Opin prosessin aikana enemmän graafisesta suunnittelusta ja Canvan käytöstä. Luotto omaan intuitioon sai myös vahvistusta.

Viestinnän tarpeet ovat muokkautuneet viestinnän välineiden digitalisoiduttua ja koronapandemian seurauksena. Korona sai työntekijät kaipaamaan entistä inhimillisempää viestintää esihenkilöiltä ja keinoja kokea yhteisöllisyyttä, vaikka fyysisesti ei oltu samassa paikassa. Koronan jälkeisessä ajassa erilaiset viestintäkeinot korostuvat ja hybridimalli on edelleen laajasti käytössä.

Sisäinen viestintä on yrityksen tai oikeastaan minkä tahansa vähänkin isomman toimijan tarpeellinen työväline. Sitä tunnutaan kuitenkin ylenkatsovan, kuten viestintää ylipäätään ja ajatellaan sen hoituvan ohimennen toisella kädellä.

Tämän seurauksena viestintä voi olla pirstoutunutta ja vajavaista, ja työnä kuormittavampaa, kuin sen täytyisi olla. Kun viestinnälle luo hyvän pohjan ja selkeät ohjeet, sen toteuttaminen työelämän arjessa ei ole niin raskasta.

Vaikka viestintä on kokenut muutoksen, ydinasiat ovat edelleen samat: selkeys ja avoimuus.

## **Lähteet**

### **Kirjat**

Juholin, Elisa, 2006 Communicare! Viestintä strategiseen käytäntöön

Juholin Elisa, 2013, Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi

Åber, Leif, 2006 Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja

Otala, Leenamaija; Pöysti, Kaija, 2012 Kilpailukyky 2.0: Kilpailukykyhyppy yhteisöllisillä toimintatavoilla

Juholin, Elisa, 1999 Sisäinen viestintä

Lohtaja-Ahonen, Sirke; Kaihovirta-Rapo, Minna, Sanoma Pro 2012. 2.uud. p.  
Tehoa työelämän viestintään

Siukosaari, Anssi, 2002 Yhteisöviestinnän opas: yrityksen, järjestön laitoksen,  
julkishallinnon, yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta

### **Nettilähteet**

CP-liitto. Luettu 8.11.2023

<https://cp-liitto.fi/>

Cuckoo Luettu 24.1.2024

<https://cuckoo.fi/>

Miksi panostaa saavutettavuuteen? Luettu 8.2.2024

[https://www.exove.com/fi/saavutettavuus/?utm\\_term=wcag&utm\\_campaign=Saavutettavuus&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=9391362971&hsa\\_cam=16353359991&hsa\\_grp=133679177437&hsa\\_ad=583579845517&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=kwd-53201870&hsa\\_kw=wcag&hsa\\_mt=b&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gclid=CjwKCAiAIJKuBhAdEiwAnZb7IRr8NnlGZls9Ozgk-o5Mx6HY2f0x5SudXuOt19R1uB9zNo2rx7Q4gRoCIHAQAvD\\_BwE](https://www.exove.com/fi/saavutettavuus/?utm_term=wcag&utm_campaign=Saavutettavuus&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=9391362971&hsa_cam=16353359991&hsa_grp=133679177437&hsa_ad=583579845517&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-53201870&hsa_kw=wcag&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAiAIJKuBhAdEiwAnZb7IRr8NnlGZls9Ozgk-o5Mx6HY2f0x5SudXuOt19R1uB9zNo2rx7Q4gRoCIHAQAvD_BwE)

Pyörätuolijumppa. Luettu 8.2.2024

[https://www.invalidiliitto.fi/sites/default/files/2020-05/Py%C3%B6r%C3%A4tuolijumppaohjeet%20A4\\_vol3.pdf](https://www.invalidiliitto.fi/sites/default/files/2020-05/Py%C3%B6r%C3%A4tuolijumppaohjeet%20A4_vol3.pdf)

Suomen CP-liitto toimintakertomus 2022. Luettu 8.11.2023

<https://cp-liitto.fi/wp-content/uploads/2023/05/Toimintakertomus-2022-29.3.2023-pienempi-versio.pdf>

Procomma academic 2022 – Poikkeuksellinen viestintä. Luettu 27.11.2023

<https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/c08a1d5b-9cb8-4f92-9890-c09c94380be0/content>

Sisäinen viestintä: 10 perusohjetta johtajille ja esihenkilöille. Luettu 27.11.2023

<https://hyplus.helsinki.fi/sisainen-viestinta-10-perusohjetta-johtajille-ja-esimiehille/>

Leif Åberg,

Merkityksellistävän yhteisviestinnän malli. 2022 toimittanut Elisa Juholin.

Luettu 9.1.2024

[file:///C:/Users/nelli/Downloads/Leif-Aberg\\_Merkityksellistavan-yhteisoviestinnan-malli\\_Ladattava-aineisto-1.pdf](file:///C:/Users/nelli/Downloads/Leif-Aberg_Merkityksellistavan-yhteisoviestinnan-malli_Ladattava-aineisto-1.pdf)

Procom 2009, Viestinnän ammattilaiset tutkimus. Luettu 9.1.2024

[https://www.procom.fi/site/assets/files/1635/viestinnan\\_ammattilaiset\\_2009\\_-\\_tutkimuksen\\_keskeisia\\_tuloksia.pdf](https://www.procom.fi/site/assets/files/1635/viestinnan_ammattilaiset_2009_-_tutkimuksen_keskeisia_tuloksia.pdf)

Sisäinen viestintä = Tärkeää! Luettu 9.1.2024

<https://materiaalit.fulmore.fi/markkinointiblogi/blogi/sisainen-viestinta-tarkeaa>

Miten laatia hyvä sisäinen uutiskirje? Luettu 20.11.2023

<https://www.lianatech.fi/tutustu/blogi/miten-laatia-hyva-sisainen-utiskirje.html>

Työhyvinvoinnin ABC. Luettu 8.12.2023

<https://www.opettaja.fi/tyossa/tyohyvinvoinnin-abc/>

Kaksi suurinta työkyvyn riskitekijää selvillä – taustalla yllättäviä syitä

<https://duunitori.fi/tyoelama/tyokyky-uhattuna-selkakipu>